



AYDIN GASTRONOMY

**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ**

ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY
FINE ARTS FACULTY

Yıl 7 Sayı 1- Ocak 2023
Year 7 Issue 1 - January 2023

Genel DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016
Cilt 7 Sayı 1 DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/2023.701
dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas

AYDIN GASTRONOMY

ISSN 2528-9411 / E-ISSN 2687-1920

Sahibi/Proprietor

Doç. Dr. Mustafa AYDIN (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief

Zeynep AKYAR (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Editör/Editor

Prof. Dr. Kamil BOSTAN (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

Editör Yardımcısı/Assoc. Editor

Öğr. Gör. Çiğdem MUŞTU CEYLAN (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik, Türkiye)

İdari Koordinatör/Administrative Coordinator

Tamer BAYRAK

Grafik Tasarım/Graphic Desing

Deniz Selen KAĞITCI

Türkçe Redaksiyonu/Turkish Redaction

Süheyla AĞAN

İngilizce Redaksiyonu/English Redaction

Neslihan İSKENDER

Dil/Language

Türkçe / Turkish - İngilizce / English

Yayın Periyodu/Publication Period

Yılda iki kere yayınlanır / Published twice a year
Ocak & Temmuz / January & July

Yazışma Adresi/Correspondence Address

Florya Yerleşkesi Beşyol Mah. İnönü Cad. No: 38
Sefaköy 34295 Küçükçekmece/İstanbul, Türkiye

Tel: 444 1 428

Faks: 0 212 425 57 97

Web: dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas

E-mail: aydingastronomy@aydin.edu.tr

Baskı/Printed by

Armoninuans Matbaa

Adres: Tavukçuyolu Cd. Palas Sk.

No:3 Y.Dudullu Ümraniye - İstanbul

Tel: 0216 540 36 11

Faks: 0216 540 42 72

E-mail: grafik2@armoninuans.com

Aydın Gastronomy, gastronomi ve mutfak sanatları alanında derleme ve araştırma makalelerinin yayınlandığı bilimsel hakemli bir dergidir. Aydın Gastronomy is a peer-reviewed periodical journal which provides a platform for publication of reviews and research articles in the field of gastronomy and culinary arts.

YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

- | | | |
|----------------------|---|--|
| Aktolkin ABUBAKIROVA | • | Ahmet Yesevi Üniversitesi, KIRGIZİSTAN |
| Ali AYDIN | • | İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye |
| Artun YIBAR | • | Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye |
| Ayla ÜNVER ALÇAY | • | İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye |
| Beyza H. ULUSOY | • | Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşe, KKTC |
| Çiğdem MUŞTU CEYLAN | • | Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik, Türkiye |
| Flora ALESKEROVA | • | Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi, Azerbaycan |
| İlkay YILMAZ | • | Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye |
| İsmail Hakkı TEKİNER | • | İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye |
| Kamil BOSTAN | • | İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye |
| Murat AY | • | Doğuş Üniversitesi, İstanbul, Türkiye |

BİLİM KURULU - SCIENTIFIC BOARD

- Abdullah DİLER • Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye
- Aktolkin ABUBAKIROVA • Ahmet Yesevi Üniversitesi, Kırgızistan
- Ali AYDIN • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye
- Andriela VITIC CETKOVIC • University of Montenegro, Podgorica, Montenegro
- Artun YIBAR • Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye
- Aybuke CEYHUN SEZGİN • Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye
- Aydın VURAL • Dicle Üniversitesi, Diyarbakır, Türkiye
- Aziz TEKİN • Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye
- Bahattin ÖZDEMİR • Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye
- Canan HECER • İstanbul Esenyurt Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Candan VARLIK • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Ergün ÖMER GÖKSOY • Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye
- Feramuz ÖZDEMİR • Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye
- Flora ALESKEROVA • Azerbaijan Tourism and Management University, Azerbaijan
- Harun AKSU • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye
- Hilal ÇOLAK • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye
- Kutay OKTAY • Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye
- M. Reşat BAŞAR • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Maya IVANOVA • Varna University of Management, Dobrich, Bulgaria
- Mehmet ÇALICIOĞLU • Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye
- Mehmet ERGÜL • San Fransisco State University, USA
- Murat DOĞDUBAY • Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye
- Mustafa NİZAMLIOĞLU • Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Mustafa TAYAR • Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye
- Osman ERKMEN • İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Ömer ÇETİN • İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Özer KANBUROĞLU • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Özge ÖZGEN ARUN • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye
- Özkan ÖZDEN • İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Recep ÇIBIK • Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye
- Semra AKAR ŞAHİNGÖZ • Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye
- Simona MARTINOSKA • University of St. Kliment Ohridski, Ohrid, Macedonia
- Skender KACIU • University of Prishtina, Prishtina, Prishtina, Kosovo
- Şerife CENGİZ • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye
- Şule AYDIN • Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye
- Tank Haluk ÇELİK • Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye
- Yakup Can SANCAK • Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van, Türkiye
- Yusuf DOĞRUER • Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye
- Zehra HAJRULAI-MUSLİU • SS. Cyril and Methodius University, Skopje, Macedonia
- Zümrüt ÖĞEL • Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Konya, Türkiye

AYDIN GASTRONOMY

Yıl 7 Sayı 1- Ocak 2023 | Year 7 Issue 1 - January 2023

İçindekiler - Contents

Araştırma / Research

Tarhana Hamurundan Üretilen Ekmeklerin Duyusal Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Sensory Properties of Breads Produced from Tarhana Dough

Nihan GÖĞÜŞ BAĞIŞ, Aleyna GÜN 1

Çevrim İçi Yemek Tariflerine Yönelik Betimsel Bir İnceleme: Nefis Yemek Tarifleri Web Sitesi Örneği

A Descriptive Review of Online Food Recipes: The Case of Nefis Yemek Tarifleri Web Site

Enes GÜLEÇ, Kutay OKTAY 15

Fonksiyonel Bir Gıda Olarak Yenilebilir Mantarlar: Mutfak Şeflerinin Kullanma ve Bilgi Durumlarının İncelenmesi

Edible Mushrooms as a Functional Food: An Investigation of Kitchen Chefs' Usage and Knowledge

Gökmen DUMAN, Fulya SARPER 43

X, Y ve Z Kuşaklarının Türk Kahvesi Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma

A Study on Turkish Coffee Consumption Habits of X, Y and Z Generations

Yeliz DEMİR, Kübra SAĞLAM 57

Gastronomi Deneyimlerinin Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Turist Memnuniyetinin Aracı Rolü

The Effect of Gastronomy Experiences on Recommendation Intention: The Mediator Role of Tourist Satisfaction

Koray GENÇ, Tuba ALDEMİR 75

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminde Karşılaşılan Sorunların İncelenen Problem Durumları Bağlamında Analizi

Analysis of Problems Encountered in Gastronomy and Culinary Arts Education in the Context of Examined Problem Situations

Mehmet DÜZGÜN, İrem YILMAZ, Atınç OLCAY 91

Üniversite Öğrencilerinin COVID-19 Öncesi ve Sürecindeki Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi

Investigation of University Students' Nutritional Habits at Before and During of COVID-19

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Yılmaz AKGÜNDÜZ 107

Gastronomi Öğrencilerinin Yabancı Dile İlişkin Kaygı, Öz Yeterlilik ve Tutumları Arasındaki İlişki

The Relationship Between Anxiety, Self-Efficacy and Attitudes of Gastronomy Students towards Foreign Language

Asuman TORLAK, Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU 121

Derleme / Review

The Registered Gastronomic Taste: Tokat Kebab

Tescilli Gastronomik Lezzet: Tokat Kebabı

Esra ESİN YÜCEL, Cemal KAYA, Mustafa BAYRAM 133

Su Ürünleri Tüketimini ve Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Factors Affecting Seafood Consumption and Consumer Behaviors

Furkan DURSUN, Bahar GÜMÜŞ.....145

Sığır Eti Üretiminde Su Ayak İzinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Water Footprint in Beef Production

Yeliz DEMİR.....161

AYDIN GASTRONOMY

Yıl 7 Sayı 1- Ocak 2023 | Year 7 Issue 1 - January 2023

Doi Numaraları - Doi Numbers

Genel DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016

Cilt 7 Sayı 1 DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/2023.701

Tarhana Hamurundan Üretilen Ekmeklerin Duyusal Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Sensory Properties of Breads Produced from Tarhana Dough

Nihan GÖĞÜŞ BAĞIŞ, Aleyna GÜN

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1001

Çevrim İçi Yemek Tariflerine Yönelik Betimsel Bir İnceleme: Nefis Yemek Tarifleri Web Sitesi Örneği

A Descriptive Review of Online Food Recipes: The Case of Nefis Yemek Tarifleri Web Site

Enes GÜLEÇ, Kutay OKTAY

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1002

Fonksiyonel Bir Gıda Olarak Yenilebilir Mantarlar: Mutfak Şeflerinin Kullanma ve Bilgi Durumlarının İncelenmesi

Edible Mushrooms as a Functional Food: An Investigation of Kitchen Chefs' Usage and Knowledge

Gökmen DUMAN, Fulya SARPER

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1003

X, Y ve Z Kuşaklarının Türk Kahvesi Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma

A Study on Turkish Coffee Consumption Habits of X, Y and Z Generations

Yeliz DEMİR, Kübra SAĞLAM

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1004

Gastronomi Deneyimlerinin Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Turist Memnuniyetinin Aracı Rolü

The Effect of Gastronomy Experiences on Recommendation Intention: The Mediator Role of Tourist Satisfaction

Koray GENÇ, Tuba ALDEMİR

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1005

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminde Karşılaşılan Sorunların İncelenen Problem Durumları Bağlamında Analizi

Analysis of Problems Encountered in Gastronomy and Culinary Arts Education in the Context of Examined Problem Situations

Mehmet DÜZGÜN, İrem YILMAZ, Atınç OLCAY

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1006

Üniversite Öğrencilerinin COVID-19 Öncesi ve Sürecindeki Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi

Investigation of University Students' Nutritional Habits at Before and During of COVID-19

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI, Yılmaz AKGÜNDÜZ

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1007

Gastronomi Öğrencilerinin Yabancı Dile İlişkin Kaygı, Öz Yeterlilik ve Tutumları Arasındaki İlişki

The Relationship Between Anxiety, Self-Efficacy and Attitudes of Gastronomy Students towards Foreign Language

Asuman TORLAK, Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1008

The Registered Gastronomic Taste: Tokat Kebab

Tescilli Gastronomik Lezzet: Tokat Kebabı

Esra ESİN YÜCEL, Cemal KAYA, Mustafa BAYRAM

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1009

Su Ürünleri Tüketimini ve Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Factors Affecting Seafood Consumption and Consumer Behaviors

Furkan DURSUN, Bahar GÜMÜŞ

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i10010

Sığır Eti Üretiminde Su Ayak İzinin Değerlendirilmesi

Evaluation of Water Footprint in Beef Production

Yeliz DEMİR

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i10011

Editörden

Gastronomi, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de artan bir şekilde ilgi görmeye devam etmektedir. Ancak çoğu kişi tarafından gastronomi, yemek yapmaktan ve sunmaktan ibaret bir meslek dalı olarak algılanmaktadır. Bu algı kırılmakla birlikte gastronominin ülkemizde hak ettiği yeri bulabilmesi için bir bilim ve sanat dalı olduğunun topluma tanıtılması gerekmektedir. Günümüzde ülkemizde devlet ve vakıf üniversitelerinde sayısı giderek artan bir şekilde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri açılmaktadır. Üniversitelerimizin bu konuya eğilmeleri, akademik kadrolar yetiştirmeleri, bilimsel çalışmalar yapmaları ve etkinlikler düzenlemeleri sevindirici ve gelecek için ümit vericidir.

Bilimsel gelişmelerin ve araştırmaların hedef kitleye iletilmesindeki en önemli araç, şüphesiz alanındaki yayınlanan bilimsel hakemli dergilerdir. Ülkemizde bu alanda birçok dergi bulunmakla birlikte bilimsel araştırmalara yer veren dergi sayımız sınırlı düzeydedir. Bu açığı gidermek, gastronomiye bilimsel ve sainsal bir yaklaşım getirmek; gastronomi ve mutfak sanatları alanında yapılmış bilimsel araştırma, inceleme ve proje çalışmalarının sonuçlarını paylaşmak; güncel bilgi ve gelişmeleri hedef kitleye aktarmak; konu ile ilgili sorunların tartişılmasına zemin oluşturmak; Türk mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla İstanbul Aydın Üniversitesi tarafından bir dergi çıkarılmasına karar verilmiştir. Aradan geçen zaman içinde on üç sayı çıkarılmış; her bir sayıdaki makaleler çok sayıda araştırıcı/akademisyen tarafından incelenmiştir. Bu süreç içinde özverili ve titiz çalışılarak derginin kalitesi giderek artırılmıştır.

Dergimiz 2021 yılından itibaren TÜBİTAK ULAKBİM tarafından geliştirilen bir veri tabanı olan aynı zamanda Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) ile Üniversitelerarası Kurul (ÜAK)'ın atama ve yükseltmelerde kabul ettiği bir "dizin" olan TR DİZİN'de taranmaktadır. Bu kapsamda makale yazarlarımıza ve hakemlerimize sonsuz teşekkürlerimizi sunarız. Uluslararası indeksler için de girişimde bulunulmuş olup olumlu sonuçlanmasını beklemekteyiz.

Ülke ve dünya gastronomisine hizmet eden bütün araştırmacı ve bilim insanlarımıza en derin saygılarımla...

Prof. Dr. Kamil BOSTAN

Editör

Tarhana Hamurundan Üretilen Ekmeklerin Duyusal Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Nihan GÖĞÜŞ BAĞIŞ

Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu, Gıda Teknolojisi Programı
nihan.gogus@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0002-6765-0900

Aleyna GÜN

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
aleygun7@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6566-1342

Geliş tarihi / Received: 01.06.2022

Kabul tarihi / Accepted: 02.09.2022

Öz

Bu çalışmada, yaş haldeki tarhana hamurundan üretilen ekmeğin duysal özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Üretilen ekmeklerin tüketim için uygunluğunun tespit edilmesi adına farklı maya oranları belirlenerek (%0, %2,50, %5 ve %7,25) dört ayrı ekmeğin üretimi gerçekleştirilmiştir. Dokuz Eylül Üniversitesi Efes Meslek Yüksekokulu'nda gerçekleştirilen duysal analize yarı eğitilmiş 51 panelist katılım göstermiştir. Analiz sonucunda maya ilavesi olmayan kontrol ekmeği, diğer örneklerden önemli ölçüde farklılık ($P < 0.05$) göstermiş ve panelistlerden düşük puan almıştır. Maya ilaveli üç ekmeğin ise duysal özellikleri birbirleriyle benzer ($P > 0.05$) bulunmuş ve panelistler tarafından beğenilmiştir. Genel kabul edilebilirliği en yüksek örnek %7,25 maya oranına sahip TE3 ekmeği olup bunu sırasıyla TE2 (%5 maya) ve TE1 (%2,50 maya) ekmekleri izlemiştir. Elde edilen bulgulara göre, ekmeğin mayası kullanılması şartıyla tarhana hamurundan tüketilebilir nitelikte ve aynı zamanda fonksiyonel özelliklere sahip ekmeğin üretilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekmeğin, fonksiyonel gıda, maya, tarhana ekmeği.

Evaluation of Sensory Properties of Breads Produced From Tarhana Dough

Abstract

In this study, it was aimed to determine the sensory properties of bread produced from wet tarhana dough. In order to determine the suitability of the breads produced from the wet form of tarhana for consumption, four different breads were produced by determining different yeast rates (0%, 2.50%, 5% and 7.25%). Fifty one semi-trained panelists participated in the sensory analysis conducted at Dokuz Eylül University Efes Vocational School. As a result of the analysis, the control bread without yeast added significantly differed from the other samples ($P < 0.05$) and received a low score from the panelists. The sensory properties of the three breads with yeast addition were found to be similar ($P > 0.05$) and were liked by the panelists. The sample with the highest general acceptability is TE3 bread with 7.25% yeast rate, followed by TE2 (5% yeast) and TE1 (2.50% yeast) breads, respectively. According to the findings, it was concluded that bread with functional properties and consumption quality can be produced from tarhana dough, provided that baker's yeast is used.

Keywords: Bread, functional food, yeast, tarhana bread.

Giriş

Dünya genelinde tüketimi yaygın olarak bilinen ürünlerin başında fırıncılık ürünleri yer almaktadır. Bu ürünler içerisinde ise ekmeğin günlük beslenmede oldukça yüksek bir tüketim oranına sahip olduğu bilinmektedir (Pico, Bernal ve Gómez, 2015, s.201; Omran, Seleem ve Alfauomy, 2020, s. 9029). Fakat besleyiciliği dikkate alındığında ekmeğin, besin değeri düşük gıdalar arasında yer almaktadır (Sabanis ve Tzia, 2009, s. 69). Buğday tanesi yüksek miktarda protein, karbonhidrat, vitamin ve mineral (Ca, Fe, Zn gibi) değerlerine sahip olmasına karşın rafine un üretimi sırasında besin değerleri büyük oranda kayba uğramaktadır. Bu undan üretilen ekmeğin ise enerji değeri yüksek olup besin değerleri düşüktür. Ayrıca pişirme ve fermentasyon işlemleri sırasında da ekmeğin protein ve vitamin değerinde kayıplar yaşanmaktadır (Kotancılar, Çelik ve Ertugay, 1995, s. 433-434; Özkaya, 1986, s. 170) Bundan dolayı ekmeğin günlük diyet için iyi bir enerji kaynağı olarak bilinmekte fakat besleyiciliği konusunda zayıf kalmaktadır. Yapılan çalışmalarda ekmeğin

besleyiciliği üzerinde olumlu etkiler gösteren etmenlerin başında mayanın geldiği ve ekmeğin besin değerlerinde artış sağladığı söylenmektedir. Dolayısıyla ekmeğin yapımında maya kullanımına önem verilmekte ve hem istenilen tat ve aromanın oluşumu hem de besin değerlerinin gelişmesi açısından maya, ekmeğin için önemli bir ana malzeme görevi görmektedir (Özkaya, 1984, s.21; Pekcan, Şanlıer ve Baş, 2016, s.43).

Tüketimi ile besleyiciliği arasındaki tezatlıktan yola çıkarak ekmeğin besin değerini ve sağlık üzerindeki etkilerini artırmak, fonksiyonel gıda geliştirmek, günlük beslenmede karşılanması gereken makro ve mikro besin öğelerinin alımını kolaylaştırmak gibi amaçlarla ekmeğin üzerine çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir (Arı Akın, Tayfun, Tamer ve Boyacı, 2021; Amoriello1, Mellara1, Amoriello, Ceccarelli, Ciccoritti, 2021; Gaglio vd., 2019; Omran vd., 2020; Plazzotta, Sillani ve Manzocco, 2018; Rico vd.,2018; Temnikova, Rudenko, Mukovnina ve Ruzyanova1, 2020; Temnikova1, Rudenko1, Senchenko ve Ruzyanova1, 2021; Ziemichód, Rózyło ve Dziki, 2020). Ayrıca bu çalışmalarda

ekmeğin fiziksel, kimyasal ve besinsel değerinin yanı sıra duyuşal değerlerine de önem verilerek gerekli analizler yapıp kabul edilebilirliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tarhana, temelde buğday ve yoğurdun, çeşitli sebze, bitki ve baharatlarla zenginleştirilerek fermente edilmesiyle üretilen, besin değeri yüksek geleneksel bir gıdadır (Tamer, Kumral, Aşan ve Şahin, 2007, s.117). Tarhana hamurunun mikroflorası incelendiğinde; *Lactobacillus plantarum*, *L. alimentarius*, *L. farciminis*, *L. delbrueckii* subsp. *bulgaricus*, *Streptococcus thermophilus*, *Pediococcus acidilactici*, *Leuconostoc pseudomezenteroides* gibi laktik asit bakterileri ile *Weissella cibaria*, *Saccharomyces cerevisiae*, *Candida humilis*, *C.glabrata* ve *Pichia kudriavzevii* gibi maya türlerine rastlanmıştır (Özdemir, Yazıcı, Şimşek, Özkal ve Çon, 2018, s.31; Özel, 2012, s.55).

Fermantasyon sırasında yoğurtta bulunan laktik asit bakterileri (*L. delbrueckii* subsp. *bulgaricus* ve *Streptococcus thermophilus*), kullanılan tahılın protein miktarını ve B grubu vitaminlerini artırırken, fitik asit ve tanin miktarını azaltarak besin değerini güçlendirmektedir (Certel, Erbaş, Uslu ve Erbaş, 2007, s.1216; Özdemir, Göçmen ve Yıldırım Kumral, 2007, s. 109). Böylece tahılın vücut için daha verimli kullanılması sağlanmaktadır. Ayrıca domateste bulunan likopen (Hasler, 2002, s.3776), soğandaki flavonoid ve kuarsetin (Santiago vd., 2020, s.2), yoğurttaki probiyotik (Guarner vd., 2005, s.785) ve diğer malzemelerin sağladığı çeşitli vitamin ve mineral içeriği sayesinde tarhana, besin değeri yüksek bir gıda olup fonksiyonel gıdalar arasında yer almaktadır (Ekinci, 2005, s. 130; Erbaş, Ertağay, Erbaş ve Certel 2005, s. 349-350; Özdemir vd., 2007, s.118).

Yapılan bir çalışmada, tarhananın fermantasyon sırasında patojen mikroorganizmaları minimize

ettiği ve kurutma sürecinde tamamen yok ederek antimikrobiyel etki gösterdiği bulunurken (Dağlıoğlu, Arıcı, Konyalı ve Gümüş, 2002, s.516-518), başka bir çalışmada ise yüksek besin değeri ve enerji içeriği sayesinde kwashiorkor ile marasmus gibi yetersiz ve dengesiz beslenme sonucu ortaya çıkan hastalıklara karşı tüketilmesinin fayda sağlayacağı bildirilmiştir (Erbaş vd., 2005, s.355).

Bu çalışmada, tüketimi çok yaygın olmasına karşın besleyiciliği düşük olan ekmeğin yaş tarhana hamurundan üretilmesiyle zenginleştirilmesi ve farklı oranlardaki maya ilavesi ile duyuşal açıdan kabul edilebilirliğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Yaptığımız çalışma, alanyazına katkı sağlaması ve sonraki çalışmalarda yol gösterici olması sebebiyle önem arz etmektedir. Ayrıca tarhanaya farklı kullanım olanakları sunarak tüketiminin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır.

Gereç ve Yöntem

Gereç

Bu çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi Efes Meslek Yüksekokulu'nun laboratuvarında gerçekleştirilmiştir. Tarhana ekmeği yapımında kullanılan malzemeler İzmir'deki yerel bir marketten satın alınmıştır. Ekmek yapımı için buğday unu ile %4,0 süt yağı içeriğine sahip inek sütünden üretilen yoğurt kullanılmıştır. Kontrol grubu ekmek doğal fermantasyona bırakılırken diğer örnekler için Dr. Oetker instant maya (İçeriği: maya; *Saccharomyces cerevisiae*, emülgatör; *sorbitan monostearat*) kullanımı tercih edilmiştir. Tarhana yapımında kullanılan tüm malzemeler (domates, soğan, yeşilbiber, kırmızıbiber, dereotu, taze nane ve haşlanmış nohut) ön hazırlık sürecinde, sap, çöp ve çekirdeklerinden ayrıştırıp yıkanarak kullanıma uygun hâle getirilmiştir.

Yaş Tarhana Hamurundan Ekmek Üretimi

Çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi Efes Meslek Yüksekokulu'nun laboratuvarında gerçekleştirilmiştir. Tarhana hamurunun yapımı, İbanoğlu ve Maskan (2002)'in çalışmasında kullanılan yöntemin uyarlanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Ekmek yapım aşamasında ise Stokić vd. (2015)'nin çalışmasında yer alan yöntem kullanılmıştır.

Her bir ekmek örneği için tarhana hamuru yapımında; 310 g buğday unu, 125 g yoğurt, 30 g domates, 30 g soğan, 5 g kırmızıbiber, 5 g yeşilbiber, 5 g dereotu, 5 g taze nane, 5 g haşlanmış nohut, 10 g tuz ve 75 ml su kullanılmıştır. Örnekler arasında değişkenlik gösteren tek ürün maya olup sırayla; 0 g, 7,50 g, 15 g ve 22,50 g olarak belirlenen miktarlarda, ekmek formülasyonuna ilave edilmiş ve dört farklı ürün elde edilmiştir.

Tarhana hamuru yapımında öncelikle 120 g soğan, mutfak robotunda (Termomix, TM6) hızlı devirde 10 saniye boyunca küp şeklinde doğranmıştır. Soğanlardan sonra 120 g domates, orta devirde 10 saniye boyunca karıştırılarak püre haline getirilmiştir. Daha sonra un, yoğurt ve maya haricindeki tüm malzemeler, 40 g tuz ve 100 ml suyun da ilave edilmesiyle mutfak robotunda hızlı devirde 10 saniye karıştırılarak doğranmıştır. Homojen hâle gelen karışım aynı robotta 90 °C sıcaklıkta 15 dk. boyunca pişirilmiş ve oda sıcaklığında kontrollü soğumaya bırakılmıştır.

Sıcaklığı 40 °C'ye düşen karışım, dört farklı ekmek formülasyonunun hazırlanması için eşit miktarda bölünerek kaplara aktarılmıştır. Maya aktivasyonu için uygun sıcaklık koşulları 40-45 °C arasında olduğundan dolayı (Durlu Öz-kaya, Ayhan ve Coşansu, 2015, s.157; Elgün, 1982, s.155) kaplardaki karışımlara sırasıyla %0, %2,50, %5 ve %7,25 oranlarında maya ilave edilmiştir. Maya oranları, Birch, Petersen ve Hansen (2013)'in çalışmasından örnek

alınarak uyarlanmıştır. Kontrol grubu (%0) ile maya ilaveli karışımlar (%2,50, %5 ve %7,25), oda sıcaklığına gelene kadar dinlenmeye bırakılmıştır. Dinlenme işlemi tamamlanan karışımların her birine un, yoğurt ve 50 ml. su ilave edilmiş ve karışımlar, hamur yoğurma makinesinde (Promix, Ef802) düşük ayarda 5 dk. yoğurulmuştur. Daha sonra el yordamıyla toparlanan hamurlara şekil verilmiştir.

Birinci fermantasyon aşaması için kaplara alınan hamurların üzerleri streç filmle kapatılıp 45 dk. boyunca dinlenmeye bırakılmıştır. İlk fermantasyon tamamlandıktan sonra fırın tepsisine alınan hamurlar, inkübatörde 32 °C sıcaklıkta 30 dk. süresince ikinci fermantasyona bırakılmıştır. Tüm fermantasyon süreçleri tamamlanan hamurlar, önceden ısıtılmış 180 °C'deki fırında, sıcaklık ayarı 210-220 °C'ye ayarlanarak 30 dakika boyunca kontrollü olarak pişirilmiştir. Pişen ekmeklerin 10 dk. oda sıcaklığında bekletilmesiyle soğuması sağlanmıştır. Ardından 48 saat boyunca buzdolabı koşullarında (+4) depolanarak dinlendirilmiştir.

Duyusal Analiz

Ekmeklerin duyusal analizi, Dokuz Eylül Üniversitesi Efes Meslek Yüksekokulu öğrencilerine, personellerine ve akademisyenlerine uygulanmıştır. Uygulanan duyusal analiz için Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 17/05/2022 tarih ve 2 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır. Analiz hazırlığı için öncelikle ekmekler, depolandıkları buzdolabından çıkarılarak oda sıcaklığında yaklaşık 30 dk. bekletilmiştir. Tüketime uygun hale gelen ekmekler, eşit boyutlarda dilimlenmiştir. Panelistlere sunulması amacıyla beyaz kâğıt tabakların üzerine yatay ve dikey çizgi çekilerek her tabakta dört bölüm oluşturulmuş ve bölümlerin her birine rastgele belirlenen kodlar yazılarak ekmekler yerleştirilmiştir.

Duyusal analiz testi uygulanmadan önce panelistlere analizle ilgili kısa bir eğitim verilmiştir. Yarı eğitilmiş 51 panelistin demografik dağılımı ise 19-63 yaş aralığında 19 erkek ve 32 kadın panelist şeklinde oluşmuştur. Uygulanan duyusal analiz testinde dört ana başlık (görünüş özellikleri, tekstür özellikleri, tat ve aroma özellikleri, genel kabul edilebilirlik) oluşturulmuş ve 1-5 aralığındaki hedonik ölçek (1: Hiç beğenmedim ve 5: Çok beğendim) kullanılmıştır. Ayrıca her bir örnek için rastgele oluşturulan kodlar, “ekmek örnekleri” başlığı altında toplanmıştır.

Duyusal analiz testinde görünüş özellikleri başlığı altında; şekil ve simetri, kabuk rengi ve ekmeğin içi rengi, tekstür özellikleri başlığı altında; ekmeğin yumuşaklığı, kırılabilirlik ve ağız hissi, tat ve aroma başlığı altında; tat ve aroma değerleri, genel kabul edilebilirlik başlığı altında ürünün genel beğeni durumu ölçülmeye çalışılmıştır.

İstatistiksel Analiz

Denemeler 2 tekerrürlü olarak gerçekleştirilmiştir. Duyusal analiz testinde elde edilen veriler, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile değerlendirilmiştir. Ortalama değerlerin istatistikî farklılığını belirlemek için $P < 0.05$ olasılık düzeyinde Duncan çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır. İstatistiksel analiz için SPSS 26 paket programı tercih edilmiştir.

Bulgular ve Tartışma Katılımcıların Özellikleri

Duyusal analiz testine katılan kişilerin, %37,25'i erkeklerden, %62,74'ü kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların %50,98'i (26 kişi) 19-25 yaş aralığında yer alırken, %49,01'i (25 kişi) 26-63 yaş aralığında yer almaktadır.

Duyusal Analiz Sonuçları Ekmeklerin görünüş özellikleri

Duyusal analiz testinin ilk bölümünde yer alan görünüş özellikleri; şekil ve simetri, kabuk rengi ve ekmeğin içi rengi olmak üzere üç alt başlıktan oluşmaktadır (Tablo 1).

Ekmeklerin şekil ve simetri özelliği değerlendirildiğinde, 4,3 ortalamayla TE2 ekmeği en yüksek puanı 2,76 ile kontrol ekmeği en düşük puanı almıştır. Şekil 1 ve Şekil 5'te yer alan iki ekmeğin arasındaki şekil ve simetri farkı açıkça görülmektedir. TE1 ve TE3 ekmeklerinin puan ortalamaları ise TE2 ekmeğine yakın bulunmuştur. Duncan testi sonuçlarına göre kontrol ekmeğinin şekil ve simetri özelliği diğer ekmeğin örneklerinden farklılık göstermektedir ($P < 0.05$). Bu durumun sebebi ise kontrol ekmeğinde maya bulunmamasına dayandırılabilir.

Örneklerin kabuk rengi değerlendirmesi yapıldığında, 4,29 ile TE3 ekmeği en yüksek puanı alırken, kontrol ekmeği 2,00 ile yine en düşük puanı almıştır. Şekil 1 ve Şekil 7'de yer alan görsellerdeki ekmeklerin kabuk rengi farkı açık bir biçimde görülmektedir. Duncan testi ile yapılan karşılaştırma sonucunda kontrol ekmeğinin kabuk rengi diğer ekmeğin örneklerinden önemli derecede farklı bulunmuştur ($P < 0.05$). Bu durumun, ekmeğin fırındaki konumu ve maya yokluğundan ötürü hacimce diğer ekmeklerden küçük olması gibi iki ayrı sebepten kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Ekmeğin içi rengi değerlendirmesinde ise 2,19 ile kontrol ekmeği en düşük puanı almıştır. TE3 ekmeği 4,19 ile en yüksek puanı alırken TE1 ve TE2 ekmekleri de TE3 ekmeğine yakın puanlara sahiptir. Şekil 2, Şekil 4, Şekil 6 ve Şekil 8'de, ekmeklerin ikiye bölünmüş hali mevcuttur.

Ürünlerin ekmek içi rengi incelendiğinde kontrol ekmeğinin ekmek içi gelişimi ve buna bağlı oluşan ekmek içi rengindeki farklılık açıkça görülmektedir. Karşılaştırma testinde, kontrol ekmeğinin ekmek içi rengi diğer örneklerden önemli ölçüde ($P<0.05$) farklılık göstermektedir. Bunun sebebi ise kontrol ekmeğinde maya yokluğundan ötürü kabarmanın sağlanamaması ve ekmek iç yapısının istenilen şekilde gelişmemesi olarak açıklanabilir. Plazotta, Sillani ve Manzocco (2018), ürettikleri marul atığı katkılı ekmeklerin renk değerlerini ölçtüklerinde ekmeğin açıklık değerinin düşerek

koyulaştığını ve kırmızılık ile sarılık değerlerinin yükseldiğini bildirmişlerdir. Ziemichód, Rózyło ve Dziki (2020), tüm ve öğütülmüş keten tohumu ile ürettikleri ekmeklerin renk değerlerinde açıklığın kontrol ekmeğine göre düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Tüm keten tohumlu ekmekte kırmızılık değeri değişirken her iki türdeki ekmek üretimi için sarılık değerinin azaldığı gözlenmiştir. Bu çalışmalardan da yola çıkarak ekmek üretiminde kullanılan ürünlerin de ekmek rengi üzerinde önemli etkisi olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Ekmeklerin görünüş özelliklerine ait puanlar (ortalama \pm standart sapma)

Gruplar	Maya Oranı	Şekil ve Simetri	Kabuk Rengi	Ekmek İçi Rengi
TE (Kontrol)	%0	2,76 \pm 1,37 ^a	2,00 \pm 1,13 ^a	2,19 \pm 1,26 ^a
TE1	%2,5	4,05 \pm 0,94 ^b	3,86 \pm 1,02 ^b	3,96 \pm 0,93 ^b
TE2	%5	4,23 \pm 0,81 ^b	4,25 \pm 0,79 ^b	3,92 \pm 0,95 ^b
TE3	%7,25	4,11 \pm 0,86 ^b	4,29 \pm 0,75 ^b	4,19 \pm 0,91 ^b

Aynı sütunda farklı harflerle işaretlenmiş ortalamalar arasındaki farklar istatistiksel açıdan önemlidir ($P<0.05$).



Şekil 1. Pişirilmiş TE (Kontrol) ekmeği



Şekil 2. Pişmiş TE ekmeğinin kesilmiş hali



Şekil 3. Pişirilmiş TE1 ekmeği



Şekil 6. Pişmiş TE2 ekmeğinin kesilmiş hali



Şekil 4. Pişmiş TE1 ekmeğinin kesilmiş hali



Şekil 7. Pişirilmiş TE3 ekmeği



Şekil 5. Pişirilmiş TE2 ekmeği



Şekil 8. Pişmiş TE3 ekmeğinin kesilmiş hali

Ekmeklerin tekstür özellikleri

Duyusal değerlendirmenin ikinci kısmını oluşturan tekstür özellikleri; ekmek yumuşaklığı (sıklık ve yumuşaklık), kırılgenlik ve ağız hissi (çiğnenebilirlik, sertlik, yapışkanlık) olarak üç alt başlıktan oluşmaktadır. Test sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ekmeklerin tekstür puanları (ortalama değer \pm standart sapma)

Gruplar	Maya Oranları	Ekmek Yumuşaklığı	Kırılgenlik	Ağız Hissi
TE (Kontrol)	%0	1,94 \pm 1,10 ^a	2,03 \pm 1,24 ^a	1,92 \pm 1,12 ^a
TE1	%2,5	3,60 \pm 1,02 ^b	3,49 \pm 1,15 ^b	3,64 \pm 1,05 ^b
TE2	%5	3,98 \pm 1,08 ^b	3,66 \pm 0,99 ^b	3,90 \pm 0,98 ^b
TE3	%7,25	3,82 \pm 0,88 ^b	3,82 \pm 0,88 ^b	3,84 \pm 1,13 ^b

Aynı sütunda farklı harflerle işaretlenmiş ortalamalar arasındaki farklar istatistiksel açıdan önemlidir ($P < 0.05$).

Örnekler arasındaki ekmek yumuşaklığı değerlendirmesinde en yüksek puanı 3,98 ile TE2 ekmeği alırken, bunu sırasıyla 3,86 ve 3,60 ortalamalarıyla TE3 ve TE1 ekmekleri izlemektedir. Kontrol ekmeği ise 1,94 puan ortalaması ile diğer örneklerden önemli ölçüde farklılık göstermektedir ($P < 0.05$). Aynı şekilde ekmeklerin kırılgenlik değerleri incelendiğinde de TE1, TE2 ve TE3 örnekleri arasında farklılığın önemli olmadığı fakat kontrol ekmeğinin diğer örneklerden önemli farklılık ($P < 0.05$) gösterdiği tespit edilmiştir. TE3 ekmeği 3,82 puan ortalaması ile en yüksek kırılgenlik değerine sahipken kontrol ekmeği, 2,03 ile en düşük puanı almıştır. Elde edilen sonuçlara bakıldığında, hamurun fiziksel gelişiminde önemli rol üstlenen mayanın (Milli Eğitim Bakanlığı, 2018, s.23) kontrol ekmeğinde bulunmaması, glutenin elastikiyet kazanmasını engellemiş ve dolayısıyla pişme sırasında gaz çıkışı sağlanamamıştır. Bu durum gözeneksiz, sıkı ve sert bir ekmek elde edilmesine neden olmuştur. Diğer örneklerde maya aktivasyonu sayesinde hamur gelişiminin istenilen şekilde tamamlanması-

la ekmek yumuşaklığı ve kırılgenlik değerleri beklenen düzeye ulaşmıştır. Böylece örnekler birbirine benzer ($P > 0.05$) sonuçlar göstermiştir. Gaglio vd. (2019) mantar tozu ilavesiyle ürettikleri ekmeklerde mantar tozunun ekmek hacmini ve yumuşaklığını azalttığını aktarırken, benzer sonuçlara Wirkajowska vd. (2020) ile Arı Akın, Tayfun, Tamer ve Boyacı (2021)’nin çalışmasında da rastlanmıştır. Wirkajowska vd. (2020), keten tohumu yan ürünleriyle üretilen ekmeklerin hacminin ve gözenek yapısının olumsuz etkilendiğini aktarırken Arı Akın vd. (2021), çay lifi katkılı ekmeklerde hacmin azalıp sertliğin arttığını aktarmışlardır. Bu çalışmalar, ekmek yapım sürecinde kullanılan taze sebze ve bitkilerin veya bunların toz formlarının ekmeğin hacim ve sertliği üzerinde olumsuz etkiler oluşturduğunu kanıtla da yaptığımız çalışmada yeterli düzeyde maya miktarı ile bu olumsuzlukların bertaraf edilebileceği gösterilmiştir. Tekstür özelliği kategorisinin son alt başlığı olan ağız hissi değerlendirmeleri incelendiğinde ise 1,94 puan ortalaması ile yine kontrol ekmeğinin en düşük değere sahip olduğu ve di-

ğer ekme örneklerinden kayda değer biçimde farklılık gösterdiği ($P<0.05$) görülmektedir. Bu durumun sebebi de diğerleriyle benzer olup maya yokluğundan dolayı kontrol ekmeğinin hamur gelişimini tamamlayamaması olarak açıklanabilir. Ayrıca tüm ekmeklere eşit sürede uygulanan fermantasyonun, kontrol ekmeği için yeterli olmadığı tahmin edilmektedir.

Duyusal analiz testinin son iki bölümünü oluşturan tat ve aroma özelliği ile genel kabul edilebilirlik değerleri incelendiğinde, her iki özellik için kontrol ekmeğinin diğer ekmeklerle farklılık ($P<0.05$) gösterdiği görülmektedir. Test sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tat ve aroma özelliği kıyaslandığında, 3,70 ile TE1 örneği en yüksek puanı alarak en çok beğenilen ekme seçilmiştir. TE2 ve TE3 ekmekleri de yakın puanlar ile beğenilen ekmekler arasında yer almıştır. Kontrol ekmeği ise 2,09 puan ortalamasıyla en düşük değere sahip ekme olmuştur. Fermantasyon sürecinde mayanın tat ve aromaya olan katkısı kontrol ekmeğinde gerçekleşmediği için yine en düşük puan ortalamasıyla diğer örneklerden önemli ölçüde farklılık göstermiştir ($P<0.05$).

Genel kabul edilebilirlik özelliği incelendiğinde, 2,01 ile en düşük puanı kontrol ekmeği alırken, 3,86 ile TE3 ekmeği en yüksek puanı almıştır. TE3 ekmeğini, TE2 ve TE1 ekmekleri izleyerek yakın puanlar elde etmişlerdir.

Tüm duyusal özelliklerin sonuçları değerlendirilecek olursa kontrol ekmeği, maya katkılı ekmeklerden önemli farklılıklar ($P<0.05$) gösterirken, maya katkılı ekmekler arasında farklılığın kayda değer olmadığı görülmektedir. Bu durum, kullanılan maya oranı ve fermantasyon süreciyle ilişkilendirilmiştir.

Çünkü maya oranı arttıkça fermantasyon süresi kısılır. Üretilen ekmeklerin hepsine eşit fermantasyon süresi uygulanmış olması mayalı örnekler arasında belirgin olmayan farklılıkların oluşmasına neden olmuştur. Bu durumda, en yüksek maya oranına sahip olan T3 ekmeği, görünüş özelliklerinde en yüksek değerlere sahipken tat ve aroma, ekme yumuşaklığı ve ağız hissi gibi kriterlerde daha düşük değerlere sahiptir. Dolayısıyla fermantasyon süresi uzadıkça bazı duyusal özelliklerde az da olsa düşüş yaşanabileceği görülmektedir. TE2 ekmeğinin, şekil ve simetri, ekme yumuşaklığı ve ağız hissi özelliklerinde en yüksek puanları alması, maya oranının ekmeğin fiziksel özelliklerindeki gelişim için ideal olduğunu göstermektedir. TE1 ekmeğinin tat ve aroma özelliğinde en yüksek puanı alması için ise kullanılan maya oranının, fermantasyon süresiyle daha iyi denge sağladığı söylenebilir. Çünkü endüstriyel ekme üretiminde maya için belirlenen ideal oran, %2 ile %3 arasındadır (Akgün, 2007: 3). TE1 ekmeğinde %2,50 oranında maya kullanılması ve üretim sürecindeki fermantasyon süresi, standart ekme üretimiyle uyum göstermektedir. Dolayısıyla TE1 ekmeğinin tat ve aroma oluşumu için en uygun koşulları karşılıyor olması, aromasının daha iyi algılanmasını sağlamış olabilir. TE3 ekmeği ise kabuk rengi, ekme içi rengi, kırılabilirlik ve genel kabul edilebilirlik özelliklerinde en yüksek puanları almıştır. Bu durum, yüksek maya oranı sayesinde glutenin en iyi gelişim gösterdiği ekme örneği olduğunu kanıtlamaktadır. Kontrol ekmeğinde gözlemlenen düşük duyusal değerler ise fermantasyon süresiyle ilişkilendirilmiştir. Maya ilavesi olmadığı için düşük duyusal değerlere sahip olan kontrol ekmeği, hamur gelişimi için daha uzun fermantasyon süresine ihtiyaç duymaktadır.

Tablo 3. Ekmeklerin tat ve aroma ile genel kabul edilebilirlik puanları (ortalama değer \pm standart sapma)

Gruplar	Maya Oranları	Tat ve Aroma	Genel Kabul Edilebilirlik
TE (Kontrol)	%0	2,09 \pm 1,30 ^a	2,01 \pm 1,20 ^a
TE1	%2,50	3,70 \pm 1,08 ^b	3,70 \pm 1,11 ^b
TE2	%5	3,60 \pm 1,15 ^b	3,74 \pm 1,16 ^b
TE3	%7,25	3,64 \pm 1,29 ^b	3,86 \pm 1,16 ^b

Aynı sütunda farklı harflerle işaretlenmiş ortalamalar arasındaki farklar istatistiksel açıdan önemlidir ($P < 0,05$).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, ekmeğin duyuşsal özellikleri üzerinde kullanılan mayanın önemli etkileri olduğu görülmektedir. Özellikle aroma bileşiklerinin gelişmesinde ve ekmekteki istenilen tadın sağlanmasında mayanın metabolik bileşimi, fermentasyon sürecindeki gelişime katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla kullanılan mayanın türü ve miktarı da bu doğrultuda ekmeğin duyuşsal özelliklerinde farklılıklar oluşmasına sebep olmaktadır (Brich vd., 2013, s. 165; Brich vd., 2014, s. 112).

Heitmann vd. (2017), farklı *Saccharomyces cerevisiae* suşlarıyla üretilen ekmeklerin duyuşsal profili üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada, kullanılan maya suşunun ekmeğin aroması, duyuşsal özellikleri ve teknolojik somun karakteristiği üzerinde önemli etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Birch vd. (2013) yaptıkları çalışmada, yedi farklı fırıncılık mayasının (Maltserkors, Sema, Skærtøftmølle, Zymarom, Bruggeman, Rapunzel, l'Hirondelle) ekmeğin aroma gelişimine etkisini araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, mayaların ekmek aroması ve fermentasyon süreci üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olduğu aktarılmıştır. Denemeler sonucunda iki Belçika mayasının (Bruggeman ve Zymarom) en iyi aroma profilini oluşturduğu aktarılmıştır. Brich vd. (2014), ekmek aromasında maya kullanımının etkisi üzerine yaptıkları araştırmada, fermente edilmiş ekmeğin sahip olduğu aroma bileşiklerinin, maya akti-

vasyonu sayesinde oluşan uçucu bileşiklerden kaynaklandığını ve böylece mayanın, ekmeğin aroması üzerinde baskın bir etki gösterdiğini saptamışlardır. Martins vd. (2015), bira endüstrisinden temin edilen kuru kullanılmış mayanın (*Saccharomyces pastorianus*) ev yapımı ekmeği zenginleştirmesi üzerine yaptıkları çalışmada, mayanın ekmekten sağlanan B-glucan alımını yaklaşık olarak iki katına çıkardığını ve bundan dolayı ekmeklerin kabuk rengi ile koku yoğunluğu üzerinde kayda değer farklılıkların meydana geldiğini tespit etmişlerdir. Panelistlerin genel değerlendirme sonuçlarında ise tüm örneklerin, kabuk rengi ve koku değerleri haricinde birbirine benzer olduğu kaydedilmiştir. Mohd Noor, Petersen ve Hansen (2016), %2, 4 ve 6 oranlarında maya (*Saccharomyces cerevisiae*) kullanarak ürettikleri ekmeklerin aroma profillerini incelediklerinde, en önemli aroma bileşiklerinden biri olan 2-feniletanolün en yüksek değeri %6 oranındaki maya ilaveli örnekte olduğunu bulmuşlardır.

Yapmış olduğumuz çalışmada, farklı maya oranlarıyla tarhana hamurundan üretilen ekmeğin tat ve aroma değerleri, Mohd Noor vd. (2016)'nin çalışmasındaki aroma bulgularıyla farklılık göstermektedir. Bu çalışmada, panelistlerin aroma puanları değerlendirildiğinde istatistiksel açıdan önemli bir fark olmamasına rağmen en yüksek değer en düşük maya oranına sahip TE1 (%2,50 maya) ekmeğinde olduğu

görülmektedir. Dolayısıyla ekmeğin aroma profili için bu çalışmada mayanın önemli bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Ayrıca yapılan ölçümlerden elde edilen bulguların dışında, panelistlerin ya da tüketicilerin algı düzeylerinin de ekmeğin duyuşal değerlendirmesinde önemli olduğu anlaşılmıştır.

Sonuç

Günlük beslenmede en fazla tüketilen gıdaların başında yer alan ekmeğin, zengin besin içeriğine sahip fermente gıdalardan biri olan tarhananın yaş halinden üretilerek duyuşal özelliklerinin belirlenmesi adına yapılan çalışmada, üretilen ekmeklerin tüketime uygun olup olma-yaacağı tespit edilmiştir. Farklı maya oranlarıyla üretilen ekmeklerin yarı eğitimli panelistler tarafından değerlendirilmesi sonucunda kontrol ekmeği haricindeki tüm örneklerin duyuşal parametreleri olumlu sonuçlanmıştır. Çünkü üretilen ekmeklerde kullanılan maya; ekmekte istenen kabarıklığı sağlaması, ekmek içi özelliklerini iyileştirmesi, kabuk rengi gelişimine yardımcı olması ve ekmeğin diğer duyuşal özelliklerini istenilen seviyelere ulaştırması gibi etkilerinden dolayı üretimde önemli bir rol üstlenmiştir. Dolayısıyla çalışma sonucunda maya katkılı TE1, TE2 ve TE3 ekmeklerinin tüketime uygun olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, yaş tarhana hamurundan üretilen ekmeğin duyuşal özellikleri üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Tarhana hamurundan ekmek üretimi üzerine yapılacak olan diğer araştırmalarda, bu ekmeklerin mikrobiyolojik analizleri, tüketici temelinde beğenilirlik düzeyi veya satın alma tutumu, sektörel açıdan ise endüstriyel üretime uygunluğu veya pazarlama boyutu gibi konular ele alınarak alanyazına katkı sağlanabilir.

Kaynakça

Akgün, F. B. (2007). Ekşi Hamur Tozu Eldesi ve Ekmek Üretiminde Kullanılabilen Olanakları. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.

Arı Akın, P., Tayfun, K. E., Tamer, U., Boyacı, İ. H. (2021). Çay liflerinin buğday unu ve ekmekte diyet lifi kaynağı olarak kullanılması. *Tahıl Kimyası*, 98(5), 1049-1058.

Ayhan, K., Coşansu, S., Durlu Özkaya, F. (2015). Fonksiyonel Gıdalar ve Biyoaktif Maddeler. Her Yönüyle Gıda (ss.147-186). İzmir: Sidas Medya Ltd. Şti.

Birch, A. N., Petersen, M. A., Arneborg, N., Hansen, Å. S. (2013). Influence of commercial baker's yeasts on bread aroma profiles. *Food Research International*, 52(1), 160-166. Doi: 10.1016/j.foodres.2013.03.011.

Birch, A. N., Petersen, M. A., Hansen, Å. S. (2014). Aroma of wheat bread crumb. *Cereal Chemistry*, 91(2), 105-114. Doi: 10.1094/CCHEM-06-13-0121-RW.

Certel, M., Erbaş, M., Uslu, M. K., Erbaş, M. O. (2007). Effects of fermentation time and storage on the watersoluble vitamin contents of tarhana. *Journal of The Science of Food and Agriculture*, 87(7), 1215-1218. Doi: 10.1002/jsfa.2810.

Daghoğlu, O., Arıcı, M., Konyalı, M., Gümüş, T. (2002). Effects of tarhana fermentation and drying methods on the fate of *Escherichia coli* O157: H7 and *Staphylococcus aureus*. *European Food Research and Technology*, 215(6), 515-519. Doi: 10.1007/s00217-002-0584-0.

- Ekinci, R. (2005).** The effect of fermentation and drying on the water-soluble vitamin content of tarhana, a traditional turkish cereal food. *Food Chemistry*, 90(1-2), 127-132. Doi: 10.1016/J.Foodchem.2004.03.036.
- Elgün, A. (1982).** Ekmek yapım teknolojisi ve ekmekçiliğimiz. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 13(1-2), 153-164.
- Erbaş, M., Ertugay, M. F., Erbaş, M. Ö., Certel, M. (2005).** The effect of fermentation and storage on free amino acids of tarhana. *International Journal of Food Sciences and Nutrition*, 56(5), 349-358.
- Gaglio, R., Guarcello, R., Venturella, G., Palazzolo, E., Francesca, N., Moschetti, G., Gargano, M. L. (2019).** Microbiological, chemical and sensory aspects of bread supplemented with different percentages of the culinary mushroom *pleurotus eryngii* in powder form. *International Journal of Food Science & Technology*, 54(4), 1197-1205.
- Guarner, F., Perdigon, G., Corthier, G., Salminen, S., Koletzko, B., Morelli, L. (2005).** Should yoghurt cultures be considered probiotic? *British Journal of Nutrition*, 93(6), 783-786.
- Hasler, C. M. (2002).** Functional foods: benefits, concerns and challenges—A position paper from the american council on science and health. *The Journal of Nutrition*, 132(12), 3772-3781.
- Heitmann, M., Zannini, E., Axel, C., Arendt, E. (2017).** Correlation of flavor profile to sensory analysis of bread produced with different *saccharomyces cerevisiae* originating from the baking and beverage industry. *Cereal Chemistry*, 94(4), 746-751. Doi: 10.1094/CCHEM-03-17-0044-R.
- İbanoğlu, Ş., Maskan, M. (2002).** Buğday unu-yoğurt karışımı olan tarhana hamurunun kuruma davranışına pişirmenin etkisi. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 54(2), 119-123.
- Kotancılar, G., Çelik, İ., Ertugay, Z. (1995).** Ekmeğin besin değeri ve beslenmedeki önemi. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 26(3), 431-441.
- Martins, Z. E., Erben, M., Gallardo, A. E., Silva, R., Barbosa, I., Pinho, O., Ferreira, I. M. P. L. V. O. (2015).** Effect of spent yeast fortification on physical parameters, volatiles and sensorial characteristics of homemade bread. *International Journal of Food Science & Technology*, 50(8), 1855–1863.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) (2018).** Ekmek Çeşitleri. http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Ekmek%20Çeşitleri.pdf
- Mohd Noor, N.Q.I.B., Petersen, M. A., Hansen, Å. S. (2016).** Volatile compounds in crumb of wholemeal wheat bread fermented with different yeast levels and fermentation temperatures. *Cereal Chemistry*, 93(2), 209-216. Doi: 10.1094/CCHEM-09-14-0196-R.
- Omran, A. A., Seleem, H. A., Alfauomy, G. A. (2020).** Evaluation of pan bread quality enriched with onion peels powder. *Plant Archives*, 20(2), 9029-9038.
- Özdemir, N., Yazıcı, G., Şimşek, Ö., Özkal, S. G., Çon, A. H. (2018).** The effect of lactic acid bacteria and yeast usage on aroma development during tarhana fermentation. *Food Bioscience*, 26, 30-37.

- Özdemir, S., Göçmen, D., Yıldırım Kumral, A. (2007).** A traditional turkish fermented cereal food: Tarhana. *Food Reviews International*, 23(2), 107-121.
- Özkaya, H. (1984).** Ekmek aroması ve buna etkili faktörler. *Gıda*, 9(1), 21-27.
- Özkaya, H. (1986).** Buğday, un ve ekmeğin besin değeri ve ekmeğin zenginleştirilmesi. *Gıda*, 11(3), 165-173.
- Pekcan, G., Şanlier, N., Baş, M. (2016).** Türkiye Beslenme Rehberi 2015. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031. <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/rehberler/2015-beslenme-rehberi.pdf>
- Pico, J., Bernal, J., Gómez, M. (2015).** Wheat bread aroma compounds in crumb and crust: A review. *Food Research International*, 75, 200-215.
- Plazzotta, S., Sillani, S., Manzocco, L. (2018).** Exploitation of lettuce waste flour to increase bread functionality: Effect on physical, nutritional, sensory properties and on consumer response. *International Journal of Food Science & Technology*, 53(10), 2290-2297.
- Sabanis, D., Tzia, C. (2009).** Effect of rice, corn and soy flour addition on characteristics of bread produced from different wheat cultivars. *Food Bioprocess Technology*, 2, 68-79. Doi: 10.1007/s11947-007-0037-7.
- Santiago, B., Calvo, A. A., Gullon, B., Feijoo, G., Moreira, M. T., Gonzalez-Garcia, S. (2020).** Production of flavonol quercetin and fructooligosaccharides from onion (*Allium Cepa* L.) waste: An environmental life cycle approach. *Chemical Engineering Journal*, 392, 123772. Doi: 10.1016/j.cej.2019.123772.
- Stokić, E., Mandić, A., Sakač, M., Mišan, A., Pestorić, M., Šimurina, O., Jambred, D., Jovanov, P. Nedeljkovic, N. Milovanovic, I., Sedej, I. (2015).** Quality of buckwheat enriched wheat bread and its antihyper-lipidemic effect in statin treated patients. *LWT-Food Science and Technology*, 63(1), 556-561.
- Tamer, C. E., Kumral, A., Aşan, M., Şahin, İ. (2007).** Chemical Compositions of traditional tarhana having different formulations. *Journal of Food Processing and Preservation*, 31(1), 116-126.
- Wirkijowska, A., Zarzycki, P., Sobota, A., Nawrocka, A., Blicharz-Kania, A., Andrejko, D. (2020).** The possibility of using by-products from the flaxseed industry for functional bread production. *LWT*, 118, 108860. Doi: 10.1016/j.lwt.2019.108860.
- Ziemichód, A., Różyło, R., Dziki, D. (2020).** Impact of whole and ground-by-knife and ball mill flax seeds on the physical and sensorial properties of gluten free-bread. *Processes*, 8(4), 452. Doi: 10.3390/pr8040452

Çevrim İçi Yemek Tariflerine Yönelik Betimsel Bir İnceleme: Nefis Yemek Tarifleri Web Sitesi Örneği

Enes GÜLEÇ

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı

enes.gulec@mku.edu.tr

ORCID: 0000-0002-6684-6522

Kutay OKTAY

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Turizm İşletmeciliği Bölümü

koktay@kastamonu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0552-0913

Geliş tarihi / Received: 03.06.2022

Kabul tarihi / Accepted: 19.09.2022

Öz

Yemek yapma kararı öncesi, yemek tarifleri hakkında çevrim içi bilgi araştırması yapan bireylerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu eğilim sonucunda bireyler, yemek tarifi kitapları gibi bilgi kaynaklarının yerine arama motorlarını ve sosyal ağları bilgi kaynağı olarak kullanmaya başlamıştır. Türkiye'deki popüler yemek tarifi platformları arasında yer alan bir web sayfasını ele alan bu çalışma, Türk Mutfak kültürünün mevcut konumunu tespit ederek yerel ve küresel etkileşimini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada, 2020 yılı Kasım ve Aralık ayı içerisinde "Nefis Yemek Tarifleri" web sayfasında bulunan 678.597 yemek tarifinin yer aldığı 21 kategorideki en popüler 10 yemek tarifi ve bu yemek tariflerinin yazarlarına ilişkin bilgiler, betimsel analiz tekniğiyle incelenmiştir. Bu kapsamda, 210 yemek tarifi ele alınmıştır. Yemek tarifi araştırmacılarının çoğunlukla düşük maliyetli, kısa sürede ve kolay hazırlanabilen tarifleri defterlerine kaydettikleri görülmüştür. Yemek tarifi başlıklarının birçoğunda söz konusu yiyeceklerin duyuşal özellikleri, besin değeri, pratikliği ve lezzeti gibi birçok konuya yönelik betimlemeler yapıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çevrim içi, gastronomi, popüler kültür, Türk mutfağı, yemek tarifi.

A Descriptive Review of Online Food Recipes: The Case of Nefis Yemek Tarifleri Web Site

Abstract

The number of individuals who search for information about recipes online before the decision to cook is increasing day by day. As a result of this trend, individuals have started to use search engines and social networks as sources instead of information sources such as recipe books. This study, which deals with a website that is among the popular recipe platforms in Turkey, aims to determine the current position of Turkish Cuisine culture and to reveal its local and global interaction. In the research, the most popular 10 recipes in 21 categories with 678,597 recipes on the “Nefis Yemek Tarifleri” website in November and December 2020, and the information about the authors of these recipes were analyzed using descriptive analysis technique. In this context, 210 recipes were discussed. It has been observed that recipe researchers mostly record low-cost, short-time, and easy-to-prepare recipes in their notebooks. It has been determined that many of the recipe titles have descriptions for many subjects such as the sensory properties, nutritional value, practicality, and taste of the foods in question.

Keywords: *Online, gastronomy, popular culture, Turkish cuisine, recipe.*

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojileri zaman içerisinde önemli gelişmeler sağlayarak dünya genelindeki iletişim süreçlerinde de önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu hızlı gelişim ve değişim, internet yoluyla bilgilerin yoğun bir şekilde paylaşılmasını ve yaygınlaşmasını sağlamıştır. Bu durum, her geçen gün web ortamında paylaşılan veri miktarını öngörülen tahminlerin çok üzerinde artırmaktadır (Çubukçu, 2010; Dalgın ve Karadağ, 2007; Gülcan, 2009). Sanal ortamda üretilen bu veriler, genellikle bilginin saklanması amacıyla tasarlandıklarından tek başlarına kimi zaman önemli bir anlam ifade edememektedirler. Ham veriyi anlamlı hale dönüştürmek için kullanılan tekniklerden biri de veri madenciliğidir. Veri madenciliği sayesinde anlamsız veya işlenmemiş veri yığınlarından anlamlı ve kullanışlı bilgiler çıkartılabilmektedir (Romero ve Ventura, 2013).

Geçmişte kültür unsurları iyi bir şekilde arşivlenmediği için bu öğelerin birçoğu günümüze

ulaşamamıştır. Fakat günümüzde dinamik bir kültür hazinesi olan web siteleri arşivlenerek gelecek nesillere sunulabilmektedir (Lyman, 2022). Bu kapsamda, belirli web sitelerinin incelenmesine yönelik yapılan derleme çalışmaları önem taşımaktadır (Aldemir ve Oğuz, 2006).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler sonucunda kültür, oluşan dijital sistemlerin kurallarına göre şekillenmektedir. Bu nedenle günümüzde toplumlar, sosyal ağlarda kendi kültürel kodlarını üretmektedirler (Timisi, 2005). Sosyal medyanın toplumsal, ekonomik ve kültürel yaşamın şekillenmesinde etkin bir rolü olduğu görülmektedir. Özellikle 2000’li yıllardan sonra çok hızlı bir şekilde milyonlarca insanın günlük hayatında yer alan sosyal medya, zamanla teknolojik bir araç olmaktan çıkarak kültürel, endüstriyel ve toplumsal bir biçim haline gelmiştir. Sosyal medya ayrıca kültürle alakalı günlük hayatta popüler olanı sunan, değerlendiren ve popülerlik kimliği veren bir yönetsel iletişim aracı olmuştur (Karaduman, 2017).

Hayatın hemen hemen her alanında çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılan bilgi ve iletişim teknolojileri, yiyecek ve içecek alanında da yoğun olarak kullanılmaktadır (Dalgın ve Karadağ, 2007). Yemek tarifi web siteleri de bu alandaki önemli bilgi ve iletişim araçlarından biridir. Nefis Yemek Tarifleri, kullanıcılarının hazırladıkları yemek tariflerini paylaşabildikleri, 10 bini aşkın yazarın katkı sağladığı ve 500 binin üzerinde yemek tarifinin bulunduğu dünyanın en çok takip edilen Türkçe yemek tarifleri platformudur (<https://www.nefisyemektarifleri.com>). Detaylı tarif anlatımlarının yer aldığı web sitesi, 2007 yılında kurulmuştur. Nefis Yemek Tarifleri web sitesi blog, soru-cevap, takip, takipçi gibi özellikleri ile tariflerin paylaşıldığı ve değerlendirildiği sosyal bir yapı içermektedir.

Çevrim içi kaynakların yaygın bir şekilde kullanılması, bu kaynakları değerlendiren araştırmalara olan ihtiyacın da artmasına neden olmaktadır. Türkiye’de web sayfalarını değerlendiren çeşitli konularda çalışmalar bulunmasına rağmen (Akova, Öz ve Keskin, 2016; Bayram ve Yaylı, 2009; Çılgınoğlu ve Dalahmetoğlu, 2021; Çilesiz ve Arıkan, 2020; Çubukcu, 2010; Dündar, Fatih ve Özdemir, 2007; Köse ve Arslan, 2008; Öztürk ve Ayman, 2007; Öztürk ve Yılmaz, 2013; Pehlivan Baskın, 2022; Şimşek, Solmaz ve Güleç, 2021; Yaşar ve Altıncık, 2018) yemek tarifi sitelerinin değerlendirilmesine yönelik çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Bu nedenle, yemek tarifi paylaşım platformlarının değerlendirilmesi önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’nin önemli çevrim içi tarif paylaşım platformlarından biri olan Nefis Yemek Tarifleri web sayfasındaki Türk Mutfak Kültürünün mevcut konumu tespit edilerek yerel ve küreselin etkileşiminin ortaya konulmasıdır. Çalışma kapsamında Nefis Yemek Tarifleri web sitesi ziyaret edilerek içerik analizi tekniğiyle günün, haftanın, ayın ve tüm

zamanların popüler yemek tarifleri, popüler menüler, popüler yemek tarifi videoları ve en çok takip edilen yemek tarifi yazarlarının tarifleriyle ilgili verilerine ulaşılmıştır. Bu veriler kullanılarak Türk Mutfağının mevcut konumu, diğer mutfak kültürleriyle etkileşimi, Türk Mutfağının gelecekteki durumu ve güncel gastronomi akımları hakkında çıkarımlarda bulunulmaya çalışılmıştır.

Literatür İncelemesi

World Wide Web (www), insanlık tarihinde şimdiye kadarki en büyük veri deposu olarak kendini göstermektedir. Bu veri zenginliğinden tüm alanlar olduğu gibi gastronomi alanı ve buna bağlı olarak yemek tarifleri de kendisine düşen payı fazlasıyla almıştır. Yemek tarifi web siteleri, çeşitli ırklardan, kültürlerden ve sosyal sınıflardan insanlar tarafından hazırlanan yeni tariflerle her geçen gün giderek büyümektedir (Kim ve Chung, 2016). 2000’li yıllardan bu yana internetteki yemek tariflerinde görülen artış, bir yemeğe gösterilen sosyal ilgi ve yemek hareketleri gibi faktörlerin incelenmesini kolaylaştırmıştır (Herrera, 2020). Web madenciliği, internet ortamında oluşan bu büyük veri kütlelerini analiz etmede kullanılan tekniklerden biridir (Dolgun, Özdemir ve Oğuz, 2009).

Web Madenciliği

Web madenciliği, veri madenciliği yöntemlerinin internet üzerinde oluşan sosyal ağlara ait veri kümelerine uygulanmasıdır (Karcı ve Boy, 2011). Veri madenciliği, büyük veri kümelerindeki yapıları ve modelleri keşfetme teknolojisidir (Hand ve Adams, 2015). Verilerdeki geçerli, yeni, potansiyel olarak yararlı ve nihayetinde anlaşılabilir kalıpları belirleme süreci veri madenciliğini oluşturmaktadır. (Pal, Talwar ve Mitra, 2002). İnternet üzerinde bulunan bilgi kaynaklarının hızla artmasıyla kullanıcıların,

istedikleri bilgi kaynaklarını bulmak, kullanım modellerini izlemek ve analiz etmek için otomatik araçları kullanması giderek daha gerekli hale gelmiştir. Web madenciliği ise geniş anlamda internet ortamındaki yararlı bilgilerin keşfi ve analizi olarak tanımlanabilir (Cooley, Mobasher ve Srivastava, 1997).

Ticari bir web sayfası tipik olarak birçok bilgi bloğu içermektedir. Bu sayfalar, ana içerik bloklarının yanı sıra, genellikle gezinme panelleri, telif hakkı, gizlilik bildirimleri ve reklamlar gibi bloklara sahiptir (Yi, Liu ve Li, 2003). Web madenciliği, web tabanlı uygulamaların ihtiyaçlarını anlamak ve daha iyi hizmet vermek için kullanılmaktadır. İş bağlamında kullanıldığında ve bazı kişisel verilere uygulandığında, şirketlerin ayrıntılı müşteri profilleri oluşturmalarına ve pazarlama zekâsı kazanmalarına yardımcı olur (Srivastava vd., 2000; Van Wel ve Royackers, 2004). Web verileri, büyük ölçüde etiketsiz, dağınık, heterojen, yarı yapılandırılmış, yüksek boyutlu ve zamanla değişkenlik gösteren özellikler taşımaktadır. Bu nedenle web madenciliği, kişisel ve kesin olmayan sorguları işleme, özetleme, kişiselleştirme ve öğrenme ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktadır (Pal vd., 2002).

Web madenciliği, web'in hangi kısmına madencilik yapılacağına bağlı olarak üç ilgi alanına göre kategorize edilmektedir. Bunlar web içeriği madenciliği, web yapısı madenciliği ve Web kullanım madenciliği olarak sıralanmaktadır. Web içeriği madenciliği, web'deki bilgilere erişmek için hangi süreçlerin gerçekleştiğini incelemektedir. Web yapısı madenciliği, temel olarak kullanıcı ve web arasındaki ilişkiyi gösterir. Web yapısı madenciliğinin amacı, web sayfalarındaki bilgiler hakkında yapılandırılmış özetler üretmektir. Web kullanım madenciliğinde ise bir veya daha fazla web bölgesindeki kullanıcı verilerinden anlamlı modeller oluştu-

rulmaktadır (Sharma, Shrivastava ve Kumar, 2011). Bu modeller, web sitesi platformlarında kullanıcılara daha iyi hizmet verebilmek amacıyla kullanılmaktadır. Yemek tarifi web siteleri de bu modellerin kullanıldığı platformlardan biridir.

Yemek Tarifleri

Yiyecek tüketimi sağlığımız, duygularımız ve kültürümüzle karmaşık bir şekilde bağlantılıdır. İnsanlar, yaşadıkları topraklardan uzaklaşsalar da benimsedikleri yiyeceklerden ve kendi kültürlerine ait yemek tariflerinden kolayca vazgeçmemişlerdir (Aksatan, 2016). Öyle ki yabancı bir ülkede yeni bir hayata başlayan göçmenlerin genellikle etnik yiyeceklerini ana dillerinden daha uzun süre tutma eğilimi gösterdikleri bilinmektedir (Salvador vd., 2017).

Öte yandan yemek tarifi web sitelerinin yaygınlaşması, farklı mutfak kültürlerine ait yemekleri denemeye ve tatmaya olanak sağlamaktadır (Baldane, 2017). Yemek tariflerini geniş ölçekte süreçler olarak karşılaştırmak, birleştirmek ve araştırmak, yemek pişirme konusundaki kolektif insan bilgisini ve insan uygulamalarını ortaya çıkarabilmektedir. Bu durum, aynı zamanda kültür analitiğinde davranışlar ve boyutlar hakkındaki anlayışımızı artırabilmektedir (Chang vd., 2017). Yemek tarifi önerilerini içeren birçok web sitesi bulunmaktadır. Bu web sitelerinin birçoğu, sunulan yemek tariflerini, paylaşılma tarihi, erişim sıklığı, tarifin kullanıcı değerlendirmeleri gibi filtrelere göre sıralamaktadır (Ueda, Takahata ve Nakajima, 2011).

İnternet üzerinden paylaşılan yemek tariflerinin sayısı her geçen gün daha fazla artmaktadır. Bu tarifler, sadece profesyonel şefler tarafından değil, aynı zamanda “ev” şefleri tarafından da paylaşılmaktadır (Ferreira, 2019). Yemek tarifleri, çoğunlukla iki bölümden oluşmaktadır. İlk

bölümde, işlenecek gıda maddelerini açıklayan bir içerik listesi yer almaktadır. İkinci bölümde ise malzemelerin dönüşümlerini veya mutfak araçları ile yapılacak eylemleri açıklayan bir dizi talimat bulunmaktadır. Bu talimatlar, yemek tariflerindeki malzemeleri yeniden konumlandırır, işler, birleştirir ve ayırır, ayrıca kapları ısıtır veya soğutur. Çoğunlukla bir komuttan üretilen çıktı, başka bir komutta girdi olarak beslenir (Jermsurawong ve Habash, 2015).

Yemek tarifleri üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Ueda vd (2011) gerçekleştirdiği çalışmada, yemek tarifi web siteleri için kullanıcının yemek tercihlerine dayalı bir yemek tarifi önerme yöntemi geliştirmiştir. Ahn vd. (2011), malzemeleri birbiriyle ilişkilendiren veri tabanına dayalı bir lezzet ağı kurmuştur. Kusmierczyk, Trattner ve Nørvåg (2015) çalışmasında, büyük bir Alman topluluğu platformunda tarif üretimi ve tüketimi açısından zamansal kalıpları araştırmıştır. Jermsurawong ve Habash (2015) çalışmalarında, tarif yapısının içerik-talimat analizini yapıp, bu analize göre yemek tarifi eşleyen bir yemek tarifi ayrıştırıcısı önermiştir. Kim ve Chung (2016), çeşitli ülkelerin yemek kültürlerini anlamak amacıyla bir yemek tarifi web sitesini analiz etmiştir. Chang vd. (2017), yemek tariflerini geniş ölçekte görsel olarak sorgulamayı, taramayı ve karşılaştırmayı destekleyen bir prototip önermişlerdir. Nanba vd. (2014), yemek tariflerini ontolojik olarak inceleyerek bir pişirme ontolojisi oluşturmuşlardır. Ferreira (2019) çalışmasında, Portekizce yazılmış bir tarifi alışveriş listesine dönüştüren bir sistem geliştirmiştir. Yemek tarifleri hakkındaki çalışmaların büyük çoğunluğunda bir sistem geliştirildiği görülmektedir. Öte yandan Herrera (2020), yaptığı bir inceleme çalışması ile ağ biliminin yemek tariflere katkısını ortaya koymuştur.

Nefis Yemek Tarifleri web sitesi 11 ana bloktan oluşmaktadır. Bunlar; “Ana Sayfa”, “Tarifler”, “Videolar”, “Menüler”, “Trendler”, “Yazarlar”, “Soru Cevap”, “Ne Pişirsem”, “Blog”, “Listeler” ve “Kaç Kalori” başlıkları altında yer almaktadır. Web sitenin üst bilgi kısmında kullanıcıların giriş yapabilmeleri ve üye olabilmeleri için bir buton bulunmaktadır. Bu butonların altında yemek tarifi veya yazarların aranabileceği bir arama yer almaktadır. Bu bölümde, popüler arama terimlerine de yer verilmiştir. Sayfanın sağ üst kısmında “tarif gönder” butonu bulunmaktadır. Ayrıca sayfanın sağ kısmında kategoriler ve son blog yazıları yer almaktadır (<https://www.nefisyemektarifleri.com>).

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, nitel araştırma modeli kullanılmıştır. Nitel çalışmada gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerini kullanılmaktadır. Nitel çalışmada doğal ortamdaki algıları ve olayları gerçekçi ve bütüncül bir şekilde ortaya koyan nitel bir süreç izlenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Çalışma, Nefis Yemek Tarifleri web sitesinde kaydedilen yemek tarifleri üzerinden betimsel bir açıklama yapmayı amaçladığı için nitel bir araştırma tasarımı ile desteklenmiştir.

Evren ve Örneklem

Nefis Yemek Tarifleri web sitesi üzerinde 29/10/2020 ile 29/12/2020 tarihleri arasında bulunan veriler, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu web sitesindeki kategoriler içerisinde yer alan en çok deftere kaydedilen yemek tarifleri, günün, haftanın, ayın ve tüm zamanların en çok deftere kaydedilen yemek tarifleri, en çok

deftere kaydedilen menüler, en çok deftere kaydedilen yemek tarifi videoları ve en çok takip edilen yemek tarifi yazarlarının tarifleri, araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır.

Verilerin Toplanması

Bu çalışmada veriler, doküman inceleme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Doküman analizi, araştırılan olayla ilgili bilgileri içeren yazılı belgelerin analiz edilmesini içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Araştırma kapsamında, Nefis Yemek Tarifleri web sayfasında yer alan yemek tarifleri doğrultusunda Türk Mutfak kültürünün mevcut konumunu tespit ederek yerel ve küresel etkileşimi üzerine bir değerlendirme yapmak amaçlanmıştır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada, konunun detaylı olarak incelenmesi, özetlenmesi ve yorumlanması amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden betimsel analiz tekniği uygulanmıştır. Betimsel analiz, toplanan verilerin orijinal biçimine mümkün olduğunca sadık kalarak belirlenen temalara göre özetlenip yorumlanması ve uygun durumlarda doğrudan alıntılarla okuyucuya sunulmasıdır (Wolcott, 1994). Çözümleme sürecinde ilgili literatürden de faydalanılmıştır. Çalışma kapsamına alınan yemek tarifleri, yazarın takipçi sayısı, deftere kayıt, puan derecesi, puanlayan kullanıcı sayısı, kişi sayısı, hazırlama süresi ve pişirme süresine göre değerlendirilmiştir. Analize 21 ana kategori ve 75 alt kategori içerisinde yer alan en popüler 10 yemek tarifi seçilerek toplamda 960 yemek tarifi dâhil edilmiştir.

Nefis Yemek Tarifleri ekibi tarafından hazırlanan farklı yazarların tariflerinin ilk 10'da yer alması durumunda iki tarif arasında en popüler olan tarif ve aynı yazara ait aynı iki tariften biri değerlendirilmeye alınmıştır.

Bulgular

Aperatif Tarifleri

Tatlı ya da tuzlu aperatif tariflerinin yer aldığı aperatifler kategorisinde elde edilen bulgular Tablo 1'de ifade edilmektedir.

Aperatif tarifleri arasında en popüler 10 yemek tarifini ortalama 37.624 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 36 dk. gereklidir. En popüler 10 aperatif yemek tarifinin 4'ünü patatesli tarifler oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Çiğ Köfte Tarifleri", "Etlü Çiğ Köfte Tarifleri" ve "Etsiz Çiğ Köfte Tarifleri" başlıklarıyla 3 alt kategori bulunmaktadır. En popüler etli çiğköfte tarifinin 383 kişinin defterine kayıtlı olduğu, en popüler etsiz çiğköftenin ise 47.580 kişinin defterine kayıtlı olduğu ve en popüler 10 aperatif yemek tarifinin 2'sinin etsiz çiğköfte tarifi olduğu belirlenmiştir. Bu tariflerin %70'inde video bulunmaktadır.

Bakliyat Yemeği Tarifleri

Bakliyat yemeği tariflerinde genellikle tahıl ve kuru baklagil ağırlıklı yemek tarifleri yer almaktadır. Bakliyat yemeği tariflerinden elde edilen bulgular Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 1. Aperatif kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Fırında Yoğurt Soslu Patates	63.146	84.360	4,5	48	4-6	10 dk.	45 dk.	+
Tepside Pratik Kumpir	61.734	804	4,85	33	6-8	5 dk.	15 dk.	+
10 Dakikada Blenderla Harika Çiğköftem	47.580	587	4,69	173	8-10	10 dk.	-	+
Fırında Baharatlı Patates	47.312	11.021	4,67	24	1-2	5 dk.	30 dk.	+
Tel Tel Pastane Açması	40.178	86.804	4,71	38	12-14	25 dk.	35 dk.	+
Fırında Kaşarlı Mantar	26.035	440.015	4,94	18	2-4	10 dk.	30 dk.	+
Ev Yapımı Cips	24.380	156.905	4,20	45	2-4	60 dk.	30 dk.	+
Bayat Ekmek Yoğurtlanması	23.088	26.591	4,61	28	2-4	10 dk.	10 dk.	-
Kaşarlı Patates Topları	22.014	8.266	5	3	6-8	5 dk.	-	-
Robotta Etsiz Kolay Çiğ Köfte	20.765	6.903	4,65	48	4-6	20 dk.	-	-

Tablo 2. Bakliyat kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Mercimek Köftesi	203.291	440.170	4,75	301	4-6	50 dk.	30 dk.	+
Fellah Köftesi	70.290	2.802	4,75	56	6-8	20 dk.	15 dk.	+
İçli Köfte	58.063	17.459	4,81	104	1-2	60 dk.	20 dk.	-
Etlı Nohut	42.388	156.991	4,84	31	4-6	10 dk.	40 dk.	-
Etlı Kuru Fasulye	36.252	37.036	4,81	43	4-6	10 dk.	40 dk.	+
Tam Ölçülü Mercimek Köftesi	31.776	6.975	4,69	16	8-10	20 dk.	10 dk.	-
Sebzeli Bulgur Pilavı	27.951	440.170	4,83	23	4-6	15 dk.	25 dk.	+
İçli Köfte (Yöresel)	27.248	386	4,32	25	10-12	120 dk.	40 dk.	-
Bulgur Köftesi	26.843	440.170	4,72	29	4-6	30 dk.	25 dk.	+
Zeytinyağlı Barbunya Pilaki	24.817	440.170	4,35	26	2-4	10 dk.	40 dk.	+

Bakliyat yemeği tarifleri arasında en popüler 10 yemek tarifini ortalama 54.892 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 63 dk. gereklidir. En popüler 10 aperatif yemek tarifinin 6'sını bakliyat ve tahıllarla yapılan köfte tarifleri oluşturmaktadır. Söz konusu tariflerde en çok kullanılan bakliyat ve tahıllar arasında mercimek, bulgur, nohut, fasulye ve barbunya yer almaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %60'ında video bulunmaktadır.

Bebekler İçin Yemek Tarifleri

Bu kategoride bebekler için çorba, köfte, bisküvi, ekmek, muhallebi gibi çeşitli bebek yemekleri tarifleri bulunmaktadır. Bebekler için kategorisinde elde edilen bulgular Tablo 3'te yer almaktadır.

Bebekler için kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 12.425 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 36 dk. gereklidir. En popüler 10 bebekler için yemek tarifinin 7'sini çorba tarifi, 2'sini muhallebi tarifi, 1'ini ise bisküvi tarifi oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Bebek Bisküvileri", "Bebek Çayları", "Bebek Çorbaları", "Bebek Ekmekleri", "Bebek Kahvaltısı", "Bebek Köfteleri", "Bebek Muhallebisi ve Mama Tarifleri", "Bebek Pankek Tarifleri" ve "Bebek Püreleri" başlıklarıyla 9 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %20'sinde video bulunmaktadır.

Çocuklar İçin Yemek Tarifleri

Çocuklar için farklı, besleyici tariflerin yer aldığı bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 3. Bebekler için yemek kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Tel Şehriyeli Tarhana Çorbası	25.600	440.170	4,86	29	2-4	5 dk.	15 dk.	-
Bebe Bisküvisi	16.189	63	3,81	16	4-6	5 dk.	20 dk.	+
Sebze Çorbası Yapımı	15.137	37.844	4,27	11	1-2	15 dk.	30 dk.	-
Meyveli İrmikli Bebek Muhallebisi	13.773	209	4,29	7	1-2	10 dk.	10 dk.	-
Bebekler İçin Pirinç Çorbası	9.974	156.991	3,9	10	1-2	20 dk.	15 dk.	-
Yoğurtlu Çorba (Bebekler için)	9.466	37.470	5	7	2-4	5 dk.	20 dk.	-
Ev Tarhanası	9.408	440.170	4,33	18	6-8	120 dk.	30 dk.	+
Bebek Sebze Çorbası (+ 6 ay)	8.655	8.185	4,40	10	1-2	5 dk.	-	-
Besleyici Bebek Muhallebisi	8.528	224	5	2	1-2	5 dk.	-	-
Ispanak Çorbası (bebekler için)	7.519	570	4,62	13	4-6	5 dk.	20 dk.	-

Tablo 4. Çocuklar için kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Süt Dilimi	55.428	7.753	4,52	58	8-10	10 dk.	15 dk.	+
Tel Şehriyeli Tarhana Çorbası	25.600	440.170	4,86	29	2-4	5 dk.	15 dk.	-
Süt Reçeli	23.572	26.594	4,46	41	4-6	5 dk.	45 dk.	+
Raffaello	20.187	4.127	4,08	12	12-14	10 dk.	-	+
5 Dakikada Cocopops Pasta	18.738	67.086	5	6	1-2	5 dk.	-	-
Krep Kanepesi	16.611	31.101	4,85	26	2-4	15 dk.	10 dk.	-
Mısırınlu Patates Çorbası	15.837	37.844	4,81	16	1-2	10 dk.	30 dk.	-
Sebze Çorbası	15.137	37.844	4,27	11	1-2	15 dk.	30 dk.	-
Hindistan Cevizli Havuç Topları	12.784	1.889	4,42	12	6-8	25 dk.	10 dk.	-
Çikolatalı Top	11.240	440.170	4,94	18	12-14	20 dk.	5 dk.	+

Tablo 5. Çorba kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Ezogelin Çorbası	161.555	6.353	4,80	261	6-8	5 dk.	10 dk.	+
Yayla Çorbası	131.001	440.170	4,78	227	6-8	15 dk.	25 dk.	+
Sütlü Domates Çorbası	120.280	440.170	4,87	198	2-4	15 dk.	25 dk.	+
Kırmızı Mercimek Çorbası	104.923	440.170	4,65	139	4-6	15 dk.	30 dk.	+
Ezogelin Çorbası	91.140	440.170	4,70	115	4-6	10 dk.	40 dk.	+
Yoğurt Çorbası	72.688	101.525	4,87	108	6-8	5 dk.	30 dk.	+
Mantar Çorbası	70.222	440.170	4,58	123	?	?	?	+
Şehriyeli Tavuk Suyu Çorbası	64.894	440.170	4,56	72	?	?	?	+
Erişteli Yeşil Mercimek Çorbası	56.929	591	4,44	45	6-8	5 dk.	30 dk.	+
Yayla Çorbası	56.036	12.239	4,74	88	4-6	15 dk.	20 dk.	+

Çocuklar için kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 21.514 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 28 dk. gereklidir. En popüler 10 çocuklar için yemek tarifinin 6'sını tatlı tarifi, 3'ünü çorba tarifi, 1'ini ise atıştırma tarifi oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %40'ında video bulunmaktadır.

Çorba Tarifleri

Başlangıç yemeklerinden biri olan çorbalar, birçok mutfak kültüründe önemli bir yere sahiptir. Çorba tariflerinin yer aldığı bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 5'te yer almaktadır.

Çorba tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 92.967 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 37 dk. gereklidir. En popüler 10 çorba tarifinin 2'sini Ezogelin çorbası, 2'sini ise yayla çorbası oluşturmaktadır. Bu çorbaların 5'i bakliyat, 3'ü hamur işi, 2'si sebze içeriklidir. Çorbaların sadece bir tanesinde tavuk eti bulunmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Diyet Yemeği Tarifleri

Diyet yemeği tarifleri kategorisinde diyabetik tarifler, glütensiz tarifler, diyet yemekleri, zayıflamaya yardımcı içecek tarifleri gibi birçok tarif çeşidi bulunmaktadır. Bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 6'da yer almaktadır.

Diyet yemeği tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 20.913 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 24 dk. gereklidir. En popüler 10 diyet yemekleri tarifinin 4'ünü diyet içeceği tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Diyabetik Tarifler", "Diyet Salata Tarifleri", "Diyet Tatlı Tarifleri", "Diyet Yemek Tarifleri"

ve "Gluten Diyeti Tarifleri" başlıklarıyla 5 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %30'unda video bulunmaktadır.

Dolma-Sarma Tarifleri

Türk mutfağında önemli bir yere sahip olan dolma ve sarmaların zeytinyağlı, etli gibi çok çeşitli tarifleri bulunmaktadır. Dolma-sarma tarifleri kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 7'de yer almaktadır.

Dolma-sarma tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 28.829 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 50 dk. gereklidir. En popüler dolma-sarma tariflerinin 4'ü biber dolması, 2'si yaprak sarması olmuştur. Bunların arasında 3 zeytinyağlı tarif yer almıştır. Bu kategori altında "Sıcak Dolma-Sarma Tarifleri" ve "Zeytinyağlı Dolma-Sarma Tarifleri" başlıklarıyla 2 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %70'inde video bulunmaktadır.

Et Yemeği Tarifleri

Çoğunlukla ana yemek çeşitlerinin yer aldığı et yemeği tarifleri kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 8'de yer almaktadır.

Et yemeği tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 93.445 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 60 dk. gereklidir. Et yemekleri kategorisinin alt kategorilerinde arasında yer almasına rağmen en popüler 10 tarifi arasında balık, deniz ürünleri ve sakatat yemekleri yer almamaktadır. En popüler 10 tarifi 5'i köfte, 4'ü kebab, 1'i ise karnıyarık olmuştur. Bu kategori altında "Balık ve Deniz Ürünleri", "Kebab Tarifleri", "Kırmızı Et Yemekleri", "Köfte Tarifleri", "Sakatat Yemekleri" ve "Tavuk Yemekleri" başlıklarıyla 6 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Tablo 6. Diyet yemeği kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Fırında Kabak Mücver	32.924	81	4,34	68	6-8	10 dk.	40 dk.	+
Zayıflatan İksir (Ayda 12 Kilo)	31.658	3.818	3,75	16	2-4	5 dk.	20 dk.	-
Yulafli Diyet Kurabiye	23.013	8.745	4,75	24	6-8	10 dk.	25 dk.	+
Brokoli Salatası	22.536	259	4,93	14	4-6	10 dk.	5 dk.	+
Kalça ve Göbek Yakan	18.605	3.555	5	6	1-2	5 dk.	-	-
Göbek Eriten ve Kabızlık Gideren Yoğurt Kürü	18.474	3.555	4,5	4	1-2	5 dk.	-	-
Yeşil Mercimek Salatası	16.213	139	4,67	3	1-2	5 dk.	15 dk.	-
Tavuk Yahnisi (Haşlama)	15.696	18.819	4,77	13	2-4	5 dk.	20 dk.	-
1 Ayda 8 Kg Verdiren Bitki Çayı	15.660	362	3,96	27	1-2	5 dk.	15 dk.	-
Peynirli Kabak Sandalı	14.351	6.844	5	6	4-6	25 dk.	10 dk.	-

Hamur İşi Tarifleri

Hamur işi tarifleri kategorisinde yer alan tatlı ve tuzlu hamur işi tariflerinden elde edilen bulgular Tablo 9’da yer almaktadır.

Hamur işi tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 135.937 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 62 dk. gereklidir. En popüler 10 hamur işi tarifinin 5’ini poğaçaya-çma tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında “Börek Tarifleri”, “Çörek Tarifleri”, “Ekmek Tarifle-

ri”, “Kış Tarifleri”, “Krep Tarifleri”, “Mantı Tarifleri”, “Pide Tarifleri”, “Pizza Tarifleri” ve “Poğaçaya Tarifleri” başlıklarıyla 9 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Hızlı Yemek Tarifleri

Kahvaltıdan akşam yemeğine farklı öğünlerde tüketilebilecek dürüm, hamburger, tost gibi yiyeceklerin de yer aldığı hızlı yemekler kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 10’da yer almaktadır.

Tablo 7. Dolma-sarma kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Zeytinyağlı Biber Dolması	52.860	440.245	4,66	58	8-10	25 dk.	30 dk.	+
Kıymalı Biber Dolması	44.749	440.245	4,79	39	8-10	30 dk.	30 dk.	+
Zeytinyağlı Yaprak Sarması	34.444	440.245	4,33	21	?	?	?	+
Biber Dolması	29.524	84	4,67	30	4-6	10 dk.	35 dk.	+
Mantar Dolması	27.329	9.036	5	9	1-2	30 dk.	30 dk.	-
Fırın Torbasında Biber Dolması	22.231	440.245	4,91	11	6-8	15 dk.	30 dk.	+
Kabak Dolması	21.762	440.245	4,71	14	6-8	15 dk.	40 dk.	+
Adana Usulü Kuru Patlıcan Dolması	18.748	4.850	4,74	31	1-2	5 dk.	-	-
Zeytinyağlı Enginar Dolması	18.560	157.027	4,83	23	2-4	15 dk.	30 dk.	-
Soslu Yaprak Sarması	18.080	440.245	4,5	10	6-8	30 dk.	45 dk.	+

Tablo 8. Et yemeği kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
En Kolay İçli Köfte	139.180	440.245	4,66	219	6-8	60 dk.	15 dk.	+
Güveçte Soslu Köfte	119.750	16.729	4,81	79	2-4	10 dk.	35 dk.	+
İzmir Köfte	95.696	440.245	4,60	91	4-6	25 dk.	25 dk.	+
Karnıyarık Yemeği	89.255	37.044	4,86	73	4-6	25 dk.	25 dk.	+
Köfteli İslim Kebabı	85.318	440.245	4,65	60	8-10	30 dk.	20 dk.	+
Patatesli Sulu Köfte Yemeği	85.060	440.245	4,69	118	4-6	20 dk.	40 dk.	+
Tavuklu Sultan Kebabı	82.420	440.245	4,85	119	6-8	45 dk.	25 dk.	+
Pürelili Tepsi Kebabı	80.060	157.027	4,70	122	6-8	30 dk.	60 dk.	+
Kadınbudu Köfte	79.222	440.245	4,80	83	4-6	30 dk.	15 dk.	+
Beyti Kebabı	78.486	440.245	4,84	128	2-4	30 dk.	30 dk.	+

Tablo 9. Hamur işi kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Kahvaltılık Krep	236.360	157.027	4,76	412	2-4	10 dk.	20 dk.	+
Evde Pizza	201.540	440.245	4,78	802	8-10	40 dk.	30 dk.	+
Yumuşacık Mayalı Poğaç	182.981	37.483	4,85	436	14-16	40 dk.	25 dk.	+
Patatesli Çıtır Börek	134.127	440.245	4,83	253	6-8	30 dk.	30 dk.	+
Pastane Poğaçası	133.481	440.245	4,69	265	6-8	60 dk.	-	+
Bayatlamayan Yumuşacık Poğaç	106.198	440.245	4,72	186	6-8	60 dk.	20 dk.	+
Kolay Pankek	103.908	440.245	4,70	200	2-4	10 dk.	15 dk.	+
Pişi	88.646	440.245	4,30	174	4-6	60 dk.	15 dk.	+
10 Dakikada Simit Poğaç	88.401	440.245	4,63	162	12-14	15 dk.	20 dk.	+
Açma	83.723	440.245	4,65	114	6-8	90 dk.	25 dk.	+

Tablo 10. Hızlı yemek kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Ev Yapımı Gurme Hamburger (Ekmek, Köfte Tarifiyle)	14.219	19.465	4,8	45	4-6	30 dk.	55 dk.	-
Hamburger	11.479	21.083	4,75	32	2-4	150 dk.	45 dk.	-
Kıyma Tantuni	10.820	2.308	4,9	10	4-6	5 dk.	30 dk.	-
Islak Hamburger	10.447	157.048	4,17	29	6-8	15 dk.	15 dk.	+
Efsane Lezzet Sağlıklı Rulo Big Mac	8.912	19.464	4,64	22	2-4	20 dk.	30 dk.	-
Patates Tost	7.090	2.998	5	3	4-6	5 dk.	-	-
Patates Tostu	6.085	71	3,75	4	2-4	5 dk.	-	-
Milföy Tost (Börek Tadında)	6.084	1.505	5	2	2-4	5 dk.	10 dk.	-
Ev Yapımı Hamburger (Ekmek ve Köftesi)	5.476	19.464	4,91	11	2-4	40 dk.	40 dk.	-
Çıtır Patates Eşliğinde Ev Yapımı Ranch Sos	5.056	19.464	5	5	2-4	10 dk.	35 dk.	-

Hızlı yemekler kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 8.567 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 55 dk. gereklidir. En popüler 10 hızlı yemekler tarifinin 5'ini hamburger tarifi, 3'ünü tost tarifi oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Dürüm Tarifleri", "Hamburger Tarifleri" ve "Tost Tarifleri" başlıklarıyla 3 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %10'unda video bulunmaktadır.

İçecek Tarifleri

Farklı mevsimlere uygun sıcak ve soğuk içeceklerin yer aldığı içecek tarifleri kategorisinde zayıflamaya yardımcı, şifalı bitki çayları olduğu iddia edilen içecekler, detoks içecekleri gibi farklı çeşitlerde içecek tarifleri yer almaktadır. Bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 11'de yer almaktadır.

İçecek tarifleri kategorisinde en popüler 10 içecek tarifini ortalama 28.528 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu içecek tariflerinin yapılması için ortalama 10 dk. gereklidir. En popüler 10 içecek tarifinin 4'ünü limonata tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Hoşaf Tarifleri", "Sıcak İçecekler" ve "Soğuk İçecekler" başlıklarıyla 3 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %70'inde video bulunmaktadır.

Kahvaltılık Tarifler

Güne başlangıç öğünü olan kahvaltı, sağlıklı beslenme için önem arz etmektedir. Bu kategoride kahvaltıda tüketilebilecek yemeklerin tarifleri yer almaktadır. Kahvaltılık tarifler kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 12'de yer almaktadır.

Kahvaltılık tarifler kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 37.624 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 36 dk. gereklidir. En popüler 10 kahvaltılık tarifinin 7'sini hamur işi tarifi oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %90'ında video bulunmaktadır.

Kurabiye Tarifleri

Tatlı ve tuzlu kurabiye çeşitlerinin yer aldığı kurabiye tarifleri kategorisindeki tariflerden elde edilen bulgular Tablo 13'te yer almaktadır.

Kurabiye tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 110.094 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 40 dk. gereklidir. En popüler 10 aperatif yemek tarifinin 8'ini tatlı kurabiye tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Tatlı Kurabiyeler" ve "Tuzlu Kurabiyeler" başlıklarıyla 2 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Tablo 11. İçecek kategorisinde tarifi verilen içeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
1 Portakal 1 Limon ile Limonata Tarifi	100.942	440.376	4,69	134	12-14	10 dk.	-	+
Limonata	30.387	440.376	4,70	40	1-2	5 dk.	-	+
Reyhan Şerbeti	23.974	3.696	4,78	23	4-6	5 dk.	-	+
Frappe	23.268	440.376	4,79	24	1-2	5 dk.	-	+
Bol Köpüklü Sütü Kahve (Cafe Kahvesi)	20.716	86.840	4,68	22	4-6	5 dk.	5 dk.	+
3 Meyveden 3 Litre Portakallı Limonata	19.208	157.108	4,89	27	6-8	15 dk.	-	+
3 Portakal ile 5 Litre Portakal Suyu Yapalım	17.271	6.904	4,57	13	12-14	15 dk.	-	-
Müdavimi Olacağınız Soğuk Kahve	16.787	101.587	4,48	23	1-2	5 dk.	-	+
Tadına Doyulmayan Çilekli Limonata	16.786	14.776	4,97	102	4-6	10 dk.	-	-
1 Haftada 4 Kilo Verdiren Çay	15.935	431	4,20	5	1-2	5 dk.	15 dk.	-

Tablo 12. Kahvaltılık kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Kahvaltılık Krep	236.360	157.048	4,76	412	2-4	10 dk.	20 dk.	+
Yumuşacık Mayalı Poğaç	182.981	37.483	4,85	436	14-16	40 dk.	25 dk.	+
Pankek	133.581	440.245	4,73	287	4-6	20 dk.	15 dk.	+
Pişi	88.646	440.245	4,30	174	4-6	60 dk.	15 dk.	+
Şimdi Çıktı Fırından (Kahvaltılık Kızarmış Ekmek)	79.085	440.245	4,96	70	4-6	10 dk.	20 dk.	+
Kaşarlı Patates Mücver	71.828	5.584	4,48	44	2-4	10 dk.	20 dk.	+
Altın Pankek	82.813	86.828	4,86	87	8-10	5 dk.	15 dk.	+
Kuymak (Mıhlama)	62.160	7.753	4,75	48	2-4	5 dk.	5 dk.	+
Şimdi Çıktı Fırından	59.970	30.179	4,73	37	4-6	10 dk.	20 dk.	+
Börek Tadında Omlet	56.113	8.270	4,79	53	1-2	5 dk.	-	-

Tablo 13. Kurabiye kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler.

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Elmalı Kurabiye	190.960	440.376	4,61	327	8-10	40 dk.	20 dk.	+
Bayatlamayan Tuzlu Kurabiye	160.960	440.376	4,69	313	6-8	20 dk.	20 dk.	+
Brownie Kurabiye	124.241	440.376	4,69	249	8-1	15 dk.	10 dk.	+
5 Dakika Kurabiyesi	111.920	8.747	4,54	159	10-12	10 dk.	20 dk.	+
Starbucks Kurabiye	97.820	440.376	4,62	163	8-10	15 dk.	30 dk.	+
Ağızda Dağılan Pastane Un Kurabiyesi	88.801	5.011	4,48	137	8-10	20 dk.	15 dk.	+
İzmir Bombası	87.880	440.376	4,56	262	4-6	30 dk.	5 dk.	+
Elmalı Pastane Kurabiyesi	87.125	157.108	4,59	56	10-12	30 dk.	20 dk.	+
Cevizli Tahinli Kurabiye	85.910	440.376	4,78	97	12-14	20 dk.	30 dk.	+
Ağızda Dağılan Tuzlular	65.322	2.853	4,67	63	10-12	10 dk.	20 dk.	+

Makarna Tarifleri

Farklı mutfak kültürlerine ait çeşitli soslarla hazırlanan birçok makarna tarifinin yer aldığı bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 14’de yer almaktadır.

Makarna tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 36.517 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 40 dk. gereklidir. En popüler 10 aperatif yemek tarifinin 6’sını fırında yapılan makarna tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %70’inde video bulunmaktadır.

Pilav Tarifleri

Pilav tarifleri kategorisinde kuru baklagil, tahıl ve hamur işleriyle hazırlanan çeşitli pilav tarifleri bulunmaktadır. Bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 15’te yer almaktadır.

Pilav tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 30.716 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 39 dk. gereklidir. En popüler 10 pilav tarifinin 5’ini pirinç, 4’ünü bulgur, 1’ini şehriye temelli tarifler oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %70’inde video bulunmaktadır.

Tablo 14. Makarna kategorisinde tarifli verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Fırında Makarna Beşamel Soslu	87.061	643	4,82	131	4-6	10 dk.	35 dk.	+
Lazanya	64.360	440.376	4,75	64	4-6	40 dk.	15 dk.	+
Kekiklim Menüğü Tavuk Dünyası Lezzetinde	35.861	157.108	4,66	35	1-2	20 dk.	-	+
Fırın Makarna (Bol soslu)	32.841	101.587	4,59	37	4-6	10 dk.	35 dk.	+
Tavuklu Makarna Salatası	30.023	753	4,86	14	12-14	30 dk.	30 dk.	+
Beşamel Soslu Fırın Makarna	27.562	2.804	4,94	17	4-6	15 dk.	20 dk.	-
Fırında Peynirli Makarna	26.125	440.376	4,61	33	2-4	15 dk.	30 dk.	+
Pesto Soslu Makarna (Tavuk Dünyası Tarifi)	22.067	5.549	4,71	17	12	5 dk.	10 dk.	-
Beşamel Soslu Fırın Makarna	19.920	440.376	4,64	55	6-8	30 dk.	25 dk.	+
Soslu Leziz Erişte	19.343	389	4,17	6	1-2	10 dk.	10 dk.	-

Salata & Meze & Kanepeler Tarifleri

Bu kategoride farklı öğünlerde tüketilebilecek atıştırılabilir kanepeler, meze ve salata tarifleri yer almaktadır. Salata, meze ve kanepeler tarifleri kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 16'da yer almaktadır.

Salata & Meze & Kanepeler kategorisinde en po-

püler 10 yemek tarifini ortalama 59.235 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 32 dk. gereklidir. En popüler 10 Salata & Meze & Kanepeler yemek tarifinin 5'ini patates ağırlıklı tarifler oluşturmaktadır. Bu kategori altında "Kanepeler Tarifleri", "Meze Tarifleri" ve "Salata Tarifleri" başlıklarıyla 3 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %90'ında video bulunmaktadır.

Tablo 15. Pilav kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Şehriyeli Pirinç Pilavı	53.846	440.432	4,84	93	4-6	10 dk.	15 dk.	+
Sebzeli Bulgur Pilavı	42.089	440.432	4,70	54	4-6	15 dk.	25 dk.	+
Meyhane Pilavı (Domatesli Bulgur Pilavı)	41.658	1.350	4,59	49	4-6	10 dk.	20 dk.	+
Mercimekli Bulgur Pilavı	36.144	440.432	4,67	36	?	?	?	+
Maklube	27.132	37.055	4,77	48	6-8	20 dk.	30 dk.	+
Pirinç Pilavı	23.620	440.432	4,71	31	4-6	20 dk.	20 dk.	+
Tavuk Büryan	21.184	440.432	4,86	14	6-8	20 dk.	45 dk.	-
Bulgur Pilavı	20.911	440.432	4,44	27	4-6	15 dk.	25 dk.	+
Püf Noktalarıyla Pirinç Pilavı	20.739	594	4,56	18	4-6	15 dk.	15 dk.	-
Havuçlu Biberli Arpa Şehriye Pilavı	19.835	403	4,89	19	4-6	5 dk.	20 dk.	-

Tablo 16. Salata & meze & kanepeler kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Kısır	82.267	440.432	4,70	80	8-10	25 dk.	-	+
Köz Biberli Yoğurtlu Patates Salatası	73.699	157.136	4,76	41	6-8	20 dk.	20 dk.	+
Kısır	73.375	18.317	4,81	77	4-6	15 dk.	5 dk.	+
Yoğurtlu Patates Topları	60.080	440.432	4,56	73	4-6	10 dk.	15 dk.	+
Şakşuka	57.624	440.432	4,77	52	4-6	15 dk.	30 dk.	+
Haydari Mezesi	52.989	157.136	4,85	40	2-4	10 dk.	-	+
Muhteşem Patates Salatası	50.177	101.623	4,50	20	8-10	30 dk.	20 dk.	+
Patates Mantısı	48.563	157.136	4,87	30	6-8	20 dk.	30 dk.	+
Yıldız Şehriye Salatası	47.815	440.432	4,63	38	2-4	15 dk.	15 dk.	+
Patates Püresi	45.760	188	4,83	29	2-4	10 dk.	10 dk.	-

Sandviç Tarifleri

Sıcak ve soğuk sandviç tariflerinin yer aldığı sandviç tarifleri kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 17’de yer almaktadır.

Sandviç tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 8.575 kullanıcı

defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 37 dk. gereklidir. En popüler 10 sandviç tarifinin 4’ünü hamburger tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %20 ’sinde video bulunmaktadır.

Tablo 17. Sandviç kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Ev Yapımı Hamburger Ekmeği ve Eti	39.135	2.692	4,83	46	6-8	30 dk.	30 dk.	+
Ayvalık Tostu	8.864	1.566	5	6	1-2	25 dk.	10 dk.	+
Ev Yapımı Hamburger	8.533	1.415	4,20	5	6-8	30 dk.	20 dk.	-
Ev Yapımı Nefis Tavuk Burger	6.137	1.272	4,89	9	8-10	30 dk.	25 dk.	-
Hamburger Ekmekleri	4.596	863	5	12	4-6	5 dk.	-	-
Kumru	4.567	4.069	4,56	9	1-2	15 dk.	10 dk.	-
Ev Yapımı Tacos	3.788	235	3,50	2	1-2	15 dk.	10 dk.	-
Sandviç Ekmek	3.633	80	4,20	5	2-4	20 dk.	20 dk.	-
Sosisli Sandviç	3.348	31.155	4,95	19	2-4	35 dk.	-	-
Fırında Kızarmış Ekmek	3.145	37.060	4,67	9	?	?	?	-

Sebze Yemeği Tarifleri

Sebze yemeği tarifleri kategorisinde çeşitli sebzelerden yapılan farklı yemek tarifleri yer almaktadır. Bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 18’de yer almaktadır.

Sebze yemeği tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 62.572 kullanıcı def-

terine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 45 dk. gereklidir. En popüler 10 sebze yemekleri tarifinin 3’ünü kızartma tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında “Dolma Tarifleri”, “Ev Yemekleri”, “Kızartma Tarifleri” “Sarma Tarifleri”, “Sulu Yemek Tarifleri” ve “Zeytinyağlı Tarifler” başlıklarıyla 6 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Tablo 18. Sebze yemeği kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Kabak Mücveri	104.634	440.432	4,61	99	4-6	10 dk.	10 dk.	+
Pürelı Tepsi Kebabı	80.100	157.136	4,70	122	6-8	30 dk.	60 dk.	+
Beşamel Soslu Mantarlı Patatesli Oturtma	72.165	440.432	4,76	96	8-10	30 dk.	60 dk.	+
Şakşuka	57.624	440.432	4,77	52	4-6	15 dk.	30 dk.	+
Köfteli Patlıcan Bohçası Tarifi (Kürdan Kebabı)	53.740	37.060	4,98	53	8-10	30 dk.	20 dk.	+
Zeytinyağlı Biber Dolması	52.898	440.245	4,66	58	8-10	25 dk.	30 dk.	+
Çıtır Patates Kızartması	52.495	440.245	4,26	81	1-2	5 dk.	15 dk.	+
Karnabahar Kızartması	51.783	440.245	4,75	79	4-6	20 dk.	10 dk.	+
Hünkar Beğendi	51.116	11.036	4,74	61	1-2	5 dk.	-	+
Kabak Yemeği	49.165	440.245	4,52	61	4-6	15 dk.	30 dk.	+

Tatlı Tarifleri

Tatlı tarifleri kategorisi sütlü, şerbetli, meyveli ve çikolatalı gibi birçok alt kategoriye ayrılmaktadır. Farklı çeşitlerde tatlı tariflerinin yer aldığı bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 19’da yer almaktadır.

Tatlı tarifleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 164.318 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 50 dk. gereklidir. En popüler 10 tatlı tarifinin 6’sını kek ve pasta tarifleri oluşturmaktadır. Bu kategori altında “Çikolatalı Tarifler”, “Dondurma Tarifleri”, “Dondurmalı Tarifler” “Donut Tarifleri”, “Geleneksel Tatlılar”, “Helva Tarifleri”, “Kek Tarifleri”, “Komposto Tarifleri”, “Lokum Tarifleri”, “Meyveli Tatlılar”, “Pasta Tarifleri”, “Şerbetli Tatlılar”, “Sütlü Tatlılar” ve “Tart Tarifleri” başlıklarıyla 14 alt

kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin tamamında video bulunmaktadır.

Yumurta Yemeği Tarifleri

Kahvaltı ve ara öğünler başta olmak üzere birçok öğünde tüketilen yumurtadan farklı çeşitlerde yemekler hazırlanmaktadır. Bu yemeklerin tariflerinin yer aldığı yumurta yemeği tarifleri kategorisinden elde edilen bulgular Tablo 20’de yer almaktadır.

Yumurta yemekleri kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 13.548 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 19 dk. gereklidir. En popüler 10 yumurta yemekleri tarifinin 4’ünü patatesli tarifler oluşturmaktadır. Bu kategori altında alt kategori bulunmamaktadır. Bu tariflerin %40’ında video bulunmaktadır.

Tablo 19. Tatlı kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Kıbrıs Tatlısı	254.940	440.245	4,74	570	4-6	15 dk.	30 dk.	+
Browni Tadında Islak Kek	236.060	440.245	4,60	402	8-10	10 dk.	35 dk.	+
Havuçlu Cevizli Tarçınlı Kek	167.102	157.136	4,64	280	6-8	20 dk.	50 dk.	+
Fırında Sütlaç	158.842	440.245	4,80	438	4-6	10 dk.	60 dk.	+
Magnolia	149.748	440.245	4,68	261	4-6	30 dk.	-	+
Muhallebili Kadayıf Tatlısı	142.241	440.245	4,72	194	6-8	30 dk.	20 dk.	+
Gelin Pastası (Tam Kıvamında)	138.120	157.136	4,67	265	6-8	40 dk.	-	+
Pankek	133.928	440.245	4,73	288	4-6	20 dk.	15 dk.	+
Pratik Ağlayan Kek	133.008	440.245	4,67	307	6-8	20 dk.	35 dk.	+
Pastane Usulü Islak Kek Yapımı	129.182	440.245	4,61	260	6-8	15 dk.	40 dk.	+

Tablo 20. Yumurta yemeği kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Tavada Yumurtalı Tost	22.740	440.245	4,86	35	1-2	5 dk.	10 dk.	+
Yumurtalı Patates Tarifi	19.237	440.245	4,49	35	2-4	10 dk.	15 dk.	+
Kahvaltılık Yumurtalı Ekmek	16.706	31.155	4,64	25	4-6	10 dk.	5 dk.	-
Çılbır	16.158	157.136	4,63	30	2-4	5 dk.	5 dk.	+
Tereyağlı Yumurta Karpama	12.585	7.755	4,56	18	2-4	5 dk.	10 dk.	-
Fırında Patatesli Biberli Yumurta	12.316	37.849	4,82	11	1-2	10 dk.	30 dk.	-
Soğan Öldürmesi	10.074	31.155	4,74	27	2-4	10 dk.	15 dk.	+
Hazırlaması Pişirmesi Toplam 10 Dk Süren Kahvaltılık	8.829	645	4,64	25	2-4	5 dk.	10 dk.	-
Bayat Ekmekli Omlet	8.623	37.851	4,92	12	1-2	5 dk.	5 dk.	-
Yumurta Dolması	8.208	31.155	4,82	11	2-4	10 dk.	10 dk.	-

Diğer Tarifler

Diğer tarifler kategorisinde genellikle kışık, derin dondurucuda saklanan, salamura yiyecek-

ler, sos, reçel gibi yiyeceklerin tarifleri bulunmaktadır. Bu kategoriden elde edilen bulgular Tablo 21’de yer almaktadır.

Tablo 21. Diğer tarifler kategorisinde tarifi verilen yiyeceklere ilişkin veriler

Tarif	Deftere Kayıt	Takipçi Sayısı	Puan Derecesi	Puanlayan Kullanıcı	Porsiyon Sayısı	Hazırlama Süresi	Pişirme Süresi	Video
Beşamel Sos	46.064	440.245	4,77	35	1-2	5 dk.	10 dk.	+
Ev Yapımı Çikolata Sos	34.762	320	4,92	48	1-2	5 dk.	10 dk.	+
Acılı Ezme	31.589	440.245	4,42	24	16+	30 dk.	40 dk.	+
Derin Dondurucuda Köfte	30.261	157.027	4,69	13	10-12	15 dk.	10 dk.	+
Garnitürlü Patates Püresi	24.993	1.703	4,77	13	4-6	20 dk.	30 dk.	+
Lahmacun İçi	24.816	136	4,06	18	?	?	?	+
Çilek Reçeli (Tam Kıvamında)	23.747	84.399	4,79	14	4-6	30 dk.	90 dk.	-
5 Dakikada Dondurma Tadında Pasta	23.701	67.089	4,45	11	1-2	5 dk.	10 dk.	-
Süt Reçeli	23.574	26.595	4,46	41	4-6	5 dk.	45 dk.	-
Kavanozda Taş Gibi Yoğurt	23.569	3.246	4,60	20	1-2	5 dk.	30 dk.	-

Diğer tarifler kategorisinde en popüler 10 yemek tarifini ortalama 28.708 kullanıcı defterine kaydetmiştir. Bu yemek tariflerinin yapılması için ortalama 44 dk. gereklidir. En popüler 10 diğer yemek tariflerini farklı kategorilerden tarifler oluşturmaktadır. Bu kategori altında “Baharat Yapımı”, “Derin Dondurucuda Saklananlar”, “Dondurulmuş Yemekler”, “Kış Hazırlıkları”, “Pekmez Tarifleri”, “Reçel Tarifleri”, “Salamura Tarifleri”, “Sos Tarifleri”, “Süt Ürünleri”, “Turşu Tarifleri” başlıklarıyla 10 alt kategori bulunmaktadır. Bu tariflerin %60’ında video bulunmaktadır

Tartışma ve Sonuç

Yakın geçmişte tarifler, yalnızca yıllar içinde oluşturulmuş kişisel kitaplarda veya defterlerde saklanmaktaydı. Yemek tarifi web sitelerinde mevcut olan bilgi miktarı, sadece yemekleri nasıl pişirileceğini öğrenmemize değil, aynı zamanda kullanıcıların tercihleri veya uygulamaları ile ilgili konuları incelememize de olanak tanımaktadır (Ferreira, 2019). Örneğin, mevcut Türk mutfak kültürünü oluşturan kombinasyonların bu sistemler aracılığıyla belirlenebilmesi ön görülmektedir.

Bu çalışma, önemli bir Türk yemek tarifi portalı olan Nefis Yemek Tarifleri web sitesi üzerinden Türk mutfağının geniş bir karakterizasyonunu sunmaktadır. Bunun için sitedeki tüm tarifler, alınan yorumlar, değerlendirmeler ve tariflerdeki içerikler ile ilgili bilgiler araştırmanın evrenini oluşturmuştur. Bu çalışma, sitenin kullanıcıları arasındaki etkileşimleri keşfetmenin yanı sıra tariflerde bir arada bulunan bileşenlerin oluşturduğu bir ağı analiz etmektedir. Elde edilen verilerin analizi, Türk mutfağındaki güncel eğilimleri ortaya koymaktadır. Bu çalışmanın gelecekte tekrar gerçekleştirilmesi ve değişimlerin karşılaştırılması planlanmaktadır.

Yemek tarifi araştırmacılarının çoğunlukla patatesli tarifleri defterlerine kaydettikleri görülmektedir. Bu durumun en önemli nedenlerinden birinin Türkiye'nin coğrafi konumu olduğu söylenebilir. Candan (2019) da çalışmasında, orta kuşaktaki ülkelerde patatesli yemeklerin temel besin kaynağı olduğunu belirtmiştir.

Mutfak kültürü unsurlarının zaman içerisinde çeşitli sebeplerle değişim gösterdiği görülmektedir. Kimi yörelerde "etliköfte" olarak tabir edilen (Alkayış ve Yerli, 2020), ana maddelerinden biri et olan çiğköftenin tarifini defterine kaydeden kullanıcılardan yaklaşık 125 kat daha fazla kullanıcı, etsiz çiğköfte tarifini defterine kaydetmiştir. Bu sonuç doğrultusunda çiğköftenin günümüzde çoğunlukla etsiz yapıldığını söylemek mümkündür.

Bakliyat yemeklerinde en fazla bulgur ve mercimek kullanıldığı söylenebilir. Şeren Karakuş vd. (2007), Türk Mutfak kültürünün bulgurla yapılan veya bulgurun yer aldığı oldukça zengin yemek çeşidine sahip olduğunu, bulgurun da genellikle mercimekle pişirildiğini ya da tüketildiğini ifade etmişlerdir. Bebekler için kategorisinde ağırlıklı bulunan çorba tarifleri,

çocuklar için kategorisinde yarıdan daha fazla azalmıştır. Bebeklerin tamamlayıcı besinleri genellikle çorba olarak tüketmeleri bu sonucu açıklamaktadır (Köksal ve Özel 2008). Çocuklar için kategorisinde çorba tariflerinin yerini tatlı tarifleri almıştır.

Çorbaların çoğunlukla bakliyat ağırlıklı olduğu görülmektedir. Arlı ve Gümüş (2007) de Türk Mutfak kültüründeki çorbaların birçoğunda ana malzeme olarak tahıl ve tahıl ürünleriyle kuru baklagiller kullanılarak hazırlandığını ifade etmiştir. Et yemeklerinin köfte ve kebab ağırlıklı olduğu söylenebilir. Türk Mutfak kültüründeki et yemeklerinin çoğunluğunu kebablar, köfteler ve sulu et yemeklerinin oluşturduğu bilinmektedir (Gürcan, 2014). Pilav tariflerinin pirinç ve bulgur ağırlıklı olduğu söylenebilmektedir. Ertaş ve Gezmen-Karadağ (2013) çalışmasında, Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da pilav yapımında bulgurun,

Batı bölgelerinde ise pirincin daha çok tercih edildiğini belirtmiştir.

En popüler 210 yemek tarifi yazarının 206'sının kadın olduğu belirlenmiştir. 4 yemek tarifinin yazarının ise cinsiyeti bilinmemektedir. Bu doğrultuda, en popüler yemek tarifi yazarlarının hemen hemen hepsinin kadın olduğu söylenebilir. Bu tariflerin 141'inde video bulunmaktadır. Bu doğrultuda en popüler yemek tariflerinin birçoğunda video bulunduğu söylenebilir. İncelenen tarifler arasında en çok deftere kaydedilme sırasıyla tatlı tarifleri, hamur işi tarifleri ve kurabiye tarifleri kategorilerindeki tarifler için yapılmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen tariflerin her birini hazırlamak için ortalama 40 dk. süre harcadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, bir yemeğin hazırlanması için harcanan zamanın bir saatten daha az olması gerektiğini göstermek-

tedir. İncelenen tarifler arasında ortalama en az sürenin (10 dk.) içecek tarifleri kategorisindeki tariflerin hazırlanmasında harcandığı, ortalama en fazla sürenin ise (63 dk.) bakliyat yemekleri kategorisindeki tarifleri hazırlamak için harcandığı tespit edilmiştir.

En popüler yemek tarifli isimlerinin bazılarında “Pratik”, “10 Dakikada Blenderla”, “Robotta”, “Kolay”, “5 Dakikada”, “Derin Dondurucuda”, “Fırın Torbasında”, “En Kolay”, “Hazırlaması Pişirmesi Toplam 10 dk. Süren” gibi eklentilerin yapıldığı görülmektedir. En popüler tariflerden çıkartılan bu sonuç ile kullanıcıların kolay ve pratik yemek tariflerine yönlendikleri düşünülmektedir. Öte yandan birçok tarif isimlerinde “Tel Tel”, “Taş Gibi”, “Çıtır”, “Yumuşacık”, “Harika”, “Besleyici”, “Kesinlikle Deneyin Mükemmel Oluyor”, “... Tadında”, “... Lezzetinde”, “Bayatlamayan”, “Yemeye Doyamayacağımız”, “Efsane Lezzet Sağlıklı”, “Bol Köpüklü”, “Müdavimi Olacağınız”, “Tadına Doyulmayan”, “Şimdi Çıktı Fırından”, “Ağızda Dağılan”, “Leziz”, “Muhteşem”, “Nefis” gibi cezbedici betimlemelerin yapıldığı görülmektedir. Bu betimlemelerin yemek tarifi isimlerinde yer alması ile yemek tariflerinin deftere kaydedilmesi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir. Gelecek çalışmalarda yemek tarifi isimlerine yapılan bu eklentiler ile yemek tarifleri tercihi arasındaki ilişkinin incelenmesi önerilmektedir.

Yemek tariflerinin doğru kategoride yer alması yemek tarifi araştırmacısının doğru sonuca ulaşması açısından önemlidir. Bununla birlikte bir yemek tarifinin birden çok kategoride yer aldığı görülmüştür. Bu durum, o yemek tarifinin farklı amaçlarla kullanıldığını gösterdiği gibi bilgi eksikliği nedeniyle ya da halk tarafından yanlış konumlandırılması nedeniyle yer aldığı söylenebilir. Bu tip yanlışlıkların önlenmesi ve

bilgi kirliliğinin giderilmesi amacıyla yemek tarifi portalı yöneticilerinin yemek tariflerini kategorize etme konusunda hassasiyet göstermeleri önerilmektedir.

Kaynakça

Akova, O., Öz, M., Keskin, M. (2016). Antalya bölgesinde hizmet veren konaklama işletmeleri web sayfalarının rekreasyon faaliyetleri açısından değerlendirilmesi. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology*, 7(23), 115-127.

Aksatan, M. (2016). Etnik Temalı Restoranlarda Otantiklik: Yönetici ve Tüketici Bakış Açıklarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Çalışma. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Aldemir, A., Oğuz, E. S. (2006). Sayısal (dijital) kültürün korunması: Web arşivleme. *Türk Kütüphaneciliği*, 20(3), 283-312.

Alkayış, M. F., Yerli, S. (2020). Adıyaman’da bir kültür unsuru olarak çiğköfte. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 824-841.

Arlı, M., Gümüş, H. (2007). Mutfak Kültüründe Çorbalar. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi. 10-15 Eylül 2007. Ankara, *Türkiye*. 143-158.

Baldane, O. (2017). Türkler nasıl yemek tarifi verir? *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17(2), 265-278.

Bayram, M., Yaylı, A. (2009). Otel web sitelerinin içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 347-379.

- Candan, G. (2019).** Yemek kültüründe coğrafyanın izleri. *GeoCED*, 1, 19-28.
- Chang, M., Hare, V. M., Kim, J., Agrawala, M. (2017).** Recipescape: Mining and analyzing diverse processes in cooking recipes. 2017 CHI Conference Human Factors in Computing Systems. 6-11 May 2017, Denver, Colorado, USA. Abstracts book, s.1524-1531.
- Cooley, R., Mobasher, B., Srivastava, J. (1997).** Web mining: information and pattern discovery on the World Wide Web, Ninth IEEE International Conference on Tools with Artificial Intelligence. 3-4November 1997, Newport Beach, CA, USA, s.558-567.
- Çılınnoğlu, H., Dalahmetoğlu K.B. (2021).** The Role of Social Media in Marketing of Gastronomy. İçinde: İ. Yazıcıoğlu, A. Işın, & Ö. Yayla (Ed.), *Gastronomy and Hospitality Studies in Tourism* (s. 333-342). Berlin: Peter Lang GmbH Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Çilesiz, E., Arıkan, E. (2020).** Destinasyon tanıtımında dijital medya kullanımı: Youtube örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 349-359.
- Çubukcu, M. İ. (2010).** Konaklama işletmeleri web site içeriklerinin değerlendirilmesi. *Journal of Internet Applications and Management*, 1(1), 39-59.
- Dalgın, T., Karadağ, L. (2007).** Otel İşletmelerinde İnternet Teknolojisi Kullanım Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Bodrum-Marmaris Örneği. Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu, 21-23 Kasım 2007, İzmir
- Dolgun, M. Ö., Özdemir, T. G., Oğuz, D. (2009).** Veri madenciliğinde yapısal olmayan verinin analizi: Metin ve Web madenciliği. *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 2(2), 48-58.
- Dündar, S., Fatih, E., Özdemir, Ş. (2007).** Fuzzy Topsis yöntemi ile sanal mağazaların web sitelerinin değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 287-305.
- Ertaş, Y., Gezmen-Karadağ, M. (2013).** Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Ferreira, M. D. R. (2019).** Automatic Conversion of Cooking Recipes To Grocery Lists. Master's Thesis. Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto; Sonae Modelo Continente SA.
- Gürçan, D. (2014).** Türk Mutfağına Özgü Bir Tasarım Önerisi: Kendin Hazırla Kendin Tüket. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Gürçan, F. (2009).** Web içerik madenciliği ve konu sınıflandırılması. Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Hand, D.J., Adams, N.M. (2015).** Data Mining. <https://doi.org/10.1002/9781118445112.stat06466.pub2>
- Herrera J.C.S., (2020).** The Contribution of Network Science to the Study of FoodRecipes. A Review Paper. *Appetite*, 159:105048. Doi: 10.1016/j.appet.2020.105048

- Jermurawong, J., Habash, N. (2015).** Predicting the structure of cooking recipes. Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, 17-21 September 2015, Lisbon, Portugal. Proceeding, p.781-786.
- Karaduman, N. (2017).** Popüler kültürün oluşmasında ve aktarılmasında sosyal medyanın rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(43), 113-133.
- Karacı, A., Boy, O. (2011).** Sosyal Ağların Web Madenciliği Teknikleri ile Analizi ve Ortak Atıf Analizi ile Benzerlik Tahmini. Elektrik-Elektronik ve Bilgisayar Sempozyumu, 05-07 Ekim 2011, Elazığ. Bildiri kitabı s.154-161.
- Kim, K. J., Chung, C. H. (2016).** Tell me what you eat, and i will tell you where you come from: A data science approach for global recipe data on the web. *IEEE Access*, 4, 8199-8211.
- Köksal, G., Özel, G. H. (2008).** Bebek Beslenmesi. Ankara: Klasmat.
- Köse, A., Arslan, E. (2008).** Türkiye Spor Federasyonlarına Ait Web Sayfalarının Milliyetçi Göstergeler Açısından İncelenmesi ve Diğer Ülke Federasyonlarıyla Karşılaştırılması. *Marmara İletişim Dergisi*, 13(13), 95-116.
- Kusmierczyk, T., Trattner, C., Nørvåg, K. (2015).** Temporality in online food recipe consumption and production. 24th International Conference on World Wide Web. 18-22th May 2015, Florence, Italy. Abstracts book, s.55-56.
- Lyman, P. (2022).** Problem Statement: Why Archive the Web? <http://www.clir.org/pubs/reports/pub106/web.html>
- Nanba, H., Doi, Y., Tsujita, M., Takezawa, T., Sumiya, K. (2014).** Construction of a cooking ontology from cooking recipes and patents. 2014 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing. 13-17th September 2014, Seattle, Washington, USA. s.507-516.
- Öztürk, M. C., Ayman, M. (2007).** Web sayfalarının halkla ilişkiler amaçlı kullanımı. *Selçuk İletişim*, 4(4), 57-66.
- Öztürk, M. C., Yılmaz, R. A. (2013).** Türkiye’de halkla ilişkiler şirketleri ve reklam ajansları web sayfalarını nasıl kullanıyorlar? *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19, 9-27.
- Pal, S. K., Talwar V., Mitra, P. (2002).** Web mining in soft computing framework: Relevance, state of the art and future directions. *IEEE Transactions on Neural Networks*, 13(5), 1163-1177.
- Pehlivan Baskın, Z. (2022).** Üniversite Web sitelerinin tasarımı ve kullanılabilirlik açısından değerlendirilmesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (29), 97-114.
- Romero, C., Ventura, S. (2013).** Data mining in education, *WIREs Data Mining Knowledge Discovery*, 3(1), 12-27.
- Salvador, A., Hynes, N., Aytar, Y., Marin, J., Ofli, F., Weber, I., Torralba, A. (2017).** Learning cross-modal embeddings for cooking recipes and food images. IEEE conference on computer vision and pattern recognition. 21-26th July 2017, Honolulu, HI, USA, s.3020-3028.

- Sharma, K., Shrivastava G., Kumar, V. (2011).** Web mining: Today and tomorrow. 3rd International Conference on Electronics Computer Technology. 8-10th April 2011, Kanyakumari, India. s.399-403.
- Srivastava, J., Cooley, R., Deshpande, M., Tan, P. N. (2000).** Web usage mining: Discovery and applications of usage patterns from web data. *Acm Sigkdd Explorations Newsletter*, 1(2), 12-23.
- Şeren Karakuş, Ş., Küçükkömürler, S., Ekmen, Z. (2007).** Türk Kültüründe Bulgur. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 38. 10-15 Eylül, 2007, Ankara, Türkiye. s.1179-1190.
- Şimşek, A., Solmaz, R., Güleç, E. (2021).** Düzeltilme: YÖK Atlas Verilerine Göre Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinin Değerlendirilmesi: Ege Bölgesi Örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 55-67.
- Timisi, N. (2005).** Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Toplum ve Kimlik Alanlarına Girişi. İçinde: Binark M. ve Kılıçbay B. (Der.), İnternet, Toplum, Kültür (s.89-105), İstanbul: Epos Yayınları.
- Ueda, M., Takahata, M., Nakajima, S. (2011).** User's food preference extraction for personalized cooking recipe recommendation. Second International Conference on Semantic Personalized Information Management: Retrieval and Recommendation. 24th October 2011, Bonn, Germany. s.98-105.
- Van Wel, L., Royackers, L. (2004).** Ethical issues in web data mining. *Ethics and Information Technology*, 6(2), 129-140.
- Wolcott, H., F. (1994).** Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation. California: Sage Publications Inc.
- Yaşar, İ. H., Altıncık, H. (2018).** Türkiye Cumhuriyeti Bakanlıklarının Web sitelerinin halkla ilişkiler bağlamında değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (55), 224-236.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008).** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınları
- Yi, L., Liu, B., Li, X. (2003).** Eliminating noisy information in web pages for data mining. Ninth ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining. 24-27th August 2003, New York, USA. s.296-305.

Fonksiyonel Bir Gıda Olarak Yenilebilir Mantarlar: Mutfak Şeflerinin Kullanma ve Bilgi Durumlarının İncelenmesi

Gökmen DUMAN

Başkent Üniversitesi, Güzel sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gokmenduman@baskent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5658-578X

Fulya SARPER

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
fulya.sarper@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0001-6386-9385

Geliş tarihi / Received: 03.06.2022

Kabul tarihi / Accepted: 09.10.2022

Öz

Yenilebilir mantarların insanoğlu tarafından yiyecek maddesi ve şifa kaynağı olarak kullanımı neredeyse insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Mantarın fonksiyonel gıda olarak yüksek potansiyele sahip olması, bu konuda araştırma yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır. Araştırma, Ankara'daki restoran ve otel mutfak şeflerinin mantarların kullanım durumunu ve mantarların fonksiyonel özellikleri konusundaki bilgi düzeyi ve yaklaşımlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Veriler, Ankara'daki otel ve restoranların mutfak şefleri ile nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, katılımcıların büyük ölçüde (%70) fonksiyonel gıda kavramını ve mantarın fonksiyonel gıda olarak sağlığa yararlarını bildikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların yarısından fazlasının (%60) her gün mantar kullandığı ve ayrıca mantarları çoğunlukla (%85) ana yemek yapımında kullandıkları saptanmıştır. Katılımcılar, mantarların yapılan ürünlere özellikle lezzet, aroma ve umami açısından katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Mutfak şefleri, mantarların fonksiyonel özelliklerini kaybetmeleri için doğru pişirme teknikleri kullanılarak pişirilmesini ayrıca mutfaklarda mantar kullanım çeşitliliğinin artırılması gerektiğini belirtmişlerdir.

Anahtar kelimeler: *Fonksiyonel gıda, mantar, mutfak, mutfak şefi.*

Edible Mushrooms as a Functional Food: An Investigation of Kitchen Chefs' Usage and Knowledge

Abstract

The use of edible mushrooms as food and a source of healing by human beings is almost as old as human history. The high potential of mushrooms as a functional food reveals the necessity of research on this subject. The research aims to determine the level of knowledge and approaches of restaurant and hotel kitchen chefs in Ankara about the use of mushrooms and their functional properties. The data were obtained by using the interview technique, one of the qualitative research methods, with the kitchen chefs of the hotels and restaurants in Ankara. According to the results obtained in the research, it was determined that the participants mostly (70%) knew the concept of functional food and the health benefits of mushrooms as functional food. It was determined that more than half of the participants (60%) used mushrooms every day, and also mostly (85%) used mushrooms in main course preparation. Participants stated that mushrooms contribute to the products made especially in terms of flavor, aroma, and umami. Kitchen chefs stated that mushrooms should be cooked using the right cooking techniques so that they do not lose their functional properties, and that the variety of mushroom use in kitchens should be increased.

Keywords: *Functional food, mushroom, cuisine, kitchen chef.*

Giriş

Mantarlar, dünya üzerinde canlılığın var olduğu hemen her yerde yaşam alanına sahiptirler. Fotosentez yapamayan bu canlılar, genellikle organik besinler için diğer canlılara ihtiyaç duyarlar. Doğanın yaşam döngüsü için hayati öneme sahiptirler ve çok iyi birer dönüştürücü ve ayrıştırıcıdır (Akkara ve Tosun, 2014, s. 47). Mantarlar, mikroskopik küfler ve mayalardan makroskopik mantarlara ve yer mantarlarına kadar çeşitlilik gösterirler. Dünyada var olduğu düşünülen mantar sayısı, bir buçuk milyondur ve bu mantarların sadece %10'u bilinmektedir (Bennett, 1998, s. 102; Hawksworth, 2001, s. 1430). Yenilebilir mantarların bir yiyecek maddesi olarak tüketimi toplayıcılıkla başlamıştır ve insanlık tarihi kadar eski olan bu süreç, halen devam etmektedir (Pegler, 2002, s. 8-9). İnsanoğlu tarafından tüketilen mantarların

bir kısmı doğadan toplansa da önemli oranda mantar ihtiyacı, mantar yetiştiriciliği yaparak karşılanmaktadır. Türkiye'de mantarın yetiştiriciliğinin başlangıcı 1960'lı yıllardır. Yetiştiriciliği yapılan bu mantarların %80'ini kültür mantarı oluştururken, ikinci sırayı %10 ile istiridye mantarı almaktadır (Eren ve Pekşen, 2014, s. 29). Dünya üzerindeki yer mantarlarının sayısının 14,000 olduğu düşünülürken, bunların yaklaşık 2000 tanesinin yenilenebilir olduğu tespit edilmiştir. İnsanlar tarafından tadı çok beğenilen ve sağlığa olan pek çok yararı keşfedilen mantarların tüketimi her geçen gün artmaktadır (Gül, Sağdıç ve Özkan, 2021, s. 334). Dünyada yemeklik olarak tüketilen mantarların yaklaşık yarısı taze olarak tüketilmektedir. Dünyada ABD, Hollanda, Fransa gibi gelişmiş ülkelerde yıllık mantar tüketimi kişi başına 2,5 kg olsa da Türkiye'de bu rakam 0,4 kg seviyelerindedir. Dünya mantar üretiminde %37,8 ile

kültür mantarı (*Agaricus bisporus*) ilk sırada yer alırken, bunu %24,2 ile istiridye mantarı (*Pleurotus ostreatus*) takip etmektedir (Doğan vd., 2015, s. 433).

Bu çalışmada, restoran ve otel şeflerinin mutfaklarda fonksiyonel bir gıda olarak mantara yaklaşımlarının tespiti ve mutfak şeflerinin mantar kullanım durumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan alanyazın taramasında mutfak şeflerinin mutfaklarda genel mantar kullanımı ve fonksiyonel gıda olarak mantar kullanımı ile ilgili sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu açıdan çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Fonksiyonel Gıda Olarak Mantar

Fonksiyonel gıda tanımı için farklı görüşler bulunsa da genel olarak kabul edilen görüşe göre fonksiyonel gıda, gıdanın besleyici özelliklerinin haricinde içerdiği bileşiklerle sağlığa madden veya manen pozitif yönde katkı yapan, hastalık gelişimini engelleyen veya mevcut hastalığın iyileşmesine katkıda bulunma potansiyeline sahip ürünler şeklinde tanımlanabilir (Akbaba ve Çetinkaya, 2018, s. 352-353). Mantarlar, bu fonksiyonel özelliklerinden dolayı birçok Asya ülkesi tarafından keşfedilip kullanılmıştır (Acay, 2018, s. 96). Sadece Asya ülkelerinde değil, aynı zamanda Avrupa ve diğer dünya ülkelerinde de fonksiyonel gıda olarak mantarların önemli bir yeri bulunmaktadır (Meral ve Doğan, 2009, s. 194; Money, 2016, s. 449-453). Yapılan çalışmalarda, mantarların pek çok sayıda hastalığın önlenmesinde ve iyileştirilmesinde etkili olduğu belirtilmektedir (Kasım ve Kasım, 2019, s. 679; Bulam, Pekşen ve Üstün, 2019, s. 137-138). Mantarlar, vücut için gerekli protein, lif, vitamin, karbonhidrat, biyoaktif bileşenler ve mineral içermektedirler. Bunlara ek olarak kolesterol, sodyum, yağ ve kalori değerleri düşüktür. Bütün bu özellikler mantarları

sağlıklı olmanın yanında dengeli bir beslenmenin öne çıkabilecek gıdaları haline getirmektedir (Turp ve Boylu, 2018, s. 144).

Birçok mantar türü sağlık açısından olumlu etkilere sahipken, yağ ve karbonhidrat gibi içerikleri diğer ürünlere göre daha azdır. Bu nedenle sağlıklı diyetler içinde tercih edilen gıdalardır (Diyabalanage vd., 2008, s. 97; Kırmızıkuşak ve Sarper, 2021, s. 220). Mantarların kolesterol ve kalori seviyeleri düşük ve protein seviyeleri yüksektir. Bu proteinin büyük bölümü insan vücudu için sindirilebilir niteliktedir (Özdemir, 2010, s. 1). Öztürk ve Çopur (2009) çalışmalarında, mantarların fonksiyonel özelliklerini “Anti-bakterial, anti-viral, anti-tümör, anti-enflamatuar, anti-oksidan, anti-diabetik, kolesterol ve lipit azaltıcı, böbrek koruyucusu, toksik maddelerden arındırıcı, kardiyovasküler güçlendirici, kan basıncı düzenleyici, immün sistem güçlendirici ve karaciğer fonksiyonlarını düzenleyici” olarak belirtmişlerdir.

Yöntem

Bu çalışmada, Ankara’da faaliyette bulunan restoran ve otel işletmelerindeki mutfak şeflerinin, mantarları nasıl kullandıkları ve mantarları fonksiyonel gıda olarak nasıl değerlendirdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kapsamında durum çalışması deseni benimsenmiş olup katılımcıların görüşleri alınarak elde edilen bulgular, betimsel analiz ve içerik analizi tekniklerinden yararlanılarak çözümlenmiştir.

Nitel araştırma durum çalışmasında; bir durumun, eylemin, olayın veya sürecin analizi yapılmaktadır (Merriam, 2015, s. 41). Nitel araştırma yöntemleri, görüşme ve gözleme dayanır. Elde edilen veriler önceden belirlenmiş temalara göre özet ve yorumlama şeklinde değerlendirilir (Özdemir, 2010, s. 336). Betimsel ana-

liz, görüşme ve gözlemler sonucu elde edilen verilerin yorumlanmış ve özetlenmiş biçimde aktarılması şeklinde oluşturulur ayrıca gerektiğinde doğrudan alıntılara yer verilebilir (Baltacı, 2019, s. 379; Sığırı, 2021, s. 275). İçerik analizi ise yazılı ve sözlü mesajların belli temalara göre incelenmesi, anlamlandırılması ve ileriye dönük tahminlerde bulunulması esasına dayanmaktadır (Leedy ve Ormrod, 2015, s. 275-276; Sığırı, 2021, s. 275). Görüşmelerin belirli bir sayıda olması beklenmez. Ancak araştırmadan elde edilen bilgiler doygunluğa ulaşana kadar, başka bir ifade ile görüşmelerden çok az bilgi edinilmeye başlayana kadar sürdürülebilmektedir (Türnüklü, 2000, s. 548).

Çalışmanın evrenini, Ankara’da bulunan otel ve restoran işletmelerinin mutfak şefleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise tesadüfi olmayan, amaçlı tipik örnekleme oluşturmaktadır (Baştürk ve Taştepe, 2013, s. 144). Amaçlı örnekleme yöntemi, konu hakkında yeterli bilgi ve tecrübeye sahip olduğu düşünülen kişiler ile görüşmelerin yapılmasına böylece konu hakkında derinlemesine bilgi edinmeye olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 118).

Çalışmada, veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Form üç akademisyen ve üç eğitmen aşçının da görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Çalışma için gerekli etik kurul izin belgesi 22.04.2022 tarihinde ve E-62310886-605.99-121809 sayı numarası ile Başkent Üniversitesi Etik Kurulu’ndan alınmıştır. Araştırmanın görüşmeleri 23.04.2021-02.05.2022 tarihleri arasında telefon, yüz yüze ve e-posta yolu ile Ankara’da restoran ve otel işletmelerinde faaliyette bulunan 20 mutfak şefi ile gerçekleştirilmiştir. Ses kayıtları dijital olarak kaydedilmiş ve saklanmıştır. Araştırma, Ankara ili ve belirli bir zaman aralığı ile sınırlı tutulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşmede katılımcılara yöneltilen açık uçlu sorular aşağıdaki gibidir:

1. Mantarı mutfakta hangi yemeklerinizde kullanırsınız?
2. Mantarlar hangi yiyecek, ürün veya baharatla eşleştirilebilir ve mantarla birlikte kullanım/kullanmam dediğiniz ürünler nelerdir?
3. Mantarları, hangi sıklıkla ve nerelerde kullanırsınız?
4. Hangi çeşit mantarları, hangi formda kullanırsınız?
5. Hangi çeşit mantarları hangi biçimde kullanırsınız? (Pişirirsiniz?)
6. Mantarın yemeklerinize katkısını nasıl değerlendirirsiniz?
7. Mantar kullanarak yaptığınız bir yiyecek (ürün) tarifi paylaşabilir misiniz?
8. Bu Çalışmaya katılmadan önce Fonksiyonel Gıda kavramını biliyor muydunuz?
9. Mantarı fonksiyonel gıda olarak nasıl tanımlarsınız?
10. Mantarın fonksiyonel gıda olarak mutfakta kullanımı için önerileriniz nelerdir?

Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde araştırmaya katılan restoran ve otel mutfak şeflerinin demografik bilgilerine yer verilmiştir. Tablo 1’de yer alan frekans analizine göre katılımcıların %80’i erkek, %20’si kadındır. Katılımcıların %90’ının 26-45 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların %40’ı lisans, %25’i yüksek lisans, %25’i lise, %5’i ön lisans, %5’i orta öğretim mezunudur. Bunlara ek olarak katılımcıların %45’inin sektörde 25 yıldan daha fazla görev yaptığı, %35’inin 6-10 yıl, %10’unun 11-15 yıl, %5’inin 16-20 yıl, %5’inin ise 1-5 yıl görev yaptıkları tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik dağılımları

Demografik Özellikler		f	%
Cinsiyet	Kadın	4	20,0
	Erkek	16	80,0
Yaş Grubu	26-35 yaş arası	9	45,0
	36-45 yaş arası	9	45,0
	46-55 yaş arası	1	5,0
	55'ten fazla	1	5,0
Eğitim Durumu	Yüksek lisans	5	25,0
	Lisans	8	40,0
	Ön lisans	1	5,0
	Lise	5	25,0
	Orta öğretim	1	5,0
Sektörde Çalışma Süresi	1-5 yıl arası	1	5,0
	6-10 yıl arası	7	35,0
	11-15 yıl arası	2	10,0
	16-20 yıl arası	1	5,0
	21-24 yıl arası	-	-
	25 yıl ve üzeri	9	45,0

Araştırma kapsamında mutfak şeflerine işyerlerinde mantar kullanma sıklıkları sorulmuştur. Elde edilen bulgulara göre katılımcıların %60'ı mantarı her gün, %20'si haftada bir, %10'u gün aşırı, %5'i on beş günde bir, %5'i ayda bir kullandıklarını belirtmişlerdir.

Çalışmada şeflerin mantarı hangi yiyeceklerle eşleştirdikleri ve ayrıca mantarla birlikte kullandıkları ürünler sorulmuştur. Alınan bazı cevaplar şu şekildedir:

K1 “Mantara en çok yakışan ürünlerin sarımsak, biberiye ve patates olduğunu düşünmekteyim”

K3 “Mantarların sarımsak, zeytinyağı, tereyağı, krema gibi yağlı ürünlerle uyumlu olduğunu düşünüyorum”

K9 “Ben mantarları kırmızı et, tavuk, yumurta, süt, krema, peynir çeşitleri, sebzelere, baharatlardan biberiye, kekik, fesleğen, muskat, kırmızıbiber ve karabiberle kullanırım”

K19 “Mantarların baharatlardan kekik, zerdeçal, muskat, köri ile uyumlu olduğunu, süt, peynir, tereyağı, krema, soğan, maydanoz gibi ürünlerle de çok uyumlu olduğunu düşünüyorum”

Bulgulara göre, genel olarak katılımcılar mantarın tereyağı, krema gibi yağlı süt ürünleri ile uyumlu olduğunu, ayrıca başta sarımsak olmak üzere muskat, biberiye, kekik ve karabiber baharatları ile eşleştirilmesi gerektiğini düşünmektedirler.

Araştırmada şeflere mutfakta mantarı hangi ürün çeşitlerinde kullandıkları sorulmuştur. Katılımcılar bu soruya birden fazla cevap vermiştir. Elde edilen bulgulara Tablo 2’de yer verilmiştir. Sonuçlara göre katılımcıların %85’i ana yemek yapımında, %70’i garnitür yapımında,

%60’i sos yapımında, %45’i çorba yapımında, %45’i ara sıcak yapımında, %45’i dolgu malzemesi olarak, %30’u başlangıç ürünleri yapımında ve %20’si kahvaltılık ürünlerin yapımında mantar kullanmaktadırlar.

Tablo 2. Katılımcıların mantarları yemeklerde hangi şekilde kullandıklarının dağılımı

Katılımcı	Ana yemek	Garnitür	Çorba	Sos
K1		✓		
K2	✓	✓		✓
K3		✓	✓	
K4	✓	✓		✓
K5			✓	✓
K6		✓	✓	✓
K7	✓	✓	✓	✓
K8	✓			
K9	✓	✓	✓	✓
K10	✓			✓
K11	✓	✓	✓	✓
K12	✓			
K13	✓	✓	✓	
K14	✓			
K15	✓		✓	✓
K16	✓	✓		
K17	✓	✓		✓
K18	✓	✓		✓
K19	✓	✓		✓
K20	✓		✓	
f	17	14	9	12
%	85	70	45	60

Çalışma kapsamında mutfak şeflerine hangi çeşit mantarlar kullandıkları ve bu mantarları hangi formda kullanmayı tercih ettikleri sorulmuştur. Katılımcılar soruya birden fazla cevap vermiştir. Alınan cevaplar Tablo 3’te listelenmiştir. Tabloya göre şeflerin tamamı taze olarak kültür mantarı kullanmaktadır. Şeflerin taze mantar kullanım tercihlerinde kültür mantarın-

dan sonra istiridye mantarı ve kestane mantarının geldiği belirlenmiştir. Şeflerin %65’i dondurulmuş mantar kullandığını ifade etmiştir. Dondurulmuş mantar kullanan şeflerin daha çok Porçini mantar kullandığı tespit edilmiştir. Tabloya göre mutfak şeflerinin %55’inin kurutulmuş mantar kullandıkları saptanmıştır. Şefler, kurutulmuş olarak kullanılan mantarlarda

Şitake mantarı, Morel mantarı ve Porçini mantarının %75'i Trüf mantarı yağı kullanmaktadırlar. Bulgulara göre sefle-

Tablo 3. Katılımcıların hangi mantar çeşitlerini hangi formda kullandıklarının dağılımı

	Taze	Dondurulmuş	Kurutulmuş	Yağ	*Diğer
K1	Kültür, Horoz, İstiridyeye, Şitake	Porçini,	Porçini	Trüf	
K2	Kültür, İstiridyeye	Porçini, Sarıkız	Morel, Şitake,	Trüf	
K3	Kültür, İstiridyeye, Kestane	Porçini,	Morel, Şitake,	Trüf	Mantar Miksi (Toz)
K4	Kültür, İstiridyeye, Kestane	Porçini,		Trüf	
K5	Kültür, İstiridyeye, Kestane	Porçini,	Şitake	Trüf	Porçini, Cincile (Konserve)
K6	Kültür, İstiridyeye, Porçini, Trüf	Porçini,Şitake	Porçini, Şitake	Trüf	
K7	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Kanlıca, Trüf	Porçini,	İstiridyeye, Şitake	Trüf	
K8	Kültür				
K9	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Porçini		Porçini, Şitake	Trüf	
K10	Kültür, İstiridyeye, Porçini				
K11	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Şitake	Sarıkız	Porçini, Morel	Trüf	
K12	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Kanlıca				
K13	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Şitake	Porçini,	Sarıkız, Porçini, Morel, Kanlıca	Trüf	
K14	Kültür, İstiridyeye, Domalan				
K15	Kültür, İstiridyeye, Kestane	Sarıkız, Kanlıca	Porçini, Morel, Şitake	Trüf	Porçini (Toz)
K16	Kültür, İstiridyeye, Kestane,	Porçini		Trüf	Porçini(Toz)
K17	Kültür			Trüf	
K18	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Porçini	Porçini	Porçini, Morel, Şitake	Trüf	
K19	Kültür, İstiridyeye, Kestane, Kanlıca	Porçini	Morel	Trüf	
K20	Kültür, İstiridyeye		Şitake		
f	20	13	11	15	4
%	% 100	% 65,0	% 55,0	% 75,0	%20,0

Tablo 4. Katılımcıların hangi mantarları nasıl pişirdiklerinin dağılımı

	Sote	Izgara	Fırında	Haşlama	Paneleyerek derin yağda	Çiğ
K1	Şitake, Porçini, Ho- roz	Kültür, İstiridye, Porçini		Kültür	Kültür, İstiridye	
K2	Kültür, Porçini	Kültür, Sarıkız	Kültür, Sarıkız			
K3	Kültür, Parçini, Şitake, Morel	Kültür, İstiridye	Kültür	Kültür	Kültür	
K4	İstiridye, Kestane, Porçini	İstiridye			Kültür	
K5	Kültür, Kestane, İstiridye, Porçini, Cincile	İstiridye				Kültür
K6	Kültür, Porçini Şitake	Kültür, İstiridye				Trüf
K7	Kültür, Porçini Şitake	Kültür, İstiridye, Kanlıca, Kestane	Kültür, İstiridye, Kestane	Kültür	Kültür, Kestane İstiridye,	Trüf, Kültür
K8	Kültür			Kültür		
K9	Kültür, İstiridye, Kestane, Morel	Kültür, Porçini, İstiridye,	Kültür			
K10	Kültür, İstiridye	Porçini, Şitake				
K11	Sarıkız, Şitake	Kültür, İstiridye	Kültür, Kestane			
K12	Kültür, Kanlıca, Kes- tane	Kanlıca, Kestane	Kültür, İstiridye			
K13	Domalan, Kanlıca Sarıkız, Morel	Kültür, İstiridye, Porçini, Kestane	Kültür, Domalan,			
K14	Kültür, Domalan İstiridye,	Kültür, İstiridye, Domalan	Kültür, İstiridye		Kültür	
K15	Sarıkız, Kültür, Do- malan, Şitake	Kestane		Kültür	Kültür, Doma- lan	
K16	Morel, Domalan, Kanlıca	İstiridye	Kültür, Kestane İstiridye			
K17	Kültür					
K18	Porçini, Kestane, Morel, Şitake	Kültür, İstiridye, Kestane	Kültür, İstiridye		Kültür	
K19	Porçini, Morel, Do- malan, Şitake	Kültür, İstiridye, Kanlıca,		Kültür	Kanlıca, Kültür, İstiridye	
K20	Kültür, İstiridye, Morel	Kültür, İstiridye	Kültür, İstiridye		Kültür	
f	20	18	11	6	9	3
%	100	90	55	30	45	15

Araştırma kapsamında katılımcılara hangi mantarları nasıl pişirdikleri sorulmuş ve soruya birden fazla verilen cevaplar Tablo 4'te listelenmiştir. Tabloya göre şeferin tamamının so-

teleme tekniği kullandığı tespit edilmiştir. Bu teknikten sonra en çok tercih edilen teknikler sırası ile %90 oranında ızgara, %55 oranında fırınlama, % 45 oranında paneleyerek pişir-

me, %30 oranında haşlama ve %15 oranında çiğ olarak mantar kullanımı olmuştur. Mutfak şeflerinin soteleme ve ızgarada pişirme yönteminde kullandıkları mantar türlerinin belirli bir grupta toplanmadığı, şeflerin tercih ettiği mantarlara göre şekillendiği görülmektedir. Kültür mantarının bütün teknikler kullanılarak pişirilen tek mantar türü olduğu, ayrıca şefler tarafından haşlama tekniğinin sadece kültür mantarına uygulandığı belirlenmiştir (Tablo 4). Çiğ mantar kullanımının ise sadece Trüf ve Kültür mantarına uygulandığı tespit edilmiştir.

Çalışmada, katılımcılara mantarların yemeklere katkısını nasıl buldukları sorulmuştur. Katılımcılar soruya birden fazla cevap vermiştir. Alınan cevaplar Tablo 5'te listelenmiştir. Tabloya göre mutfak şeflerinin tamamı mantarların yemeklerine lezzet katkısı yaptığını düşünmektedir. Mutfak şefleri, lezzetten sonra mantarların yapılan ürünlere katkısını sırasıyla %80 oranında aroma, %75 oranında umami, %45 oranında doku, %35 oranında görünüş, %30 oranında kıvam olarak belirtmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların mantarların yemeğe olan katkısı hakkındaki düşünceleri

	Lezzet	Görünüş	Doku	Aroma	Umami	Kıvam
K1	✓			✓		
K2	✓	✓				
K3	✓	✓	✓	✓	✓	
K4	✓	✓		✓		
K5	✓		✓			✓
K6	✓			✓	✓	
K7	✓				✓	✓
K8	✓	✓	✓	✓	✓	✓
K9	✓				✓	
K10	✓			✓	✓	✓
K11	✓			✓	✓	
K12	✓		✓	✓	✓	
K13	✓		✓	✓	✓	✓
K14	✓			✓	✓	
K15	✓	✓		✓	✓	
K16	✓	✓	✓	✓	✓	
K17	✓			✓	✓	✓
K18	✓	✓	✓	✓	✓	
K19	✓		✓	✓	✓	
K20	✓		✓	✓	✓	
f	20	7	9	16	15	6
%	100	35	45	85	75	30

Araştırmaya katılan şeflerden bazılarının mantarların yemeğe olan katkısı ile ilgili ifadeleri şu şekilde olmuştur:

K3 “Lezzet açısından mantar kullanıldığı yemeklerde çok farklı çeşidi olmasından dolayı çok farklı lezzetler içermektedir”

K9 “Yoğun ve doğal umami tat içermesinin yanında zengin aromatik (uçucu) bileşikler de barındırması nedeniyle koku ve algılanan lezzet üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır”

K13 “Umami mantarın ön plana çıkan özelliklerinden biridir ayrıca özellikle çorbalarda ve soslarda kıvam artırıcı olarak kullanılabilir”

K18 “Mantar yemeğe derin ve mineral bir tat katar ve aromaları güçlendirir”

Bulgulara göre katılımcılar, genel olarak mantarların yemeğe lezzet ve aroma katarak yemeği zenginleştirdiğini düşünmektedirler. Ayrıca mantar türlerinin fazla olması ve her mantarın kendine has aroma ve tada sahip olması, mantarın mutfaklarda şefler tarafından sıklıkla tercih edilme sebebinin oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında katılımcılara çalışmaya katılmadan önce fonksiyonel gıda kavramını bilip bilmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların %70’i fonksiyonel gıda kavramını bildiklerini ifade ederken, katılımcıların %30’u ise bu kavramı bilmediklerini ifade etmişlerdir.

Çalışma kapsamında mutfak şeflerinin mantarı fonksiyonel gıda olarak (sağlıkla ilgili faydalarını) nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Şeflerin verdiği bazı cevaplar şu şekildedir:

K3 “Mantarın yoğun bir vitamin ve protein kaynağı olduğunu düşünüyorum”

K5 “Mantarlar doğada kendiliğinden yetişiyor. Dolayısıyla insan faktörü olmadığı için bir hazır gıda veya endüstriyel bir ürün değiller. Bu açıdan bakıldığında çok sağlıklı gıdalardır”

K6 “Mantarların sağlıklı ve doğal içeriklere sahip, doğal bir şifa kaynağı olduğunu düşünüyorum”

K7 “Diyet mutfağında kullanılan çok değerli

bir üründür mantar”

K8 “A, B, D, K vitaminleri, kalsiyum, potasyum, bakır ve fosfat mineralleri bakımından oldukça zengin bir besindir. Bağışıklık sistemine önemli desteği bulunmaktadır”

K9 “Mantar türleri özellikle protein, mineral ve vitamin açısından zengin oldukları için önemli bir fonksiyonel gıda olarak kabul edilebilir”

K11 “Mantar Anti-Kanser savaşçısıdır. Kemiklerin güçlenmesine ve enerji ihtiyacına büyük desteği vardır”

K12 “Mantar, bitkisel proteindir. Et yemeyenler için güzel bir protein kaynağıdır”

K15 “Bağışıklık sistemini güçlendirici güçlü bir beta glukan kaynağı ve kalorisi düşük bir besin olarak”

K18 “İçerdiği mineral, vitamin ve antioksidanlar sayesinde kalp, kas ve kemik sağlığı açısından önemli bir yiyecektir”

K19 “Protein açısından zengin ve kolesterol açısından düşük olması sebebiyle kırmızı et için iyi bir ikame olduğunu düşünüyorum. Bunun yanında zengin bir lif kaynağıdır. Klorofilleri olmadığı için bağımsız olarak şeker, yağ ve nişasta gibi organik madde oluşturma yetenekleri bulunmadığından sağlıklı bir üründür”

Bulgulara göre katılımcılar, genel olarak mantarların bir fonksiyonel gıda olarak önemini

farkındadırlar. Ayrıca mantarların sağlığa olan birçok yararını bilmektedirler.

Çalışma kapsamında mutfak şeflerine mantarın fonksiyonel gıda olarak mutfakta kullanımı için önerilerinin neler olduğu sorulmuştur. Alınan cevaplardan bazıları şöyledir:

K1 “Yüksek oranda protein içeriği sebebiyle dengeli olabilmesi için etle değil sebze ile birlikte kullanılmasını ve vejetaryen beslenme menülerinde daha fazla yer almasını öneriyorum”

K2 “Tek başına kullanılmasını öneriyorum. Uygun pişirme yöntemlerinin uygulanması gerekiyor fazla pişirerek besleyici özelliklerinin kaybetmesinin önüne geçmemiz gerekiyor”

K3 “Kullanımının artırılması, kullanım çeşitliliğinin çoğaltılması, farklı mantar çeşitliliğinin yararlanılarak daha fazla çeşidin kullanılması sadece yerel tüketimde kalmaması gerekiyor”

K4 “Glüten içermediği için çölyak hastalarının kullanımı için ideal bir gıda. Ayrıca vejetaryenler için alternatif gıda. Bu yüzden bu tarz özel diyet menülerinde daha fazla kullanılmalı”

K5 “Özellikle yetiştiriciliği yapılamayan, sadece toplanabilen mantarlar pişirilerek konserve hale getirilip daha sonra kullanılabilirler. Böylelikle kullanım yeri ve zamanı genişletilebilir”

K6 “Mantar daha çok ve tazeysen kullanılmalı. Doğru pişirilmeli saatlerce çok pişirilmemeli, mecbur kalmadıkça kuru ve don kullanmamalı, mutfaklarda kullanımını yaygınlaştırmalıyız”

K7 “Şefler tarafından çok az yöresel mantar kullanımı var. Tedarik sorunları var. Tedarik sorununun çözülmesi ve şeflerin menülerinde çok daha fazla yöresel mantara yer vermesi gerekir”

K8 “Kullanımının yaygınlaşması için özellikle mutfak şefleri tarafından faaliyetler, organizasyonlar, festivaller düzenlenmeli”

K9 “Mantar türleri sahip oldukları protein ve lezzet nedeniyle vegan ve vejetaryen beslenme için kırmızı ete önemli bir alternatif olarak kullanılabilir”

K10 “Dehidrasyon ile kurutulup toz haline getirilen mantar, baharat gibi fonksiyonel olarak tüm kullanım alanlarında aromatik olarak kullanılabilir”

K19 “Hassas bir ürün olan mantarın ısıl işleme maruz bırakılmadan tüketilmesinin yolları bulunmalı, kullanım alanı zenginleştirilmelidir”

Tartışma ve Sonuç

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların %60'ı mantarı her gün, %20'si ise haftada bir kullanmaktadır. Katılımcıların mantarla en çok uyumlu buldukları ürünler tereyağı, krema, süt, peynir ve et olurken, mantarla birlikte en çok kullandıkları baharatlar sarımsak, karabiber, muskat, biberiye, kekik olarak tespit edilmiştir. Mutfak şefleri mantarı en çok ana yemek yapımında (%85) ve garnitür yapımında (%70) kullanmaktadır. Katılımcıların mantar kullarımları, en çok taze mantar (%100), mantar yağı (%75) ve dondurulmuş mantar (%65) olarak tespit edilmiştir. Mutfak şeflerinin mantar pişirmek için en çok soteleme yöntemini (%100) ve ızgarada pişirme yöntemini (%90) tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcılar, mantarların yapılan ürünlere katkılarını en çok aroma (%80) ve umami (%75) şeklinde belirtmişlerdir. Bulgulara göre katılımcıların %70'i fonksiyonel gıda kavramını bildiklerini, %30'u ise bu kavramı bilmediklerini ifade etmişlerdir.

Araştırma sonuçlarına göre mutfak şefleri, fonksiyonel gıda olarak mantarın mutfaklarda

kullanımının yaygınlaşması ve mantarın iyi bir gıda olmasının yanında fonksiyonel özelliklerinin de bilinmesi konusunda çalışmalar yapılması gerektiğini belirtmişlerdir. Mantarların pişirme esnasında fonksiyonel özelliklerinin kaybolmamasına da dikkat etmek gerektiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca mutfak şefleri, Türkiye'nin yöresel mantar açısından zengin bir ülke olmasına rağmen bu mantarların ticari mutfaklarda kullanımının sınırlı olduğunu aktarmışlardır. Bunlara ek olarak, yöresel mantarların şefler tarafından yeteri kadar bilinmediğini ve yöresel mantarların temininde tedarik sorunları yaşandığını belirtmişlerdir. Katılımcılar, mantar kullanımının yaygınlaşması için mantar festivalleri ve şenliklerin artırılması gerektiğini, mutfak şeflerinin menülerinde değişik formlarda ve farklı çeşitlilikte mantarların yer alması gerektiğini ifade etmişlerdir. Çalışmanın bu sonuçları, Erdem vd.(2018)'nin restoran mutfaklarında mantar kullanımı yöresel mantarlar kapsamında inceledikleri çalışmalarıyla ve ayrıca Eren vd. (2017)'nin gastronomik açıdan Türkiye'de yenilebilir yabani mantarları araştırdığı çalışmalarında ortaya konulan sonuçlar ile paralellik göstermektedir. Küçük-yaman, Demir ve Bulgan'ın (2018) mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisini inceledikleri araştırmada, çalışmaya katılan mutfak şeflerinin sadece %36'sının yöresel mantar kullandığını belirlemişler ve kullanılan bu mantarların ana yemek yanına garnitür olarak değerlendirdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuç, çalışmada elde edilen şeflerin %70 oranında mantarı garnitür olarak da değerlendirdikleri sonucu ile örtüşmektedir. Ayrıca mutfak şefleri mantarları, vejetaryen beslenme ve diyet menüleri gibi farklı kullanımlar için yüksek potansiyele sahip bir gıda olarak nitelendirmişlerdir. Bu çalışma, Ankara ili ve belirli bir tarih aralığı ile sınırlı tutulmuştur, sonraki yapılacak çalışmalarda farklı iller veya bölgeler araştırılabilir, ayrıca mutfaklarda mantar kullanımlarının mevsimsel olarak değişiklikleri incelenebilir. Çalışmanın katılım-

cılarını mutfak şefleri oluşturmaktadır, sonraki çalışmalar müşteri veya ev halkı gibi farklı grupların katılımı ile ve ayrıca farklı araştırma yöntem teknikleri kullanılarak yapılabilir.

Kaynakça

Acay, H., (2018). Yenilebilen yabani mantar *Morchella esculenta* (L.) Pers.'nin besinsel kalitesi ve biyoaktif özelliklerinin değerlendirilmesi. *Mantar dergisi*, 9(2), 95-105.

Akbaba, A., Çetinkaya, N. (2018). Gastronomi ve Yiyecek Tarihi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akkara, M., Tosun, H. (2014). Funguslardan elde edilen endüstriyel ürünler. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(2), 46-53.

Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.

Baştürk, S., Taştepe, M. (2013). *Evren ve örneklem.* İçinde: S. Baştürk (Ed.). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (ss. 129-159). Ankara: Vize Yayıncılık.

Bennett, J. W. (1998). Mycotechnology: The role of fungi in biotechnology. *Journal of Biotechnology*, 66(2-3), 101-107.

Bulam, S., Pekşen, A., Üstün, N. Ş. (2019). Yenilebilir ve tıbbi mantarların gıda ürünlerinde kullanım potansiyeli. *Mantar Dergisi*, 10(3), 137-151.

Diyabalanage, T., Mulabagal, V., Mills, G., DeWitt, D. L., Nair, M. G. (2008). Health-beneficial qualities of the edible mushroom, *Agrocybe aegerita*. *Food Chemistry*, 108(1), 97-102.

Doğan, N., Doğan, C., Bilgin, S., Hayoğlu, İ., Dağıstanlı, Ö. (2015). *Pleurotus Ostreatus*'tan

mantar tozu üretiminde kurutma işleminin yanıt yüzey yöntemi kullanılarak optimizasyonu. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 21(9), 433-437.

Erdem, Ö., Bayram, F., Çiftçi, B., Kemer, A. K. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel mantarları tanıma ve kullanım durumlarına ilişkin keşifsel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 6/Special issue3 (2018), 225-239.

Eren, E., Pekşen, A. (2014). Türkiye’de kültür mantarı üretimi, sorunları ve çözüm yolları. 1. Ulusal Mikoloji Günleri. 1-4 Eylül 2014, Erzurum, Türkiye. Özet Kitabı, s.29.

Eren, R., Süren T., Kızıleli, M. (2017). Gastronomik açıdan Türkiye’de yenilebilir yabancı mantarlar üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 77-89.

Hawksworth, D. L. (2001). The magnitude of fungal diversity: the 1.5 million species estimate revisited. *Mycological Research*, 105(12), 1422-1432.

Kasım, M. U., Kasım, R. (2019). Ganoderma (*Reishi*)(*G. lucidum*)“Ölümsüzlüğün Mantarı”. 8 th International Vocational Schools Symposium. 11-13 Haziran 2019, Sinop, Türkiye. Bildiri kitabı, s.679-684.

Kırmızıkuşak, D., Sarper, F. (2021). Fonksiyonel bir gıda: Shiitake mantarı (*Lentinula edodes*). *Mantar Dergisi*, 12(2), 218-222.

Küçükyaman, M. A., Demir, Ş. Ş., Bulgan, G. (2018). Mutfak şeflerinin yöresel ürünlere ilgisi: Isparta örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 86-103.

Gül, B., Sağdıç, O., Özkan, K. (2021). Fermentasyonun mantar turşusunun biyoaktivitesi

ve çeşitli özelliklerine etkisi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (21), 333-340.

Leedy, P.D., Ormond, J.E. (2015). Practical Research Planning and Design. 11th Edition. Boston: Pearson Education International

Meral, R., Doğan, İ. S. (2009). Fonksiyonel öneme sahip doğal bileşenlerin unlu mamullerin üretiminde kullanımını. *Gıda*, 34(3), 193-198.

Merriam, B. (2015). Nitel Araştırma. Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber. Ankara: Nobel Yayınları

Money, N. P. (2016). Are mushrooms medicinal? *Fungal Biology*, 120, 449–453.

Özdemir, C. (2010). Mantar Yetiştiriciliği. Samsun İl Tarım Müdürlüğü. https://samsun.tarimorman.gov.tr/Belgeler/Yayinlar/Kitaplarimiz/mantar_yetistiriciligi.pdf

Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

Öztürk, A., Çopur, Ö. U. (2009). Mantar bileşenlerinin teröpatik etkileri. *Bahçe*, 38(1), 19-24.

Pegler, D. N. (2002). Useful fungi of the world: the ‘Poor man’s tuffles of Arabia’and ‘Manna of the Israelites’. *Mycologist*, 16(1), 8-9.

Sığrı, Ü. (2021). Nitel Araştırma Yöntemleri. (Genişletilmiş 2. Baskı). İstanbul: Beta Yayınevi.

Turp, G. Y., Boylu, M. (2018). Tıbbi ve yenilebilir mantarlar ve et ürünlerinde kulla-

nımı. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 28(1), 144-153.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilen nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6(24), 543-559.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

X, Y ve Z Kuşaklarının Türk Kahvesi Tüketim Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma

Yeliz DEMİR

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yelizdemir@isparta.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0184-6828

Kübra SAĞLAM

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu,
Gıda Teknolojisi Programı
ksaglam@gelisim.edu.tr
ORCID: 0000-0002-3564-7934

Geliş tarihi / Received: 26.06.2022

Kabul tarihi / Accepted: 17.09.2022

Öz

Bu araştırmanın amacı, X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarını ve kuşak farklılığının bireylerin Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyi üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanarak kolayda örnekleme yöntemi ile 730 kişiden kullanılabilir veri elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesini tercih etme ve etmeme nedenlerinde benzerlik ve farklılıklar olduğu saptanmıştır. Ayrıca kuşak farklılığının bireylerin Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olmadığı belirlenmiştir. Buna karşın, Türk kahvesi tüketim sıklığının katılımcıların Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan bilgi düzeyi, Türk kahvesi, tüketim alışkanlığı, tüketici, XYZ kuşağı

A Study on Turkish Coffee Consumption Habits of X, Y and Z Generations

Abstract

The aim of this research is to determine the Turkish coffee consumption habits of individuals belonging to the X, Y, and Z generations and the effect of generational differences on the level of knowledge perceived by individuals about Turkish coffee. In the study, usable data were obtained from 730 people by using the convenience sampling method and the survey technique, one of the quantitative research methods. According to the findings, it has been determined that there are similarities and differences in the reasons for preferring or not preferring Turkish coffee among members of the X, Y, and Z generations. In addition, it was determined that the generational difference did not cause a statistically significant difference in the level of knowledge perceived by individuals about Turkish coffee. On the other hand, it was determined that the frequency of consumption of Turkish coffee caused a statistically significant difference in the level of knowledge perceived by the participants about Turkish coffee.

Keywords: *Perceived knowledge level, Turkish coffee, consumption habit, consumer, XYZ generation.*

Giriş

Türk kahvesi, Türk kültürüyle özleşmiş ürünlerin başında gelmektedir. Bu kahvenin hem ulusal hem de uluslararası alanyazında Türk ismini alması nedeniyle Türk kahvesi, üzerinde durulması gereken konuların başında gelmektedir. Kahve sadece Türkiye’de değil, tüm dünya çapında bireylerin geneli tarafından tüketilen popüler içeceklerin başında gelmektedir. Benzer bakış açısıyla Yılmaz, Acar-Tek ve Sözlü (2017), kahvenin günlük hayatın bir parçası olduğunu, ticari ve sosyal hayatı canlı tutan bir sosyalleşme aracı olarak önemi bulunduğunu söylemektedirler.

Uluslararası ilgili alanyazında, gençlerin ve üniversite öğrencilerinin kahve tercih ve tüketim alışkanlıklarını (Alfawaz vd., 2020; Bae ve Kim, 2009; Kim, 2017; Lee, You ve Chang, 2013), üniversite öğrencilerinin yeni kahve kültürüne bakış açısını (Aguirre, 2017), tüketicilerin kahve seçim ve alışkanlıklarını (Czarniecka-Skubina, Pielak, Sałek, Korzeniowska-Ginter ve

Owczarek, 2021; Samoggia ve Riedel, 2018), kahve tüketiminin çeşitli hastalıklarla ilişkisini (Sääksjärvi vd., 2007; Solfrizzi vd., 2015) ve tüketicilerin kahvenin sağlığa faydalarına ilişkin algılamalarını (Samoggia ve Riedel, 2019) inceleyen araştırmalar olduğu görülmektedir. İlgili alanyazında geleneksel olarak kahvenin, kafein içeriği ile diğer içerdiği bileşiklerin de yaygın hastalıkların önlemindeki rolü ayrıca kavrulmuş kahve kabuğunun diyet lifi açısından zengin bir bileşen olarak kullanımı ve antioksidan özellikleri ile fonksiyonel bir içecek olarak sınıflandırıldığı araştırmalarda (Argan vd., 2015; Esquivel ve Jimenez, 2012) vurgulanmaktadır.

İlgili alanyazında Yıldırım ve Karaca (2022), Türkiye’de kahvenin yetiştirilmemesine rağmen Türk kahvesinin benzersiz pişirme tekniği ve sunumuyla dünya çapında tanındığını ve Türk kahvesinin UNESCO’nun uluslararası tescilinde belirtilen özelliklerinin, Fransızların gastronomik bir yemeğinin Temsili Listeye yazılması için belirlediği beş temel kriteri

karşılığını bildirmektedirler. Yazarlar, Türk kahvesinin, nesilden nesile aktarılan bir kimliğe sahip, karşılıklı saygıya ve kültürlerarası diyaloga katkı sağlayan, tanıtılan, korunan ve somut olmayan kültürel miras envanterine kaydedilen kültürel bir değeri olduğunu aktarmaktadırlar. Türk kahvesi bir kahve türü değil, bir hazırlama yöntemidir. Türk kahvesi için çekirdekler, kavrulduktan sonra mümkün olan en iyi toza kadar öğütülür veya dövülür. Kavrulmuş ve ardından ince çekilmiş kahve çekirdekleri bir cezve ile kaynatılır ve bir fincanda servis edilir. En iyi sonuç için su soğuk olmalıdır. Gerekli su miktarı, servis edildiği kahve fincanları kullanılarak ölçülebilir. Her fincan için bir ile iki tepeleme çay kaşığı arasında kahve kullanılır. Her kahve türünde olduğu gibi, en iyi Türk kahvesi demlenmeden hemen önce taze kavrulmuş çekirdeklerden yapılır. Çekilmiş Türk kahvesi, zamanla lezzetini kaybetmesine rağmen, herhangi bir tür olarak satın alınabilir ve saklanabilir. Kahve, Türkler tarafından geliştirilen güğüm veya cezve adı verilen dar tepeli küçük bir kaynatma kabında hazırlanma yöntemi ile hazırlandığından Türk kahvesi olarak adlandırılmıştır (Küçükkömürler ve Özgen, 2009).

Ulusal alanyazında genel kahve tüketiminin (Kaya ve Toker, 2019) yanında Türk kahvesi tüketim durumunu (Akşit Aşık, 2017; Karaman, Kılıç ve Avcıkurt, 2019), bireylerin kahve tüketim alışkanlıklarını ve kahve dükkânı tercihlerini (Arslan, 2019), doğrudan Türk kahvesi sunan mekânların seçiminde dikkate alınan unsurları (Acar, Çakırbaş ve Çizmeci, 2019), yeni nesil (modern) kahve işletmelerinde Türk kahvesinin yerini (Kefeli, Şahin ve Yarmacı, 2020) ve tüketicinin tutumlarını (Ayar ve Tarakçı, 2021), Türk kahvesi tüketimi (Yılmaz, Oraman, Özdemir, Arap ve Yılmaz, 2016; Akdeniz Ar ve Öztürk, 2019), Türk kahvesi içme kültürü (Cengiz ve Lopar, 2020) ve tüketicilerin Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyini (Temeloğlu ve

Akdeniz, 2020) inceleyen araştırmalar olduğu tespit edilmiştir. İncelenen ulusal alanyazından sonra son yıllarda doğrudan mevcut Türk kahvesi tüketim durumunu inceleyen birkaç çalışma olmasına rağmen bu konunun farklı yönleriyle ele alınması gerekmektedir. İlgili alanyazında doğrudan X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlığını ve X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyini inceleyen bir araştırma olmadığı tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın amacı, X, Y, Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarını ve X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyinin belirlenmesidir.

Alanyazın

Türk Kahvesi Tüketim Alışkanlıkları

Uluslararası alanyazında kahve tüketim alışkanlıklarının cinsiyet, yaş, gelir durumu, aileyle yaşama durumu veya eğitim aldığı sınıf derecesi gibi araştırmalarda dikkate alınan değişkenlere göre farklılık gösterebileceği saptanmıştır (Alfawaz vd., 2020; Lee vd, 2013; Samoggia ve Riedel, 2019). Ulusal alanyazında Türk toplumunda kahve ve Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarını çeşitli yönlerden inceleyen araştırmalar bulunmaktadır. Türk kahvesi kültürü ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde Ulusoy (2011), katılımcıların Türk kahvesi kültürü ile ilgili görüşlerini belirlemeye yönelik nitel bir şekilde gerçekleştirdiği araştırmada, yabancı kahve ve içecek çeşitlerine nispeten Türk kahvesi tanıtımının çok az yapılmasına karşın Türk kahvesi kültürünün yaşadığını aktarmaktadır. Argan vd. (2015), ambiyans ve falın kahve tüketim ritüellerinde önemli olan temel boyutlardan olduğunu ve Türk kahvesi ve kahve falının eş anlamlı olduğunu bildirmektedirler.

İlgili ulusal alanyazında demografik değişkenlerin kahve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar da bulunmaktadır. Konuyla ilgili Akşit Aşık (2017), marka kahvelerin ve Türk kahvesinin tercih edilmesinde yaşın, cinsiyetin, gelirin ve öğrenci olma durumunun etkili olduğunu belirtmektedir. Temeloğlu ve Akdeniz (2020), yaş, meslek ve gelir durumu gibi demografik değişkenlerin Türk kahvesi hakkında katılımcıların bilgi düzeyi algısında bir farklılığa neden olmadığına, buna karşın araştırmada cinsiyetin, eğitim düzeyinin ve kahve içme sıklığının katılımcıların Türk kahvesi hakkında bilgi algılaması düzeyinde değişiklik olmasına neden olduğunu bildirmektedirler. Karaman vd. (2019) tüketicilerin değişen kahve alışkanlıklarını incelemek amacıyla nicel bir şekilde gerçekleştirdikleri araştırmada, katılımcıların önemli bir çoğunluğu tarafından Türk kahvesinin tüketildiği, katılımcılar tarafından Türk kahvesinin tadının sevildiği için tercih edildiği ve Türk kahvesinin tercih edilmeme nedeninin ise katılımcıların önemli bir kısmı tarafından Türk kahvesi yerine diğer kahve türlerinin tercih edilmesi olduğunu tespit etmişlerdir. Yıldırım ve Karaca (2022), İzmir ve Adana’da çay ve kahve tüketimini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada, her iki şehirde de siyah çayın ve Türk kahvesinin en çok tüketilen içecekler arasında olduğunu bildirmektedirler.

X, Y ve Z Kuşak Kavramı

İnsanlar yaşadıkları dönemin sosyal, ekonomik ve siyasi olaylarından etkilenmektedirler. Bu nedenle belirli bir zaman diliminde benzer olaylara maruz kalmış kişiler, aynı kuşağın insanları olarak sınıflandırılabilir (Becer, 2021). Yaşanan bu değişimler, farklı zaman dilimlerinde dünyaya gelen insanların farklı kişiliklere, bakış açlarına ve değerlere sahip olmalarını beraberinde getirmektedir. Ekonomide, kültür-

de ve siyasette meydana gelen değişimler, bireylerin algı, beklenti ve bakış açılarını derinden etkilemektedir. Bu etkileşimler sonucunda kuşaklar döneminin sınırları çizilir ve özellikleri belirlenir (Berkup, 2014). 1927-1945 yılları arasında dünyaya gelenler gelenekselci kuşak, 1946-1964 yılları arasında dünyaya gelenler bebek patlaması kuşağı, 1965-1980 yılları arasında dünyaya gelenler X kuşağı, 1981-1999 yılları arasında dünyaya gelenler Y kuşağı ve 2000-2020 yılları arasında dünyaya gelmiş nesil ise Z kuşağı olarak sınıflandırılmaktadır (Aysel, 2018; Öztürk ve Onurlubaş, 2019). Somut veya somut olmayan kültürün gelecek kuşaklara aktarılabilmesi için kültüre ait değerlerin bir kuşaktan diğer kuşağa aktarımı ve kuşakların bu değerlere yüklediği anlamlar, kültürel değerlerin sürdürülebilirliği için önemli konuların başında gelmektedir.

Alanyazın taramasından sonra doğrudan X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlığını ve X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesine yönelik algıladıkları bilgi düzeyini belirlemeye yönelik bir çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmanın temel amacı, ilgili alanyazındaki bu boşluğu gidermektir.

Yöntem

Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü Hukuk Müşavirliği Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 26.04.2022 tarihli toplantısında alınan 5 sayılı karar ile gerçekleştirilen bu çalışmadaki uygulamanın etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiştir.

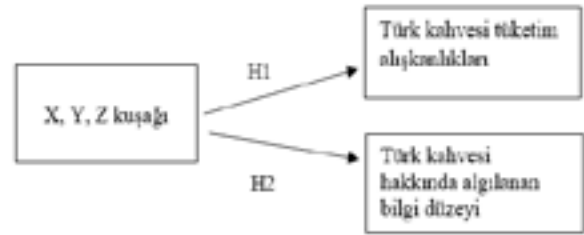
Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Gerçekleştirilen bu araştırmada kullanılan anket, E-anket şeklinde düzenlenerek katılımcılara sosyal medya aracılığıyla ulaştırılmıştır. Avcioğlu (2014, 90),

internet anketlerinin daha geleneksel olan telefon ve posta ile olan anketlere göre daha hızlı, etkili, ucuz ve kolay uygulanabilir olduğunun düşünüldüğünü aktarmaktadır. Bu amaçla araştırmada, veri toplama sürecinde zaman ve maliyet gibi kısıtlayıcı faktörlerin olumsuz etkilerini azaltmak için veri toplama yönteminde E-anket kullanılmıştır.

E-anket şeklinde düzenlenen anketin giriş kısmında araştırmanın yapılma amacı, anketin tamamlanma süresi ve gönüllü katılımcı onam formu bulunmaktadır. Anketin birinci kısmında demografik ifadeler yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde katılımcılar tarafından Türk kahvesi hakkında algılanan bilgi düzeyini belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Temeloğlu ve Akdeniz (2020), Türk kahvesi hakkında algılanan bilgi düzeyinin, tüketicilerin Türk kahvesiyle ilgili sahip olduklarını düşündükleri bilgi düzeyi olduğunu bildirmektedirler. Bu bölümde bulunan “Türk kahvesi hakkında oldukça bilgi sahibiyim. (çekirdek türleri, kavrulması, yapımı)”, “İçtiğim Türk kahveleri arasındaki farklılıkları (koku, aroma, gizli tatlar vb.) ayırt edebilirim”, “Bence Türk kahvesi hakkında bilinmesi gereken pek bir şey yok” ifadeleri Temeloğlu ve Akdeniz’in (2020) çalışmasından alınmıştır. Alınan uzman görüşleri neticesinde anketin bu bölümüne “Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibiyim” ve “Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO’nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibiyim” ifadeleri ölçeğe eklenmiştir. Bu bölümde 5’li Likert ölçeği (1: Hiç Katılmıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum) kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde katılımcıların Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarını belirlemeye yönelik ifadeler (Akşit Aşık, 2017; Karaman vd., 2019; Temeloğlu ve Akdeniz, 2020) yer verilmiştir.

Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı, X, Y, Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarını ve X, Y, Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyinin belirlenmesi olduğundan, araştırmanın amacına uygun model Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma modeli

H1: X, Y ve Z kuşak mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlıkları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık vardır.

H2: X, Y ve Z kuşak mensubu bireylerin Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık vardır.

Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, Türkiye’de yaşayan ve Türk vatandaşı olan X, Y ve Z kuşağı mensubu bireyler oluşturmaktadır. Kuşakların yaşlarında X kuşağı için 1965-1979 doğum yılları, Y kuşağı için 1980-1999 yılları ve Z kuşağı 2000 ve sonrası doğum yılları (Bayramov Geylan ve Benligiray 2021; Bulgan ve Göktaş 2016) dikkate alınmıştır. Araştırmaya 18 yaşından küçükler katılmadığından Z kuşağı mensubu bireylerin doğum yılı aralığı 2000-2004 olarak evrene dâhil edilmiştir.

3.05.22-19.05.22 tarihlerinde kolayda örneklem yöntemi ile 744 kişiye ulaşılmıştır. Katılımcıların yaş aralıkları incelendiğinde 14 kişinin yaşının araştırmada dikkate alınan X kuşağı (1965-1979), Y kuşağı (1980-1999) ve Z kuşağı (2000-2004) doğum yılları grubu içerisinde yer almadığından araştırma analizinden çıkarılmış-

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

	Değişken	Yüzde (%)	Sayı (n)
Cinsiyet	Kadın	77,1	563
	Erkek	22,9	167
Eğitim Durumu	İlköğretim	2,6	19
	Lise	6,7	49
	Ön lisans	19,5	142
	Lisans	46,3	338
	Lisansüstü	24,7	180
Kuşak Durumu	X kuşağı	19,3	141
	Y kuşağı	62,9	459
	Z kuşağı	17,8	130

(Not: Frekans hesaplamaları demografik ifadelerle cevap veren katılımcılar üzerinden hesaplanmıştır).

Katılımcıların, Türk kahvesi hakkında bilgi algılarını belirlemeye yönelik ölçekte bulunan beş ifadeye güvenilirlik analizi gerçekleştirildiğinde ölçeğe ilişkin Cronbach Alpha değerinin 0,502 olduğu saptanmıştır. Ölçekte bulunan ifadeler

tır. Bu durumda katılımcı sayısının 730 olduğu tespit edilmiştir.

Bulgular

Katılımcıların önemli bir çoğunluğunun kadın olduğu, lisans eğitimine sahip olduğu ve Y kuşağı mensubu olduğu Tablo 1’de görülmektedir.

incelendiğinde “Bence Türk kahvesi hakkında bilinmesi gereken pek bir şey yok” ifadesinin silinmesi durumunda ölçeğin Cronbach Alpha değerinin 0,691’e yükseldiği görüldüğünden bu ifade ölçekten çıkarılarak güvenilirlik analizi tekrarlanmıştır. Ölçeğe ait güvenilirlik analizi Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Türk kahvesi hakkında bilgi algılarını belirlemeye yönelik ölçeğin güvenilirlik analizi

Maddeler	Madde Silindiğinde Cronbach Alpha Değeri
Türk kahvesi hakkında oldukça bilgi sahibiyim. (Çekirdek türleri, kavrulması, yapımı)	,581
İçtiğim Türk kahveleri arasındaki farklılıkları (koku, aroma, gizli tatlar vb.) ayırt edebilirim	,648
Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibiyim	,601
Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO’ nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibiyim	,668
Cronbach Alpha=0,691	
Hotelling’s T ² =537,976	F=178,833
	p=,000

Tablo 3'te katılımcıların Türk kahvesi hakkında bilgi algılarını belirlemeye yönelik olan ölçeğin açıklayıcı faktör analizi gösterilmektedir. Analize ilişkin KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri, ,723'tür. Alanyazında KMO değerinin 0,60'tan büyük olması gerektiği vurgulanmaktadır (Katrancı ve Temel 2018; Özdemir ve Buzlu 2020).

Bartlett'in küresellik testinin sonucu istatistiksel açıdan anlamlı çıkmıştır. Toplam varyansın %52,83'ünü açıklayan özdeğeri 1'in üzerinde toplam bir boyut elde edilmiştir. Ölçeğe ilişkin Cronbach Alpha değeri, ,691 olarak bulunmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Türk kahvesi hakkında bilgi algılarını belirlemeye yönelik ölçeğin faktör analizi

<i>İfadeler</i>	Faktör Yükleri
Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibiyim	,770
Türk kahvesi hakkında oldukça bilgi sahibiyim. (Çekirdek türleri, kavrulması, yapımı)	,763
İçtiğim Türk kahveleri arasındaki farklılıkları (koku, aroma, gizli tatlar vb.) ayırt edebilirim	,700
Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibiyim	,669
Ortalama=3,48	
Varyansı Açıklama Oranı=52,832	
Özdeğer= 2,11	
Güvenilirlik (Cronbach Alpha)=,691	
KMO= ,723 Bartlett's Küresellik Testi= 497,811 (p<0,001)	

Katılımcıların, Türk kahvesi hakkında bilgi algılarına ilişkin ortalama değerler Tablo 4'te gösterilmektedir. Elde edilen bulgulara göre, "Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibiyim" ifadesinin en yüksek ortalamaya (3,90)

sahip olduğu, "Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibiyim" ifadesinin ise en düşük ortalamaya (2,98) sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Türk kahvesi hakkında bilgi algılarına ilişkin ortalama değerler

<i>İfadeler</i>	Ortalama	Standart Sapma
Türk kahvesi hakkında oldukça bilgi sahibiyim. (Çekirdek türleri, kavrulması, yapımı)	3,23	1,06
İçtiğim Türk kahveleri arasındaki farklılıkları (koku, aroma, gizli tatlar vb.) ayırt edebilirim	3,81	,962
Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibiyim	3,90	,879
Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibiyim	2,98	1,211

X, Y ve Z mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketim alışkanlığını belirlemek amacıyla Ki-Kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Tablo 5'te Ki-Kare bağımsızlık testinin sonucunda elde edilen bulgular gösterilmektedir. Tablo 5'te görüldüğü gibi her üç kuşağında neredeyse hepsinin Türk kahvesini tükettiği ancak bu sonucun istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı ($p < 0,05$) tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu geleneksel Türk kahvesi tercih etmektedirler.

X kuşağının %31,9'unun ($n=45$) Türk kahvesini çok sık (her gün ve günde bir taneden fazla) ve %32,6'sının ($n=46$) sık (her gün ve günde bir tane) tükettiği, Y kuşağının %29'unun ($n=133$) Türk kahvesini çok sık (her gün ve günde bir

taneden fazla) ve %23,5'inin ($n=108$) sık (her gün ve günde bir tane) tükettiği, Z kuşağının %23,8'inin ($n=31$) Türk kahvesini sık (her gün ve günde bir tane) ve %23,8'inin ($n=31$) bazen (haftada birkaç gün aklıma geldikçe) tükettiği ($p < 0,05$) saptanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, X ve Y kuşağının önemli bir kısmı Türk kahvesini çok sık veya sık tüketirken, Z kuşağının önemli bir kısmının ise Türk kahvesini sık veya bazen tükettiği söylenebilir ($p < 0,01$). X kuşağının %38,6'sı ($n=54$) ve Y kuşağının %33,3'ü ($n=151$) Türk kahvesini kahvaltı/kahvaltıdan sonra tüketirken, Z kuşağının %43,3'ü ($n=55$), Y kuşağının %36,6'sı ($n=166$) ve X kuşağının %35,7'si ($n= 50$) Türk kahvesini öğle yemeğinden sonra tüketmektedir ($p < 0,05$).

Tablo 5. Kuşakların Türk kahvesi tüketim durumu

		X kuşağı		Y kuşağı		Z kuşağı		p
		n	%	n	%	n	%	
Türk kahvesi tüketilme durumu	Tüketiyor	129	92,1	431	94,1	122	93,8	,310
	Tüketmiyor	5	3,6	18	3,9	7	5,4	
	Diğer	6	4,3	9	2	16	0,8	
	Toplam	140	100	458	100	130	100	
En çok tercih edilen Türk kahvesi	Geleneksel	127	90,1	425	92,8	107	82,9	,020*
	Damla sakızlı	12	8,5	26	5,7	18	14	
	Diğer	2	1,4	7	1,5	4	3,1	
	Toplam	141	100	458	100	129	100	
Türk kahvesinin içilme sıklığı	Çok sık (her gün ve günde bir taneden fazla)	45	31,9	133	29	17	13,1	,000**
	Sık (her gün ve günde bir tane)	46	32,6	108	23,5	31	23,8	
	Genellikle (haftada en az 3 gün)	12	8,5	96	20,9	28	21,5	
	Bazen (haftada birkaç gün, aklıma geldikçe)	20	14,2	73	15,9	31	23,8	
	Nadiren (ayda yılda bir)	17	12,1	44	9,6	21	16,2	
	Asla	1	0,7	5	1,1	2	1,5	
	Toplam	141	100	459	100	130	100	
Türk Kahvesini en fazla tükettiği zaman aralığı	Kahvaltı/Kahvaltıdan sonra	54	38,6	151	33,3	28	22	,003*
	Öğle yemeğinden sonra	50	35,7	166	36,6	55	43,3	
	Akşam yemeğinden sonra	22	15,7	92	20,3	27	21,3	
	Gece	2	1,4	14	3,1	12	9,4	
	Diğer	12	8,6	31	6,8	5	3,9	
	Toplam	140	100	454	100	127	100	
Türk Kahvesini en çok tükettiği mekân	Evde	81	57,9	253	55,7	89	69,5	,003*
	İş yerinde	42	30	147	32,4	9	7	
	Kahve Dükkânlarında	5	3,6	12	2,6	13	10,2	
	Okulda	8	5,7	15	3,3	5	3,9	
	Diğer (Restoran, Çay Bahçesi vb.)	4	2,9	27	5,9	12	9,4	
	Toplam	140	100	454	100	128	100	
Kahve dükkânlarının varlığı Türk kahvesi tüketimini	Azalttı	23	16,3	126	27,5	48	36,9	,000**
	Arttırdı	82	58,2	197	42,9	56	43,1	
	Değiştirmede	36	25,5	136	29,6	26	20	
	Toplam	141	100	459	100	130	100	
Küreselleşmenin etkisiyle diğer kahve türlerinin ortaya çıkması Türk kahvesi tüketimini	Arttırdı	38	27	92	20	26	20	,000**
	Azalttı	39	27,7	171	37,3	72	55,4	
	Değiştirmede	64	45,4	196	42,7	32	24,6	
	Toplam	141	100	459	100	130	100	

*Pearson Chi-Square ** $p < 0,01$ * $p < 0,05$

X kuşağının %57,9'u (n=81), Y kuşağının %55,7'si (n=253) ve Z kuşağının %69,5'i (n=89) Türk kahvesini evde tükettiği bununla birlikte X kuşağının %30'u (n=42) ve Y kuşağının %32,4'ü (n=147) Türk kahvesini iş yerinde tükettiği saptanmıştır (p<0,05). X kuşağının %58,2'si (n=82), Y kuşağının %42,9'u (n=197) ve Z kuşağı %43,1'i (n=56) kahve dükkânlarının varlığının Türk kahvesi tüketimini artırdığını düşünmektedirler (p<0,01). X kuşağının %45,4'ü (n=64), Y kuşağının %42,7'si (n=196) küreselleşmenin etkisiyle diğer kahve türlerinin ortaya çıkmasının Türk kahvesi tüketimini değiştirmedini, buna karşın Z kuşağının %55,4'ü (n=72) bu durumun Türk kahvesi tüketimini azalttığını düşünmektedirler (p<0,01).

Kuşakların Türk kahvesi tercih etme nedenleri Tablo 6'da gösterilmektedir. X kuşağının %37,3'ü (n=50) ve rahatlamak için, Y

kuşağının %31'i (n=139) rahatlamak için ve %20,3'ü (n=91) sabah uyanmak için, Z kuşağının %21,6'sı (n=27) sabah uyanmak için, %21,6'sı (n=27) rahatlamak için ve %20,8'i (n=26) sosyalleşmek için Türk kahvesini içtiği saptanmıştır (p<0,05). Kuşaklar tarafından diğer kahvelere göre Türk kahvesinin tercih edilmemesi veya daha az tercih edilmesinin nedenleri incelendiğinde X kuşağının %35'i (n=36) Türk kahvesi yapımının ekipman/ustalık/ritüel gerektirdiği ve %32'si (n=33) Türk kahvesinin çok miktarda tüketiminin sağlığa zararlı olduğu, Y kuşağının %28,5'i (n=103) Türk kahvesi yapımının ekipman/ustalık/ritüel gerektirdiği ve %27,3'ü (n=99) Türk kahvesinin taşınabilir olmadığı ve Z kuşağının %27,5'i (n=30) Türk kahvesinin taşınabilir olmadığı için Türk kahvesini daha az tercih ettiklerini veya tercih etmediklerini düşündükleri tespit edilmiştir (p<0,01). Bulgular, araştırmanın H1 hipotezini kısmen desteklemektedir.

Tablo 6. Kuşakların Türk kahvesini tercih etme\etmeme nedenleri

Türk kahvesinin tercih edilme nedenleri							p değeri
İfadeler	X kuşağı		Y kuşağı		Z kuşağı		,002*
	n	%	n	%	n	%	
Sabah uyanmak için	15	11,2	91	20,3	27	21,6	
Stresle başa çıkmak için	7	5,2	26	5,8	11	8,8	
Rahatlamak için	50	37,3	139	31	27	21,6	
Sosyalleşmek için	18	13,4	60	13,4	26	20,8	
Alışkanlık olduğu için	10	7,5	22	4,9	7	5,6	
Gün içinde ayık kalmak için	2	1,5	14	3,1	9	7,2	
Enerji vermesi için	4	3	13	2,9	4	3,2	
Odaklanabilmek için	0	0	2	0,4	2	1,6	
Mola vermek için	5	3,7	24	5,3	2	1,6	
Tadını sevdiğim için	8	6	35	7,8	6	4,8	
Kokusunu sevdiğim için	2	1,5	7	1,6	0	0	
Moda olduğu için	1	0,7	0	0	0	0	
Kahve falı için	0	0	1	2	2	1,6	
Sağlıklı olduğu için	6	4,5	10	2,2	0	0	
Yorgunluğumu aldığı için	2	1,5	3	0,7	0	0	
Diğer	4	2,9	2	0,4	2	1,6	
Toplam	134	100	449	100	125	100	
Diğer kahvelere göre Türk kahvesinin tercih edilmeme veya daha az tercih edilme nedenleri							p değeri
İfadeler	X kuşağı		Y kuşağı		Z kuşağı		,000**
	n	%	n	%	n	%	
Yapımının ekipman/ustalık/ritüel gerektirmesi	36	35	103	28,5	19	17,4	
Taşınabilir olmaması	15	14,6	99	27,3	30	27,5	
Çeşitliliğinin (Aromatik) sınırlı olması	8	7,8	43	11,9	24	22	
Çok miktarda tüketiminin sağlığa zararlı olması	33	32	70	19,3	18	16,5	
Tadını/kokusunu/telvelini sevmemem	11	10,7	41	11,3	18	16,5	
Diğer	0	0,0	6	1,7	0	0	
Toplam	103	100	362	100	109	100	

^aPearson Chi-Square ** $p < 0,01$ * $p < 0,05$

X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesine ilişkin algıladıkları bilgi düzeyinin kuşaklar arasında farklılık gösterip göstermediğini test etmek için tek yönlü varyans analizinden faydalanılmıştır. Tablo 7’de görüldüğü üzere kuşak farklılığının bireylerin Türk kahvesine ilişkin algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,05$) bir etkisi

olmadığı saptanmıştır. Elde edilen bu sonuç ile H2 hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuca karşın Türk kahvesi içme sıklığının bireylerin Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0,05$) bir etkisi olduğu görülmüştür. Yapılan Tukey testi sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunan gruplar Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Türk kahvesine hakkında algıladıkları bilgi düzeylerinin Anova testi sonucu

<i>Kuşak</i>	Türk kahvesi bilgi ortalaması	F	p	Fark
X kuşağı	3,48			-
Y kuşağı	3,48	,029	,971	-
Z kuşağı	3,46			-
<i>Türk kahvesi tüketim sıklığı</i>	Türk kahvesi bilgi ortalaması	F	p	Fark
Çok sık (her gün ve günde bir taneden fazla) (a)	3,84			a-b, a-c, a-d, a-e, a-f
Sık (her gün ve günde bir tane) (b)	3,47			b-a, b-d, b-e, b-f
Genellikle (haftada en az 3 gün) (c)	3,49	25,174	,000*	c-a, c-d, c-e, c-f
Bazen (haftada birkaç gün aklıma geldikçe) (d)	3,24			d-a, c-b, c-d, c-f
Nadiren (ayda yılda bir) (e)	3,10			e-a, e-b, e-c, e-f
Asla (f)	2,03			f-a, f-b, f-c, f-d, f-e

* $p<0,05$

Tartışma

Kahve, uluslararası mutfak kültüründe önemli bir yerdedir. Tarihsel yolculuğunda kahvenin ekonomik, sosyal ve kültürel bir değeri olduğu söylenebilir. Diğer topluluklar gibi Türk toplumunda da kahve kültürü, önemli kültürel değerlerden biridir. Özellikle Türk toplumunun ayrılmaz bir parçası olan Türk kahvesi kültür ve geleneği, üzerinde durulması gereken konuların başında gelmektedir.

Bu araştırmada, X, Y ve Z kuşağı mensubu bireylerin Türk kahvesi tüketimi ve Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyi belirlenmektedir. Elde edilen bulgulara göre X ve Y kuşağının önemli bir kısmı Türk kahvesini çok sık veya sık tüketirken, Z kuşağının önemli bir kısmının ise Türk kahvesini sık veya bazen tükettiği saptanmıştır. Elde edilen bu sonuca göre örnekleme dâhil edilen üç kuşağın da Türk kahvesini sıklıkla tükettiği, ancak X ve Y kuşağına

göre Z kuşağının Türk kahvesini daha az tükettiği söylenebilir. X, Y ve Z kuşağı Türk kahvesini ağırlıklı olarak evde tüketirken, X ve Y kuşağının bir kısmı da Türk kahvesini iş yerinde tüketmektedir.

X, Y ve Z kuşağının çoğunluğu kahve dükânlarının varlığının Türk kahvesi tüketimini artırdığını düşünmekle birlikte, X ve Y kuşağı mensubu katılımcılar diğer kahve türlerinin ortaya çıkmasının Türk kahvesi tüketimleri üzerinde etkisi olmadığını düşünürlerken, Z kuşağı mensubu katılımcıların önemli bir kısmının ortaya çıkan bu durumun Türk kahvesi tüketimlerini azalttıklarını düşündükleri saptanmıştır. Karaman vd. (2019) yaptıkları çalışmada, katılımcıların önemli bir çoğunluğunun küreselleşmeyle ortaya çıkan farklı kahve türlerinin kullanımının yaygınlaşmasının Türk kahvesi tüketimlerinde herhangi bir değişikliğe neden olmadığını bildirdiklerini tespit etmişlerdir.

Kuşakların Türk kahvesi içme nedenlerinde X kuşağı en çok rahatlamak için, Y kuşağının çoğunluğu rahatlamak ve sabah uyanmak için, Z kuşağının ise daha çok sabah uyanmak, rahatlamak ve sosyalleşmek için Türk kahvesini içtiği saptanmıştır. Kuşaklar tarafından diğer kahvelere göre Türk kahvesinin tercih edilmemesi veya daha az tercih edilmesinin nedenleri incelendiğinde X kuşağının çoğunluğu Türk kahvesi yapımının ekipman/ustalık/ritüel gerektirdiği ve Türk kahvesinin çok miktarda tüketiminin sağlığa zararlı olduğu, Y kuşağı ise Türk kahvesi yapımının ekipman/ustalık/ritüel gerektirdiği ve Türk kahvesinin taşınabilir olmadığı, Z kuşağı ise ağırlıklı olarak Türk kahvesinin taşınabilir olmadığı için daha az tercih ettiklerini veya tercih etmediklerini düşündükleri tespit edilmiştir. Benzer olarak Akşit Aşık (2017) yaptığı çalışmada, Türk kahvesinin hazırlık ve sunumunun ritüel gerektirmesi, diğer kahveler

gibi taşıma olanağının olmamasının, Türk kahvesinin tadının ve kokusunun sevilmemesi ve çok miktarda içilmesinin bazı sağlık sorunlarına yol açmasının katılımcıların diğer kahvelere göre Türk kahvesini tercih etmeme nedenleri olduğunu bildirmektedirler. Gerçekleştirilen bu çalışmada, farklı kuşak mensubu bireyler tarafından Türk kahvesinin tercih edilmesinde ve tercih edilmemesinde etkili olan nedenler arasında benzerlik ve farklılıkların olduğu görülmektedir. Bulgular sonucunda araştırmanın H1 hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Bu çalışmada, kuşak farklılığının katılımcıların Türk kahvesiyle ilgili algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde bir farklılığa neden olmadığı (H2 hipotezi desteklenmemiştir) saptanmıştır. Temeloğlu ve Akdeniz (2020), Türk kahvesi hakkında sahip olunan bilgi düzeyi algısının yaşa göre farklılık göstermediğini, ancak daha sık kahve tüketen katılımcıların Türk kahvesine yönelik bilgi düzeyi algı seviyesinin daha yüksek olduğunu bildirmektedirler. Benzer şekilde bu çalışmada da Türk kahvesi tüketim sıklığının katılımcıların Türk kahvesi hakkında algıladıkları bilgi düzeyi üzerinde bir farklılığa neden olduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçta göre, Türk kahvesini çok sık tüketen katılımcıların diğer katılımcılara göre Türk kahvesine yönelik algıladıkları bilgi düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmanın önemli sınırlılıklarının başında verilerin anket ile toplanması yatmaktadır. Bu nedenle sonuçlar derinlemesine yorumlanamamaktadır. Bu açıdan bireyler tarafından Türk kahvesi tüketim durumunun ve Türk kahvesi kültürünün anlamının derinlemesine tespit için yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme teknikleri kullanılarak gerçekleştirilecek nitel bir araştırma ile bu hususlar incelenebilir.

Sonuç

Araştırma sonucunda Türk kahvesi içme sıklıklarının değişmesine rağmen X, Y ve Z kuşağı katılımcıların büyük bir çoğunluğunun Türk kahvesi içtiği söylenebilir. X, Y ve Z kuşağının önemli bir kısmı için Türk kahvesinin en çok tüketildiği mekânın ev olduğu, bununla beraber X ve Y kuşağının yine önemli bir kısmı için Türk kahvesinin en çok tüketildiği ikinci mekânın iş yeri olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada, katılımcıların önemli bir kısmının Türk kahvesini evde veya işyerinde tüketmesinin temel nedenlerinden biri, Türk kahvesinin hazırlanmasında ve servisinde yerine getirilen ritüeller olduğu düşünülebilir. Benzer şekilde çalışmada, katılımcıların önemli bir kısmının Türk kahvesini evde veya işyerinde tüketmesinin temel nedenlerinden biri, Türk kahvesinin hazırlanmasında ve servisinde yerine getirilen ritüeller olduğu düşünülebilir. Benzer şekilde çalışmada, katılımcıların önemli bir kısmının Türk kahvesini evde veya işyerinde tüketmesinin temel nedenlerinden biri, Türk kahvesinin hazırlanmasında ve servisinde yerine getirilen ritüeller olduğu düşünülebilir. Bununla birlikte bu hususta Y ve Z kuşağı mensubu katılımcıların önemli bir çoğunluğu Türk kahvesinin elde taşınmaya uygun olmamasından dolayı daha az tercih ettiklerini veya tercih etmediklerini düşünmeleri sonucunun, Türk kahvesinin sunumunun elde taşımaya uygun olmadığından kaynaklandığı düşünülebilir. Türk kahvesini diğer kahvelerden ayıran en temel özelliklerinin başında hazırlanmasında kullanılan ekipmanlar, hazırlanma süreci ve sunum şekli gelmektedir. Bu açıdan özellikle Y ve Z kuşağı tarafından Türk kahvesinin taşınabilir olmaması nedeniyle diğer kahvelere göre daha az tercih edilmesi veya tercih edilmemesi doğal bir sonuçtur. Türk kahvesi kültür ve geleneğinin gelecek kuşaklara doğru bir şekilde aktarılması için Türk kahvesinin hazırlanması veya sunumunda bir değişikliğe gidilmemesi gerekmektedir. Günümüzde bazı işletmelerde ve evlerde hız, zaman ve standart ürün çıkarmak için Türk kahvesinin makinelerde yapılmasının, gelecek kuşaklar tarafından Türk kahvesinin hazırlanma aşamalarını

doğru şekilde bilinmesinde birtakım aksaklıklar ortaya çıkarması muhtemeldir.

Her üç kuşağın önemli bir kısmı kahve dükkanlarının varlığının Türk kahvesi tüketimlerini artırdığını bildirirken, Z kuşağının önemli bir kısmı ise küreselleşmenin etkisiyle diğer kahve türlerinin ortaya çıkmasının Türk kahvesi tüketimini azalttığını belirtmiştir. Bu açıdan Z kuşağı mensubu bireylerin diğer kahve türlerini tercih etme eğilimlerinin bulunduğu düşünülebilir. X, Y ve Z kuşağının Türk kahvesi içme nedenleri arasında benzer ve farklı nedenler olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Z kuşağı, diğer iki kuşaktan farklı olarak Türk kahvesini sosyalleşme nedeniyle de içmektedir.

Araştırmada dikkat çekici bir diğer sonuç ise Türk kahvesinin sunumu ile ilgili bilgi sahibi olma durumu maddesinin ortalamasının en yüksek olduğu, buna karşın Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili bilgi sahibi olma durumunun ortalamasının en düşük olduğu saptanmıştır. Katılımcıların en çok Türk kahvesinin hazırlanması ve sunumuyla ilgili bilgi sahibi olmasıyla Türk kahvesinin gelecek kuşaklar tarafından doğru bir şekilde hazırlanıp sunulacağı düşünülebilir. Buna karşın, 2013 yılında Türk kahvesi kültür ve geleneğinin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesine girmesi ile ilgili katılımcıların en az bilgi sahibi olması düşündürücü bir sonuçtur. Öncelikle bireyler tarafından Türk kültürü içinde Türk kahvesinin yerinin sadece bir içecek olarak bilinmemesi gerekmektedir. Bu açıdan sosyal medya ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla bireyler, Türk kahvesi kültür ve geleneğiyle ilgili bilgilendirilmeli, bu kültür ve geleneğin UNESCO'nun somut olmayan kültürel miras listesinde olduğu konusunda da ayrıca bilgilendirilmeler yapılmalıdır.

Kaynakça

- Acar, N., Çakırbaş, A., Çizmeçi, B. (2019).** Türk kahvesi tüketilen mekânların seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Nevşehir örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 135-143. Doi: 10.18506/anemon.425801.
- Aguirre, J. (2017).** A new coffee culture amongst Costa Rican university students. *British Food Journal*, 119(12), 2918-2931.
- Alfawaz, H. A., Khan, N., Yakout, S. M., Khattak, M. N., Alsaikhan, A. A., Almousa, A. A., Alsuwailem, T.A., Almjlal, T.M., Alamri N.A., Alshammari, S.G., Al-Daghri, N. M. (2020).** Prevalence, predictors, and awareness of coffee consumption and its trend among Saudi female students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 7020. Doi: 10.3390/ijerph17197020.
- Akdeniz Ar, A., Öztürk, M. (2019).** Türk kahvesi tüketiminde motivasyonel faktörlerin nitel analiz. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 14(3), 639-658.
- Argan, M., Akyıldız, M., Özdemir, B., Baş, A., Akkuş, E. Kaya, S. (2015).** Leisure aspects of Turkish coffee consumption rituals: An exploratory qualitative study. *International Journal of Health and Economic Development*, 1(1), 26-36.
- Arslan, F. (2019).** Tüketicilerin kahve tüketim alışkanlıkları ve kahve dükkânı tercihleri: Antalya ilinde bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 224-234.
- Akşit Aşık, N. A. (2017).** Değişen kahve tüketim alışkanlıkları ve Türk kahvesi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisi*, 5(4), 310-325. Doi: 10.21325/jotags.2017.152.
- Avcıoğlu, G. Ş. (2014).** Sosyal bilimlerde internet anketi uygulamaları: Cevaplama oranı, veri kalitesi, örneklem sorunları ve çözümleri. *Journal of Human Sciences*, 11(2), 89-113.
- Ayar, İ., Tarakcı, H. (2021).** Kahve dükkanında Türk kahvesi: Tüketici tutumları üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1070-1087.
- Aysel, A. (2018).** Kuşakların tüketim davranışlarında değişim üzerine bir inceleme. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Bae, Y. J., Kim, M. H. (2009).** A study evaluating nutrient intake and diet quality in female college students according to coffee consumption, *Journal of the Korean Dietetic Association*, 15(2), 128-138.
- Bayramov, S., Geylan, A., Geylan, S. B. (2021).** X, Y ve Z kuşak çalışanlarının esnek çalışmaya yönelik tutumlarının karşılaştırılması. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 122-139.
- Becer, T. (2021).** The influence of generations Y and Z on career future. *International Journal of Management and Social Researches*, 8(15), 91-103.
- Berkup, S. B. (2014).** Working with generations X and Y in generation Z period: Management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229. Doi: 10.5901/mjss.2014.v5n19p218.

Bulgan, G., Gökteş, P. (2016). X, Y ve Z kuşağı engellilerinin turizme erişebilirliğinin karşılaştırılması. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 24-49.

Cengiz, A. K., Lopar, E. B. (2020). Tüketim ve beslenme antropolojisinin bakışıyla Prizren’de kahve ve Türk kahvesi içme kültürü. *Milli Folklor*, 16(126), 210-222.

Czarniecka-Skubina, E., Pielak, M., Salek, P., Korzeniowska-Ginter, R., Owczarek, T. (2021). Consumer choices and habits related to coffee consumption by Poles. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 3948. Doi:10.3390/ijerph18083948.

Esquivel, P., Jimenez, V. M. (2012). Functional properties of coffee and coffee by-products. *Food Research International*, 46(2), 488-495.

Karaman, N., Kılıç, A., Avcıkurt, C. (2019). Tüketicilerin kahve kafeleri ziyaret eğilimlerinin ve değişen kahve tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi: geleneksel Türk kahvesi üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 612-632.

Katranç, M., Temel, S. (2018). İlkokul öğrencilerine yönelik yazma kaygısı ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(24), 1544-1555.

Kaya, G., Toker, S. (2019). Kahve tüketim alışkanlıklarının incelenmesi: İstanbul örneği. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 2(3), 146-164.

Kefeli, E., Şahin, Ö., Yarmacı, N. (2020). Üçüncü nesil kahve işletmelerinde Türk kahvesinin yeri: İstanbul örneği. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 130-147.

Kim, S. H. (2017). Coffee consumption behaviors, dietary habits, and dietary nutrient intakes according to coffee intake amount among university students. *Journal of Nutrition and Health*, 50(3), 270-283.

Küçükkömürler, S., Özgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8(10), 1693-1700.

Lee, Y. J., You, J. S., Chang, K. J. (2013). Dietary habits score, nutrients intake and dietary quality related to coffee consumption of college students in Incheon. *Journal of Nutrition and Health*, 46(6), 560-572.

Özdemir, N., Buzlu, S. (2020). Hemşire karşılıklı bağımlılık ölçeği Türkçe geçerlilik ve güvenirlik çalışması. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 11(1), 35-40.

Öztürk, D., Onurlubaş, E. (2019). Yeni ürün geliştirme sürecinde XYZ kuşaklarının satın alma tercihleri üzerine bir araştırma. 4 th International Symposium on Innovative Approaches in Social, Human and Administrative Sciences. 22-24 Kasım 2019, Samsun, Türkiye.

Sääksjärvi, K., Knekt, P., Rissanen, H., Laaksonen, M. A., Reunanen, A., Männistö, S. (2008). Prospective study of coffee consumption and risk of Parkinson’s disease. *European Journal of Clinical Nutrition*, 62(7), 908-915.

Samoggia, A., Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129, 70-81.

Samoggia, A., Riedel, B. (2019). Consumers’ perceptions of coffee health benefits and motives for coffee consumption and purchasing. *Nutrients*, 11(3):653. Doi: 10.3390/nu11030653.

Solfrizzi, V., Panza, F., Imbimbo, B. P., D'Int-rono, A., Galluzzo, L., Gandin, C., Misciagna, G., Guerra, V., Osella, A., Baldereschi, M., Di Carlo, A., Inzitari, D., Seripa, D., Pilotto, A., Sabbá, C., Logroscino, G., Scafato, E. (2015). Coffee consumption habits and the risk of mild cognitive impairment: The Italian longitudinal study on aging. *Journal of Alzheimer's Disease*, 47(4), 889-899. Doi: 10.3233/JAD-150333.

Temeloğlu, E., Akdeniz, D. (2020). Tüketicilerin Türk kahvesi hakkında bilgiye sahip olma algı seviyelerinin demografik özelliklere göre karşılaştırılması. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 116-126.

Ulusoy, K. (2011). Türk toplum hayatında yaşatılan kahve ve kahvehane kültürü, *Milli Folklor Dergisi*, 12(89), 159-169.

Yılmaz, B., Acar-Tek, N., Sözlü, S. (2017). Turkish cultural heritage: A cup of coffee. *Journal of Ethnic Foods*, 4(4), 213-220.

Yılmaz, E., Oraman, Y., Özdemir, G., Arap, S., Yılmaz, İ. (2016). Türk kahvesi tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerinin belirlenmesi. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs 2016, Isparta. Kongre Kitabı, s.457-473.

Yıldırım, O., Karaca, O. B. (2022). The consumption of tea and coffee in Turkey and emerging new trends, *Journal of Ethnic Foods*, 9:8. Doi: 10.1186/s42779-022-00124-9.

Gastronomi Deneyimlerinin Tavsiye Etme Niyetine Etkisi: Turist Memnuniyetinin Aracı Rolü

Koray GENÇ

Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

koray.genc@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-5477-4683

Tuba ALDEMİR

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu

tubaaldemir@yahoo.com

ORCID: 0000-0001-7419-3640

Geliş tarihi / Received: 03.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.09.2022

Öz

Destinasyonların sahip oldukları gastronomi değerleri, turistlerin seyahat tercihleri üzerinde önemli düzeyde etkilidir. Ayrıca bu değerlerin turistlerin seyahatlerini değerlendirmelerinde ve tavsiye niyetlerinde de kayda değer bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda, gastronomi deneyimlerinin memnuniyet durumunu ve tavsiye davranışlarını etkilediği yönünde çalışmaların yapılması önem kazanmıştır. Bu çalışmada, ilgili değişkenler arasındaki ilişkilerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın evreni, Türkiye seyahati gerçekleştiren turistlerden oluşmaktadır ve 233 turistten oluşan örneklemden veri elde edilmiştir. Toplanan veriler, SPSS ve Smart-PLS programları vasıtasıyla analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre turist memnuniyeti, tavsiye niyetini etkilemektedir. Ayrıca gastronomi deneyimlerinin hem turist memnuniyeti üzerinde hem de tavsiye davranışında belirleyici rolü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi deneyimi, tavsiye niyeti, turist memnuniyeti.

The Effect of Gastronomy Experiences on Recommendation Intention: The Mediator Role of Tourist Satisfaction

Abstract

The gastronomic values of the destinations have a significant effect on the travel preferences of tourists. In addition, it can be stated that these values have a significant effect on tourists' evaluations of their trips and their recommendation intentions. In this context, it has gained importance to conduct studies on the effect of gastronomy experiences on satisfaction and recommendation behaviors. In this study, it is aimed to determine the relationships between the related variables. While the universe of the study consisted of tourists traveling to Turkey, data was obtained from a sample of 233 tourists. The collected data were analyzed by means of SPSS and Smart-PLS programs. According to the results of the analysis, tourist satisfaction affects recommendation intention. In addition, the decisive role of gastronomy experiences on both tourist satisfaction and recommendation behavior has been determined.

Keywords: *Gastronomy experience, recommendation intention, tourist satisfaction.*

Giriş

COVID-19 pandemisi süreci hariç tutulduğunda küresel turizm hareketliliği, istikrarlı bir şekilde pozitif seyir izlemektedir. Büyüyen pazardan pay almak isteyen destinasyonlar, birbirleriyle sert bir rekabete tutuşmuş durumdadır. Rekabette ön plana çıkmak için ise alternatif çekicilikler ile geniş kesimlere hitap edilmesi, destinasyon memnuniyetinin sağlanması yoluyla tekrar ziyaretlerin teşvik edilmesi ve ziyaret gerçekleştirenlerin tavsiye niyetlerini kullanmalarının sağlanması gerekmektedir. Özellikle tavsiye edilir bir destinasyon başarısı gösterebilmek önem arz etmektedir. Litvin, Goldsmith ve Pan (2008)'a göre turistler, seyahat planlarken aile ve arkadaşlarından edindikleri tavsiyeleri en güçlü ve en güvenilir bilgi kaynağı olarak görmektedirler. Dolayısıyla sağladığı tavsiyelerle bir pazarlama elçisi gibi davranış sergileyen turistler için başarılı bir destinasyon performansına ve nihayetinde olumlu bir destinasyon imajına ihtiyaç duyulmaktadır.

Günümüz pazar koşullarında geleneksel turistik ürünler ve pazarlama stratejileri rahatlıkla taklit edilebilir bir hal almıştır (Kodaş, 2018). Bu nedenle bir destinasyonun başarılı performans göstermesi ve tavsiye edilir olmasının başlıca yolu, sunduğu ürünlerden ziyade farklı deneyimler yaşanmasına imkân tanınmasından geçmektedir. Daha açık bir şekilde anlatmak gerekirse Akdeniz çanağı destinasyonlarının birçoğu deniz, kum ve güneş üçlüsüne dayanan turizm arzı ile birbirine benzer konumdadır. Öne çıkan destinasyonların ise deneyim yaşatıcı ürün farklılaştırmasına gittiği ifade edilebilir. Değişen turist profiliyle beraber deneyim sunumu gerekliliğinin tezahürü olarak gastronomi değerlerinin arzını rekabetçi bir strateji olarak görmek mümkündür.

Seyahate katılan insanların gittikleri destinasyonda yöreye özgü yiyecek ve içeceklerle fizyolojik ihtiyaçlarını gidermeyi tercih etmesinin yanında sadece bu değerlere odaklanarak seyahat eden insanlar da bulunmaktadır. Doğrudan gastronomi değerlerine yönelik seyahatleri gastronomi turizmi kapsamında değerlendir-

mek mümkündür. Bu ziyaretçilerin destinasyon memnuniyetinde ve memnuniyet durumuna göre davranışsal niyetinde tabii ki gastronomi deneyimi önemli bir yer tutmaktadır. Ancak gastronomi değerleri, temel seyahat motivasyonu olmamakla beraber yöreye özgü ürünlerden tüketimde bulunan ziyaretçilerin deneyiminin, davranışsal niyetlerine yansımaları araştırmaya değerdir. Nitekim bu bağlamda Türkiye'nin gastronomi değerlerinin rolünü ortaya koyan bir araştırmanın literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dahası bu araştırmadan elde edilen sonuçların Türkiye'nin gastronomi arzı ve turizmi pozisyonu hakkında fikir verici olacağı düşünülmektedir.

Literatür Taraması

Gastronomi deneyimi

Deneyim, turizm olayının en önemli bileşenlerinden birisidir. Akyürek ve Kutukız (2020), turist deneyiminin önemini turizmin odak noktasına konumlandırarak açıklamışlardır. Bu görüş, genel kabul görmesine ve konu üzerine fazlaca araştırma yapılmasına rağmen turist deneyimini kavramsallaştırmaya yönelik açıklamalar gerçekleştirilmesinin oldukça zorlayıcı olduğu ifade edilmektedir (Larsen, 2007; Ritchie ve Hudson, 2009). Bu zorluk, esasen turist deneyiminin öznel olarak oluşmasından ve bu öznelliğe dayalı olarak birçok farklı faktörden etkilenmesinden kaynaklanmaktadır. Buna rağmen bazı tanımlar sunmak fikir vermesi açısından değerlidir. Andersson (2007, s.46), “turizm üretimi ile turizm tüketiminin buluştuğu an” olarak turist deneyimini tanımlarken, Otto ve Ritchie (1996, s.166), “katılımcılar tarafından hissedilen öznel zihinsel durum” şeklinde bir tanım geliştirmiştir.

Turist deneyimi kavramının tanımlamasındaki zorluklara paralel bir şekilde nasıl oluştuğu üzerine de bir fikir birliği bulunmamaktadır. İlk

deneyim kavramsallaştırmalarından günümüze kadar geçen sürede büyük oranda üzerinde hemfikir olunan nokta ise turist deneyiminin, farklı aşamalardan geçerek oluştuğudur. Dahası bu oluşum süreci insan zihnindeki izler silinecek kadar nihayetlenmemektedir. Öyle ki birçok modele göre seyahat sonrasında yaşananların anımsanması da turist deneyiminin bir parçası olarak kabul edilmektedir (Aho, 2001; Clawson ve Knetsch 1966; Killion, 1992). Killion (1992), Clawson (1963) tarafından oluşturulan rekreasyon deneyimi modelini kullanarak dairesel bir turist deneyimi modeli ortaya koymuştur. Bu model; planlama, seyahat, yerinde faaliyetler, dönüş seyahati ve hatırlama aşamalarından oluşmaktadır (Jennings ve Nickerson, 2006).

Esasen her bir seyahat yeni bir deneyimdir. Ancak bu deneyimin olumlu veya kalitesinin yüksek olması arzulanmaktadır. Bu doğrultuda bir turist için günlük rutin mekânlarının ve davranış kalıplarının dışına çıkılması öncelikli tercihtir. Turistlerin ellerinde fotoğraf makineleri veya günümüzde onların yerini almış olan akıllı telefonları ile gezmelerini deneyim arayışı ile açıklamak mümkündür. Caton ve Santos (2007)'a göre fotoğraflar, deneyimleri hatırlamak ve başkaları ile paylaşmak amacıyla başvuru kaynaklarıdır. Turistler için esas olanın deneyim arayışı olduğunun bilincinde olan destinasyon ve işletme yöneticileri, rekabette ön plana çıkmak adına pazarlama ve ürün sunumlarını bu yönde revize etmeye mecbur durumdadırlar. Müzelerde hayata geçirilen sanal gerçeklik uygulamalarını bu bağlamda düşünmek yerindedir.

İş ve sağlık turistleri haricinde her bir turistin özel bir deneyim arayışı olduğu kabul edilmekle beraber ekoturizm, kültür turizmi, gastronomi turizmi gibi özellikle alternatif turizm çeşitlerine katılımın temel motivasyonları içerisinde bu arayış daha da ön plana çıkmaktadır. Gast-

ronomi turizmi bağlamında ifade etmek gerekirse bir destinasyonun gastronomi ürünlerine ilgi duyarak seyahate çıkılması veya gidilen destinasyonda özellikle yöreye özgün ürünlerin peşine düşülmesi deneyim arayışı olarak açıklanabilir. Bir başka ifadeyle, farklı yiyecek ve içecekleri deneyimleme motivasyonu, bazıları için birincil amaç olabilirken, bazıları içinse tüm deneyimin bir parçası anlamına gelmektedir (Mckercher, Okumuş ve Okumuş, 2008). Örnek vermek gerekirse İtalya'da şarap veya Fransa'da peynir turlarına katılan turistler, doğrudan gastronomi deneyimi odaklı seyahat etmektedirler. Bu turistler, bu turlarda görmenin ötesine geçip üretim aşamalarında da yer almayı düşünmektedirler.

Gastronomi deneyimi arayışını ziyaretçilerin yiyecek ve içeceklere olan ilgisi ve bu yönde bir deneyim isteğiyle sınırlandırmamak gerekmektedir. Yiyecek ve içeceklerin hazırlanışı ve bunların tüketim şekilleri bir toplumun yaşam biçiminin aynası niteliğindedir. Dolayısıyla gastronomi değerleri, ziyaretçilere ilgili kültüre daha keşfedici ve katılımcı bir şekilde yaklaşma fırsatı sunmaktadır (Tong, Tong ve Tam, 2016). Turizm faaliyetleri esnasında yöresel yemek sunumlarına karşı artan ilgi, ziyaretçilerin yiyecek ve içeceklere olan ilgisinden ziyade yerel kültüre olabildiğince yakınlaşma istekliliğinin işareti olarak ifade edilebilir.

Turist memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti

Turist memnuniyeti, bir destinasyon performansının temel belirleyicisi niteliğindedir (Ünal ve Caber, 2019). Öyle ki ziyaret ettiği destinasyonda memnuniyeti sağlanan bir turistin davranışsal niyetleri de olumlu yönde etkilenmekte (Türkmen, Atay ve Türkmen, 2018), tekrar ziyaret etme ve tavsiye niyeti gündeme gelebilmektedir. Dolayısıyla turist memnuniyeti

tini sağlamış bir destinasyonun alternatif destinasyonlar arasında öne çıktığı, rekabet avantajı sağladığı ifade edilebilir. Söz konusu olumlu senaryo için destinasyonda faaliyette bulunan tüm turizm paydaşlarına sorumluluklar düşmektedir. Özellikle doğrudan turizm faaliyetleri içerisinde yer almamasına karşın yerel halkın destinasyon memnuniyetinde çok önemli bir misyonu bulunduğu unutulmamalıdır.

Destinasyon memnuniyetini etkileyen kişisel ve destinasyonla ilgili birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörleri kategorize etmek oldukça zordur. Kişisel faktörler, beklentiler ve dolayısıyla memnuniyet üzerinde önemli bir tesir gücüne sahiptir ve her bir turist için farklılık arz etmektedir. Dolayısıyla aynı hizmetlerden faydalanan kişilerin memnuniyetleri de farklı düzeyde olabilmektedir. Memnuniyeti etkileyen destinasyon faktörlerine baktığımızda ise önümüze birleşik bir ürün çıkmaktadır. Bu bakımdan memnuniyet üzerinde etkisi bulunan destinasyon faktörlerini ayrıştırmak da kolay değildir. Ancak genelleyici bir ifadeyle ziyaret öncesi beklentiler ve ziyaret deneyimi sonucunda oluşan algıların ziyaretçilerin destinasyon memnuniyetini etkilediği ifade edilebilir. Bu bağlamda öne çıkan kavram olarak algılanan destinasyon imajı, destinasyon deneyimi sonrası memnuniyet düzeyinin açıklayıcısıdır (O'Leary ve Deegan, 2005).

Destinasyon memnuniyeti ve paralelinde algılanan destinasyon imajı, ziyaretçilerde tekrar ziyaret niyeti oluşturabildiği gibi bu araştırmanın üzerinde durduğu tavsiye niyetini de desteklemektedir (Bigne, Sanchez ve Sanchez, 2001; Chen ve Tsai, 2007; İnan, Akıncı, Kıymalıoğlu ve Akyürek, 2011; Sevim, Seçilmiş ve Görkem, 2013). Destinasyonu ziyaret etmiş bir kişinin sahip olduğu imaj doğrultusunda tavsiyelerde bulunması durumu ziyaretçiler için ağızdan ağıza iletişim, destinasyon ve işletme yönetici-

leri içinse ağızdan ağıza pazarlama olarak ifade edilmektedir ve oldukça etkilidir. Bu güçlü etki, doğrudan “deneyim aktarımı” sağlanıyor olmasından kaynaklanmaktadır ki (Silverman, 2011) araştırma sonuçları da bunu göstermektedir. Örneğin, Ateşoğlu ve Bayraktar (2011) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmaya göre, örneklemin %85,2’sinin destinasyon tercihinde yakın çevresinin görüşleri etkili olmuştur ve %95,4’ü de başkalarına tavsiye niyetleri bulunduğunu ifade etmiştir.

Günümüz koşullarında turistlerin tavsiye niyeti, turizm pazarlaması adına yükselen bir önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu önemi gündeme getiren ise internet teknolojilerinin ve internet tabanlı platformların günden güne etkinliğini artırmasıdır. Önceleri yakın çevresi ile deneyimlerini paylaşan ve tavsiyelerde bulunan bireyler, artık dünyanın her yerinden potansiyel ziyaretçilere deneyimlerini aktarabilmekte ve onlara tavsiyeler sunabilmektedirler. Destinasyon imajının oluşumuna etkisi birçok araştırmayla (Alrawadieh, Dinçer, İstanbullu Dinçer ve Mammadova 2018; Kim, Lee, Shin ve Yang 2017; Nowacki, 2019) ele alınmış olan internet tabanlı platformlar, Miguéns, Baggio ve Costa (2008)’e göre, kullanıcıların bir destinasyonu hayal etmek için yaptıkları işbirliğinin bir sonucudur.

Araştırma Metodolojisi

Yöntem

Bu araştırma, ampirik verilere dayanan bir saha araştırması niteliğindedir. Nicel yöntemlerin kullanıldığı araştırmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Söz konusu anket, toplamda dört bölümden oluşmaktadır. Gastronomi deneyimi ölçeği için Adongo, Anuga ve Dayour (2015)’in 25 ifadeden oluşan “unutulmaz yöresel yiyecek deneyimi”

ölçeğinden yararlanılmıştır. Analizler, Ölmez (2017)’in Türkiye’de uyguladığı versiyonun boyutları üzerinden yapılmıştır. Tavsiye etme niyeti ve turist memnuniyeti ölçekleri ise Silik ve Ünlüönen (2018)’in çalışmasından elde edilmiştir. Bu üç ölçüm aracı için de likert ölçek tipinden yararlanılmış ve 5’li derecelendirme (1-kesinlikle katılmıyorum/5-kesinlikle katılıyorum) sistemi vasıtasıyla veriler toplanmıştır. Anketin son bölümünde ise sekiz adet soru vasıtasıyla katılımcıların demografik bilgilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için İstanbul Esenyurt Üniversitesi Etik Kurulu’ndan 18.07.2022 tarihli 2022/07-5 no’lu izin onayı alınmıştır.

Evren ve örneklem

Araştırmanın evreni, 2020 yılı içerisinde Türkiye ziyareti gerçekleştirenlerden oluşmaktadır. Veriler, 2021 yılında ülkeyi ziyaret eden turistlerden toplanacağı için araştırma evreni olarak 2020 yılı turist sayısı baz alınmıştır. Konaklamalı Türk vatandaşlarının da dâhil edildiği sayı 15.971.201’dir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bu evren içerisinde kolayda örnekleme yöntemi ile Türk vatandaşları hariç tutularak Türkiye’nin çeşitli destinasyonlarına ziyaret gerçekleştiren yabancılardan veriler elde edilmiştir. Veri toplama süreci, Haziran 2021 ile Kasım 2021 tarihleri arasındaki yaklaşık 5 aylık bir süreyi kapsamaktadır. Bu süreye rağmen evrenin boyutuna göre genel kabul gören örneklem sayısına (384 ve üzeri) ulaşamamış ve 233 kişiden veri elde edilebilmiştir. Örneklemin düşük kalmasında insanların 2021 yılında pandemi nedeniyle sosyal mesafe kurallarına uygun hareket etmelerinin önemli bir etkisi mevcuttur (Şengel, Genç, Işkın, Ulema ve Uzut, 2020). Nitekim veriler ilk olarak yüz yüze toplanacak şekilde planlanmış ve İstanbul ve çevresine yönelik özel gruplara hizmet veren tur rehberlerinden de yardım alı-

narak toplanmaya gayret edilmiştir. Bu şekilde istenilen sayıya ulaşamayınca online anket formu ile araştırmacıların sosyal çevresinden Türkiye ziyareti gerçekleştirmiş kişilerden veri toplama yoluna gidilmiştir. Elde edilen anketlerden eksik ve hatalı özellikte bulunmadığı için tümü analiz sürecine dâhil edilmiştir. Bu sayı, sonlu sayıda araştırma evrenleri için yeterli gibi görünmese de analizlerin Smart-PLS programı ile yapılması, bu sayının yeterli olmasını beraberinde getirmektedir. Çünkü Smart-PLS programı araştırmada yapıya dâhil edilen ifadelerin 10 katı katılımcının yeterli olacağı varsayımını benimsemektedir (Şengel vd., 2022). Bu çalışmada, 12 ifadeli toplam 3 boyutlu bir yapı olduğundan 233 örneklem sayısının yeterli olduğu ifade edilebilir.

Analizler vasıtasıyla aşağıda verilen dört hipotez test edilmiştir;

H₁: Gastronomi deneyimlerinin turist memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Gastronomi deneyimlerinin tavsiye etme niyetini üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Turist memnuniyetinin tavsiye etme niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H₄: Gastronomi deneyimlerinin tavsiye niyetini etkilemesinde turist memnuniyeti değişkeninin aracı rolü vardır.

Bulgular

Katılımcıların demografik nitelikleri

Yabancı turistlerden oluşan katılımcılara ait demografik özellikler Tablo 1’de yer almaktadır.

Veri analizi ve hipotezler

Veri analizinde iki ayrı program kullanılmıştır. Temel belirleyici istatistiklere ilişkin frekans analizleri SPSS yardımıyla yapılmıştır. Frekans analizini sistematik olarak sunması nedeniyle SPSS kullanılmıştır. Bunun yanında; normallik koşullarıyla ilgili özel gereksinimlerinin olmaması, örneklem büyüklüğüne duyarlılığının düşük olması, karmaşık modellerin dahi kolay bir şekilde test ediliyor olması avantajları ile beraber araştırmadaki yapısal ve ölçüm modelinin sınanmasında Smart-PLS programından yararlanılmıştır (Di-Clemente, Hernández-Mogollón, ve Campón-Cerro, 2019).

Cinsiyet değişkeninde kadınlar (%57,5), medeni durumda ise bekârlar (%53,2) çoğunlukta-
dır. Turistlerin neredeyse yarısı (47,6) orta yaş grubunda yer almaktadır. Gelir durumunda ise 3.000 dolar ve altı gelir durumuna sahip olanlar çoğunlukta-
dır.

Tablo 1. Katılımcılara ait demografik özellikler

Değişkenler	Sayı	%	Değişkenler	Sayı	%
Cinsiyet	--	--	Medeni Durum	--	--
Kadın	134	57,5	Evli	109	46,8
Erkek	99	42,5	Bekâr	124	53,2
Yaş Grupları	--	--	Gelir Durumu	--	--
30 yaş ve altı	91	39,1	3000 \$ ve altı	122	52,4
31-45 Yaş	111	47,6	3001-6000 \$	73	31,3
46 yaş üstü	31	13,3	6001 \$ ve üstü	38	16,3
Eğitim Durumu	--	--	Türkiye'ye Geliş Sayısı	--	--
İlköğretim	10	4,3	İlk kez	77	33,0
Ortaöğretim	72	30,9	İki kez	66	28,4
Yükseköğretim	151	64,8	Üç kez ve üzeri	90	38,6
Turistlerin Geldiği Bölge			Seyahat Etme Şekli (Kiminle)		
Asya-Pasifik	83	35,6	Tek başıma	39	16,7
Avrupa	78	30,9	Ailemle	99	42,5
Amerika (Kuzey/Güney)	18	7,7	Arkadaşlarımla	72	30,9
Ortadoğu	30	12,9	Diğer	23	9,9
Diğer	30	12,9			

Katılımcı turistlerin genellikle yükseköğretim düzeyine sahip olduğu (%64,8) Tablo 1'den anlaşılmaktadır. Araştırmaya dâhil edilen turistlerin çoğunluğu Asya-Pasifik ve Avrupalı turistlerden oluşmaktadır. Ayrıca önemli bir kısmının (%42,5) ailesi ile seyahat ettiği sonucu da ortaya çıkmıştır. Demografik sorulara yansıyan en önemli sonuçlardan biri ise katılımcıların %66'sının en az ikinci kez Türkiye'yi ziyaret etmesidir. Bu sonuç, Türkiye'ye yönelik tekrarlı seyahat davranışı sergilendiğini işaret etmektedir.

Doğrulamalı faktör analizi

Çalışmada ölçüm ve yapısal model olmak üzere iki tür ölçüm yapılmıştır. Ölçüm modeli kapsamında faktör analizi yapılmış ve doğrulamalı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de yer almaktadır. Gastronomi

deneyimleri için değerlendirmeler, ifadeler yerine bu değişkeni oluşturan boyutlar üzerinden yapılmıştır. Turist memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti için ise ölçek ifadeleri kullanılmıştır. Faktör boyutları 0.578 ile 0.940 aralığında değişen değerlerden oluşmaktadır. Sosyal bilimlerde, ilgili bilim dallarının yapısı gereği faktör yüklerinin referans değerleri için 0.50 ve üzeri değerlerin kabul edilebilir olduğu belirtilmektedir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım 2015). T-değerleri tüm ifadeler için referans değer olan 1.96'dan büyüktür. Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factors- VIF) değerleri ise 5'in altında çıkmıştır. Bu değerler, çalışmanın faktör analizine uygun olduğu konusunda önemli kanıtlar sunmaktadır (Doğan, 2019). Tablo 2'de ifadeler ve boyutlara ilişkin aritmetik ortalamalar ve standart sapma değerleri de yer almaktadır.

Tablo 2. Doğrulayıcı faktör analizi

Boyutlar	Arit. Ort.	Std. Sap.	VIF değeri	T-değeri	Faktör Yüğü
Gastronomi Deneyimleri					
Yenilik	4.008	1.210	1.473	6.011	0.659
Anlam	3.566	1.011	1.483	11.126	0.661
Hedonizm	3.939	0.944	1.727	29.836	0.782
Katılım	3.386	1.061	1.416	11.798	0.578
Tazelik	3.716	0.908	2.368	51.623	0.856
Yöresel Kültür	4.090	0.853	1.673	27.715	0.775
Turist Memnuniyeti					
Genel olarak Türkiye’den çok memnun kaldım.	4.261	0.858	2.917	61.230	0.914
Bütün faktörler göz önüne alındığında, Türkiye’ye gelme kararım-dan dolayı mutluyum.	4.236	0.928	3.634	63.914	0.936
Turistik deneyimi düşündüğümde Türkiye’yi tercih etmem akıllıca idi.	4.296	0.857	3.738	64.968	0.934
Tavsiye Etme Niyeti					
Türkiye hakkında çevremdeki kişilere olumlu şeyler söyleyeceğim.	4.313	0.890	3.887	84.621	0.940
Turizm ile ilgili tavsiyelerimi soran kişilere Türkiye’yi önereceğim.	4.261	0.962	3.473	34.649	0.930
Arkadaşlarımı ve akrabalarımı Türkiye’yi ziyaret etmeleri için teşvik edeceğim.	4.356	0.908	3.017	30.326	0.917

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu her boyut için AVE değeri 0.50’nin üzerinde çıkmıştır. Sosyal araştırmalarda beklenen referans değer de 0.50 üzeridir. Bu anlamda AVE değerlerinin uygun olduğu ve yakınsak geçerliliğin sağlandığı söylenebilir. Ayrıca Fornell-Larcker Criterion (Fornell ve Larcker, 1981) ve Heterotrait-Monotrait

Ratio değerleri (Doğan, 2019) de sosyal araştırmalar için gerekli olan ölçüm modeli kriterlerini sağlamaktadır. İlgili bilgiler, modelin DFA için doğrulayıcı koşulu yerine getirdiğini işaret etmektedir. Bu durum, yapısal modele geçiş için kriterlerden birinin yerine getirildiği anlamı taşımaktadır.

Tablo 3. Güvenilirlik, geçerlilik ve korelasyon

Değişkenler	Fornell-Larcker Criterion			Heterotrait-Monotrait Ratio		
	1	2	3	1	2	3
Gastronomi Deneyimleri (1)	0,725					
Turist Memnuniyeti (2)	0,674	0,929		0.737		
Tavsiye Etme Niyeti (3)	0,678	0,827	0,928	0.737	0.898	
Cronbach's Alpha	0,819	0.920	0.920			
Reliability Coefficient (Rho_A)	0,851	0,921	0,921			
Composite Reliability	0,967	0,950	0,949			
AVE	0,525	0,863	0,861			

Araştırmadaki üç farklı değişken için üç adet güvenilirlik (Composite Reliability, Cronbach's Alpha ve Rho_A) katsayısına bakılmıştır. Tüm değişkenler için güvenilirlik katsayıları 0.819-0.950 arasında değişen değerler almıştır. Tespit edilen güvenilirlik katsayılarından hareketle araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının ürettiği sonuçların güvenilir hatta yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010). Bu durum, yapısal modele geçiş için kriterlerden bir diğerinin daha yerine getirildiğini göstermektedir.

Yapısal model

Tablo 4'te araştırmanın model uyum endekslerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Bu kapsamda SRMR değeri 0.77, NFI değeri ise 0.854 olarak tespit edilmiştir. Bu değerler çalışmanın model uyum indeksleri bağlamında geçerli sonuçlar üretmiştir (Karagöz, 2017). Ayrıca Tablo 4'te araştırmada test edilen hipotezlerin sonuçları da yer almaktadır. H₁ ile test edilen gastronomi deneyimleri turist memnuniyetini etkiler hipotezi (β : 0.678, t: 18.965, p: 0.000) desteklenmiştir. H₂ ile test edilen gastronomi deneyimleri turistlerin tavsiye etme niyetini etkiler hipotezi de (β : 0.209, t: 7.766, p: 0.000) desteklenmiştir.

Tablo 4. Hipotez testleri, yol katsayıları ve etki boyutları

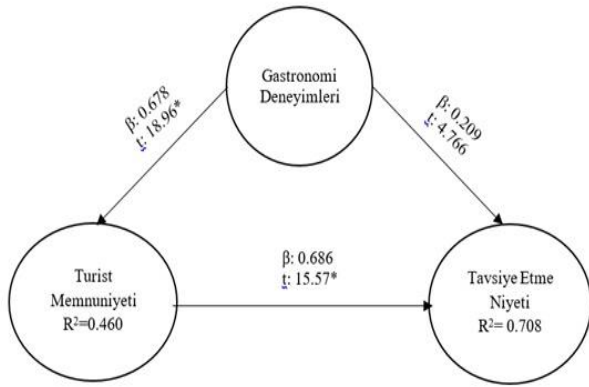
Hipotezler	Yol Katsayıları	t-Değeri	p-Değeri	Hipotezler	SRMR	NFI
Direkt Etki						
H ₁ : GD -> TM	0.209	4.766	0.000**	Desteklendi	0.077	0.854
H ₂ : GD -> TEN	0.678	18.965	0.000**	Desteklendi		
H ₃ : TM-> TEN	0.686	15.572	0.000**	Desteklendi		
Dolaylı Etki						
H ₄ : GD -> TM -> TEN	0.465	11.662	0.000**	Desteklendi		

**p<0,01 düzeyinde anlamlı

t>1.96

GD: Gastronomi Deneyimi, TM: Turist Memnuniyeti, TEN: Tavsiye Etme Niyeti

Çalışma kapsamında son direkt etkiye yönelik hipotez olarak H₃ ile test edilen turist memnuniyeti turistlerin tavsiye etme niyetlerini etkiler hipotezi de (β : 0.686, t: 15.572, p: 0.000) desteklenmiştir. Araştırmada üç direkt etkinin yanında bir adet de aracı etkiyi test eden hipotez yer almaktadır. H₄ ile test edilen gastronomi deneyimleri turistlerin tavsiye etme niyetini turist memnuniyeti aracı değişkeniyle etkilemektedir hipotezi de (β : 0.465, t: 11.662, p: 0.000) desteklenmiştir.



Gastronomi Deneyimleri>>Turist Memnuniyeti>>Tavsiye Etme Niyeti (β = 0.465, t=11.66*)

Şekil 1. PLS yapısal model sonuçları

Şekil 1’de PLS sonucuna uygun olarak değişkenler arası ilişkileri gösteren model yer almaktadır. Modelde bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasındaki etki düzeyleri yer almaktadır. Şekil 1’de görüldüğü üzere turist memnuniyeti için R² değeri 0.460’dır. Dolayısıyla turist memnuniyetinin %46’sı modeldeki bağımsız değişken olan gastronomi deneyimlerinden açıklanmaktadır. Tavsiye etme niyeti için R² değeri 0.708’dir. Tavsiye etme niyetinin yaklaşık %71’i bu modelde kendisi için bağımsız değişkenler olan gastronomi deneyimleri ve turist memnuniyeti tarafından açıklanmaktadır. Bu bağlamda model vasıtasıyla turist memnuniyetinin orta düzeyde, tavsiye etme niyetinin ise yüksek kabul edilebilecek bir açıklayıcılığa sahip olduğu söylenebilir (Chin, 1998).

Tartışma ve Sonuç

Herhangi bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin deneyimlerinin, kalitesine bağlı bir şekilde sergilemesi beklenen iki davranışsal niyeti söz konusudur. Bunlar, tekrar ziyareti gerçekleştirme ve başkalarına destinasyona teşvik edici tavsiyelerde bulunmasıdır. Her iki durum da destinasyon karar mercilerinin ve destinasyondaki diğer turizm paydaşlarının nihai hedefleri arasında yer almaktadır. Öyle ki tekrar ziyaretler gerçekleştirilen ve tavsiye edilir bir destinasyon olunması, turist sayısının ve gelirlerinin artışı anlamına gelmektedir. Dahası, turistlerin bu yöndeki tercihleri destinasyonun imajının olumlu yönde geliştiğinin işaretidir ki böylesi bir durum destinasyonun pazarlama maliyetlerinin düşmesi anlamına da gelmektedir. Uslu, İnanır ve Dağdelen (2020)’in destinasyon imajı destinasyona yönelik merakı uyandırmaktadır düşüncesi, pazarlama maliyetlerindeki olası düşüşleri işaret etmektedir.

Bu araştırmanın örnekleme dâhil edilen katılımcıların büyük bir çoğunluğu, Türkiye’ye tekrar ziyareti gerçekleştirmiş durumdadır. Söz konusu bulgu, Türkiye seyahati gerçekleştiren turistlerin memnuniyet düzeyinin yüksek olduğunu işaret etmektedir. Bu, katılımcılara ait verilerden gerçekleştirilen bir çıkarım olmakla beraber cevaplar dâhilinde de Türkiye ziyaretlerinin memnuniyet düzeyinin yüksekliği ortaya çıkarılmıştır. “Bütün faktörler göz önüne alındığında, Türkiye’ye gelme kararımın dolayı mutluyum” ifadesine katılım önemli boyutta gerçekleşmiştir. Ayrıca katılım gösterilen ifadeden anlaşılacağı üzere turist deneyimi, bütüncül bir bakış açısının tezahürüdür.

Turist memnuniyeti birçok farklı mal ve hizmet tüketimi ile bu tüketimlerden elde edilen deneyimlerin toplamı olarak ifade edilmekle beraber bir işletme veya destinasyon için

turistlerin memnuniyetini olumlu ve olumsuz etkileyen faktörlerin ayrıştırılabilmesi pazarlama başarıları için büyük önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin memnun olarak ayrılmasında gastronomi deneyimlerinin çok önemli bir yer tuttuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgu, Türkiye evreninde gerçekleştirilen farklı araştırmaların (Birdir ve Akgöl, 2015; Işın ve Yalçın, 2019; Mamadalishoeva, 2020) bulguları ile paralellik göstermektedir. Dahası yukarıda ifade edildiği üzere örneklemin büyük bir kısmı tekrar ziyaretleri gerçekleştirmiş durumdadır ki Rimington ve Yüksel (1998), gastronomi değerlerinin Türkiye’ye yapılan ziyaretlerin tekrarlanmasında en önemli faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Destinasyon memnuniyeti sağlanan turistler, tekrar ziyaretleri gerçekleştirebildiği gibi yakın çevresine ve internet tabanlı platformların yaygınlaşması ile tüm dünyadan potansiyel turistlere tavsiyelerde bulunabilmektedir. Türkiye ölçeğinde değerlendirildiğinde memnuniyet düzeyi, destinasyon imajı ve tavsiye niyeti arasındaki ilişkiyi ortaya koyan birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. Ancak söz konusu araştırmalar (Uslu ve İnanır, 2020; Akşit Aşık ve Kutsynska, 2019; İnan vd., 2011; Kömür, Bezirgan ve Kömür, 2021), büyük oranda genel destinasyon memnuniyeti karşılığında tavsiye niyetine odaklanmıştır ve gastronomi deneyimi gibi belirli bir arz unsuru üzerinden tavsiye niyetine odaklanmış araştırmalar sınırlı düzeydedir (Albayrak, 2013; Birdir ve Akgöl, 2015; Girgin, Oflaz ve Karaman, 2017). Tavsiye niyetine odaklanmış araştırmalar, bu araştırmanın bulguları ile uyum içerisindedir ve gastronomi deneyimlerinin tavsiye niyeti üzerinde yüksek derecede etkili olduğunu göstermektedir. Bahsi geçen araştırmalardan bu araştırmayı farklı kılan ise verilerin tek bir destinasyondan toplanmaması nedeniyle daha kapsayıcı sonuçlar sunuyor olmasıdır. Ayrıca bu araştırmada elde edilen sonuçlar, ulus-

lararası literatürle de örtüşmektedir. Sio, Fraser ve Fredline (2021) tarafından gastronomi turizmi ve destinasyon imajı üzerine gerçekleştirilen sistemli literatür taramasında 54 araştırma değerlendirilmiş ve bu araştırmaların, memnuniyet, tekrar ziyaret ve tavsiye niyeti üzerinde gastronomi unsurlarını önemli bir etkileyici olarak gördüğü yönünde benzer sonuçlar verdiğine işaret edilmiştir. Araştırmacıların ele aldığı çalışmalara bakıldığında, ulusal literatürde olduğu gibi azımsanamayacak kadarının tek bir destinasyonu veya bir destinasyona ait mutfak kültürünü konu edindiği ve ülke destinasyonu gibi makro boyutta kapsayıcı olmadıkları ifade edilebilir. Dolayısıyla tüm Türkiye’den oluşturulan örneklemeyle tekrar ziyaret ve tavsiye niyeti konularında başka araştırmalarla paralel sonuçların sunulduğu bu araştırmada, farklı olarak gastronomi turizminde Türkiye’nin güçlü konumunun da ortaya koyulduğu ifade edilmelidir.

Bu araştırma kapsamında nihai olarak ifade edilebilecek olan, gastronomi deneyiminin turist memnuniyetini ve tavsiye etme niyetini doğrudan ve önemli ölçüde etkilediğidir. Ancak turistlerin gastronomi deneyimlerini ayrı tutarak tavsiye niyetinde bulunabileceği veya destinasyon memnuniyeti kaynaklı tavsiye niyetinin sadece gastronomi deneyimlerine bağlı bir şekilde oluşmayacağı da göz ardı edilmemelidir. Daha açık bir ifadeyle sadece olumlu gastronomi deneyimlerinin yaşanması, bir destinasyonun tavsiye edilebilirliği için yeterli görülmemelidir. Dolayısıyla Türkiye ölçeğinde olumlu bir destinasyon imajı sürdürülebilirliği için gastronomi değerlerinin arzında yakalanan başarının diğer arz unsurları konusunda da sağlanması gerekmektedir.

Kaynakça

Adongo, C. A., Anuga, S. W., Dayour, F. (2015). Will they tell others to taste? International tourists' experience of Ghanaian cuisines. *Tourism Management Perspectives*, 15, 57-64.

Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience. *Tourism Review*, 56(1/4), 33-37.

Akşit Aşık, N., Kutsynska, M. V. (2019). Unutulmaz turizm deneyimlerinin tekrar ziyaret niyeti ve tavsiye etme davranışına etkisi: Ukraynalı turistler üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68), 1007-1017.

Akyürek, S., Kutukız, D. (2020). Gastro turistlerin deneyimleri: Gastronomi turları kapsamında nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3319-3346.

Albayrak, A. (2013). Farklı milletlerden turistlerin Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yaşar University*, 30(8), 5049-5063.

Alrawadieh, Z., Dincer, M.Z., Istanbulu Dincer, F., Mammadova, P. (2018). Understanding destination image from the perspective of western travel bloggers: The case of Istanbul. *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research*, 12(2), 198-212.

Andersson, T. D. (2007). The tourist in the experience economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 46-58.

Ateşoğlu, İ., Bayraktar, S. (2011). Ağızdan ağıza pazarlamanın turistlerin destinasyon seçimindeki etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 95-108.

Bigne, J. E., Sanchez, I., Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: Inter relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616.

Birdir, K., Akgöl, Y. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.

Caton, K., Santos, C. A. (2008). Closing the hermeneutic circle? Photographic encounters with the other. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 7-26.

Chen, C., Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28, 1115-1122.

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. İçinde: Marcoulides, G.A. (Ed.), *Modern Methods for Business Research* (ss. 295-336). London: Psychology Press-Taylor & Francis Group.

Clawson, M. (1963). Land and Water for Recreation: Opportunities, Problems and Policies. Chicago: Rand McNally.

Clawson, M., Knetsch, J. L. (1966). Economics of Outdoor Recreation. Baltimore: Johns Hopkins Press.

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

Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., Campón-Cerro, A. M. (2020). Tourists' involvement and memorable food-based experiences as new determinants of behavioural

intentions towards typical products. *Current Issues in Tourism*, 23(18), 2319-2332.

Doğan, D. (2019). SmartPLS ile Veri Analizi. Ankara: Zet Yayıncılık.

Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

Girgin, G. K., Oflaz, M., Karaman, N. (2017). Türk Cumhuriyetlerinden gelen öğrencilerin Türk mutfağı hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 97-111.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. New Jersey: Prentice Hall.

Işın, A., Yalçın, E. (2019). Destinasyon yiyecek imajı ve memnuniyet arasındaki ilişki: İstanbul örneği. 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi. 19-21 Eylül 2019, Nevşehir. Bildiriler kitabı, s. 334-340.

İnan, E. A., Akıncı, S., Kıymalıoğlu, A., Akyürek, M. S. (2011). Kruvaziyer turizmde turistlerin tavsiye niyetlerinde destinasyon imajının etkisi. *Ege Academic Review*, 11(3), 487-497.

Jennings, G., Nickerson, N. P. (2006). Quality Tourism Experiences. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Karagöz, Y. (2017). SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Killion, G. L. (1992). Understanding Tourism. Study Guide. Rockhampton: Central Queensland University.

Kim, S. E., Lee, K. Y., Shin, S. I., Yang, S. B. (2017). Effects of tourism information quality in social media on destination image formation: The case of Sina Weibo. *Information and Management*, 54(6), 687-702.

Kodaş, D. (2018). Gastronomi Deneyimi, Gastronomi Motivasyonu, Destinasyon Tatmini ve Destinasyon Marka Denklığı İlişkisi: Gaziantep Örneği. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Kömür, Z., Bezirgan, M., Kömür, T. (2021). Ülke imajının davranışsal niyet ve destinasyon bilinirliğine etkisi: Türkiye'yi ziyaret eden uzak doğulu turistler üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 2320-2344.

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). Turizm İstatistikler. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri>.

Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.

Litvin, S.W., Goldsmith, R.E., Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.

Mamadalışoeva, P. (2020). Rus Turistlerin Gastronomi Deneyimlerini Araştırmaya Yönelik Bir Çalışma: Antalya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

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 and Tourism Marketing*, 25(2), 137- 148.

Miguéns, J., Baggio, R., Costa, C. (2008). Social media and tourism destinations: TripAdvisor case study. *Advances In Tourism Research*, 26(28), 1-6.

Nowacki, M. (2019). World cities' image in Tripadvisor users' reviews. *E-Review of Tourism Research*, 16(2/3), 146-155.

O'Leary, S., Deegan, J. (2005). Ireland image as a tourism destination in France: Attribute importance and performance. *Journal of Travel Research*, 43(3), 247-260.

Otto, J. E., Ritchie, J. R. (1996). The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3), 165-174.

Ölmez, Z. D. (2017). Gastronomi Turizminde Yerli Ziyaretçilerin Yöresel Yiyeceklere Yönelik Unutulmaz Deneyimlerinin Davranışsal Niyetleri Üzerine Etkisi: Seferihisar Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Rimington, M., Yüksel, A. (1998). Tourist satisfaction and food service experience: Results and implications of an empirical investigation. *Anatolia*, 9(1), 37-57.

Ritchie, J. B., Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 111-126.

Sevim, B., Seçilmiş, C., Görkem, O. (2013). Algılanan destinasyon imajının tavsiye davranışı üzerine etkisi: Safranbolu'da bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(20), 115-129.

Silik, C. E., Ünlüönen, K. (2018). Hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti arasındaki ilişki: Kayak merkezlerine

yönelik bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 333-357.

Silverman, G. (2011). The Secrets of Word-of-Mouth Marketing. New York: Amacom.

Sio, K. P., Fraser, B., Fredline, L. (2021). A contemporary systematic literature review of gastronomy tourism and destination image. *Tourism Recreation Research*-Doi: 10.1080/02508281.2021.1997491

Şengel, Ü., Genç, K., Işkın, M., Ulema, Ş., Uzut, İ. (2020). Turizmde "sosyal mesafe" mümkün mü? Kamp ve karavan turizmi bağlamında bir değerlendirme. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 1429-1441.

Şengel, Ü., Genç, G., Işkın, M., Çevrimkaya, M., Assiouras, I., Zengin, B., Saruşık, M., Buhalis, D. (2022). The impacts of negative problem orientation on perceived risk and travel intention in the context of COVID-19: A PLS-SEM approach. *Journal of Tourism Futures*. Doi: 10.1108/JTF-05-2021-0130.

Tong, X. F., Tong, K., Tam, W. S. (2016). Food tourism : The melaka gastronomic experience. *Journal of Emerging Trends in Marketing and Management*, 1(1), 236-246.

Türkmen, S., Atay, L., Türkmen, E. (2018). Destinasyon kişiliği, memnuniyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Çanakkale örneği. *Journal of Yaşar University*, 13(49), 22-32.

Uslu, A., İnanır, A. (2020). Destinasyon imajının destinasyon memnuniyetine etkisi ve destinasyonun algılanan kalitesinin aracı rolü: Manavgat Örneği. *Business and Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 8(2), 1753-1776.

Uslu, A., İnanır, A., Dağdelen, Ö. (2020). The relationship between destination image, curiosity and destination loyalty and the moderator role of demographic variables: a research in Antalya destination. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(4), 615-630.

Ünal, C., Caber, M. (2019). Turist rehberlerinin mesleki yeterliliklerinin destinasyon imajına ve memnuniyetine etkisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(1), 82-92.

Wijaya, S., King, B., Nguyen, T. H., Morrison, A. (2013). International visitor dining experiences: A conceptual framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 34-42.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminde Karşılaşılan Sorunların İncelenen Problem Durumları Bağlamında Analizi

Mehmet DÜZGÜN

Hacı Muzaffer Bakbak Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Yiyecek İçecek Hizmetleri Bölümü
duzgunsmehmet@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4318-0729

İrem YILMAZ

Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
iremtryilmaz@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5687-1196

Atınç OLCAY

Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Meslek Yüksekokulu
olcay@gantep.edu.tr
ORCID: 0000-0003-0407-5467

Geliş tarihi / Received: 09.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 09.10.2022

Öz

Mutfak sanatları eğitiminin birçok yeni iş imkânına kapı aralaması, bu alanda eğitim veren kurum sayısında artışa sebep olmuştur. Fakat ne yazık ki bu artış, sürdürülen eğitim faaliyetlerine niteliksel anlamda yansımamıştır. Bu durum, akademik camianın da dikkatini çekmiş olup Türkiye’de mutfak sanatları eğitiminde birçok problemin gözlemlenmesi ile birlikte son on yılda bu konuda yapılan çalışmaların sayısını artırmıştır. Bu doğrultuda Türkiye’de mutfak sanatları eğitimine yönelik olarak incelenen problemlerin neler olduğunun belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma, nitel desende tasarlanmış, doküman analizi yöntemi ile verilere ulaşılmıştır. Mutfak sanatları eğitiminde öne çıkan problemler; müfredatın yetersiz olması (%19,04), öğrenciden kaynaklanan sorunlar (%19,04), pratik-uygulamalı eğitim yetersizliği (%11,11), öğretim elemanı (nitelik/nicelik) yetersizliği (%9,52), staj sorunları (%7,93), atölye mutfak vs. donanım yetersizliği (%7,93), alaylı-mektepli çatışması (%7,93), bütçe yetersizliği (%6,34), mutfak sanatları eğitiminin literatürde kapsamının belirgin olmaması (%6,34) olarak ifade edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre müfredat, öğrenciler ve uygulamalı eğitime yönelik problemlerin daha ön planda olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: *Gastronomi, eğitim sorunları, mutfak sanatları, uygulamalı eğitim.*

Analysis of Problems Encountered in Gastronomy and Culinary Arts Education in the Context of Examined Problem Situations

Abstract

The fact that culinary arts education opens the door to many new job opportunities has led to an increase in the number of institutions providing education in this field. However, unfortunately, this increase has not been reflected in the educational activities carried out in a qualitative sense. This situation has attracted the attention of the academic community and with the observation of many problems in culinary arts education in Turkey, the number of studies on this subject has increased in the last decade. In this direction, this research, which was carried out in order to determine the problems examined for culinary arts education in Turkey, was designed in qualitative design, and data were obtained by the document analysis method. The prominent problems in culinary arts education are as follows: insufficient curriculum (19.04%), problems arising from students (19.04%), insufficiency of practical-applied training (11.11%), insufficiency of teaching staff (quality/quantity) (9.52%), internship problems (7.93%), inadequacy of workshop, kitchen, equipment etc. (7.93%), the conflict between the educated and non-educated (7.93%), budget inadequacy (6.34%), and the lack of a clear scope of culinary arts education in the literature (6.34%). According to the findings, it is concluded that the problems related to curriculum, students, and practical training are more prominent.

Keywords: *Gastronomy, education problems, culinary arts, practical education.*

Giriş

Gastronomi, kelime anlamı olarak sağlıklı, düzenli, lezzetli ve hoş mutfak sistemi anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2021). Yiyecek içecek olgusu önceleri turizm sektörünün bir tamamlayıcısı durumundaydı (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014, s.12). Günümüzde ise sadece karın doyurmak gibi basit bir anlamın ötesine geçerek turizmde asli unsurlardan birisi olmuştur (Görkem ve Sevim, 2011, s.73). Bu sayede yeme içme olgusu, turistik bir bölgenin çekim kuvveti oluşturmasında etkili bir koz haline gelmiştir (Selwood, 2003, s.178). Ancak bölgenin gastronomik kültür açısından zengin olması tek başına yeterli olmamaktadır. Bu mirasın iyi eğitim almış personelle desteklenmesi de gerekmektedir (Gillespie ve Cuisin, 2001, s.20). Bu durum da sektörde iyi eğitim almış

kalifiye eleman ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu yüzden son zamanlarda mutfak sanatları eğitimine verilen önemde artış yaşanmıştır (Güdek ve Boylu, 2017, s.490-491). Ancak bu eğitimi verecek kurumların da gerekli yeterlilikleri karşılıyor olması büyük önem taşımaktadır (Kurnaz, Eren ve Kurnaz, 2018, s.505).

Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine gereksinim, son zamanlarda oldukça büyük artış göstermiş ve bu nedenle devlet ve vakıf kurumlarının dikkatini çekerek hızlı bir şekilde bu eğitimi veren programlar açılmaya başlanmıştır (Horng ve Lee, 2009, s.102). Bununla birlikte mutfak sanatları eğitimi ülkemizde yeni gelişim göstermeye başlamasına rağmen kurum ve öğrenci sayısı olarak artış hızı normalin üzerindedir (ÖSYM, 2021). Ancak söz konusu eğitimin etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilebil-

mesi için oluşturulacak fiziksel ortamdan başlayarak uygulanan programlara kadar özenle planlanmış bir ortamın bulunması gerekmektedir (Görkem ve Sevim, 2011, s.82). Son zamanlarda söz konusu eğitimdeki sayısal yeterliliğin artışına karşın bu bölümlerdeki eğitimlerde akademik kadronun, fiziksel imkânların, müfredatların ve altyapı gibi birçok konunun yetersiz olduğu görülmektedir (Öney, 2016, s.198).

Yapılan bu araştırmada, Türkiye’de mutfak sanatları eğitimindeki problemlerin irdelendiği çalışmalar incelenerek sorunların neler olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Mutfak Sanatları Eğitiminin Tarihi

İnsanoğlunun sağlıklı ve uzun bir hayat sürrebilmek için en temel unsurlardan birisi de beslenmedir (Bucak ve Ateş, 2014, s.316; Yiğit ve Doğdubay, 2017, s.163). İnsanlar bu amaçla ulaşabilmek için ilk çağlarda avcı-toplayıcı yaşam tarzıyla beslenmiştir. Daha sonraları ise insanoğlu, yerleşik hayata geçiş yaparak tarım yolu ile beslenme ihtiyacını gidermeye çalışmıştır (Görkem ve Sevim, 2016, s.978). Ateşin bulunması yeme içme olgusunun daha farklı bir şekilde değerlendirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu sayede farklı pişirme yöntemleri keşfedilmiş, neyin yenilip neyin yenilemeyeceği gibi sağlıklı beslenme olgusu ağırlık kazanmaya başlamıştır. Özellikle doğru tekniklerle sağlıklı yemekler pişirecek bilgiye sahip insana olan ihtiyacın da ortaya çıkması bu döneme rastlamaktadır. Sonuç olarak Orta Çağ’da mutfak sanatları konusunda bilgili personel yetiştirmek üzere formal eğitim verilmeye başlanmıştır (Miles, 2007, s.267).

Günümüzde beslenme, yiyecek içecek ve gastronomi alanlarına yönelik eğitim faaliyetlerin-

de hızlı değişimler yaşanmaktadır (Özer, 2020, s.4). Önceki dönemler incelenecek olursa bu eğitimin Avrupa’da saraylarda verilmeye başlandığı görülmektedir (Gürsoy, 2013, s.33-37). Fransa’da 1248’de Paris belediye başkanının önerisi üzerine “Chaine des Rotisseurs” adındaki gastronomi topluluğu kurulmuştur. Bu topluluk, usta-çırak ilişkisine bağlı olarak yetiştirilen çırakların gerekli yeterlilikleri kazanmasını sağlamaya çalışmaktaydı. Bu doğrultuda iyi şefler yetiştirerek lezzetli ve kaliteli yeme içme anlayışının korunması da amaçlanmaktaydı. Günümüzde ise söz konusu kurumun Türkiye dâhil 80’i aşkın ülkede faaliyet gösterdiği görülmektedir (Gürsoy, 2013, s.73-77).

Fransa’daki daha planlı ve programlı mutfak sanatları eğitiminin temeli ise Fransız İhtilali’ne dayanmaktadır. Bu dönemde ülkedeki en kaliteli şefler, saray mutfaklarında bulunmuştur. Ancak Fransız İhtilali, şeflerin saraydan uzaklaşmasına ve yeni bir arayışa girmelerine sebep olmuştur. Söz konusu şefler, Paris’in çeşitli yerlerinde restoranlar açmıştır. Bu sayede yeme içme konusunda iyi eğitim almış personele olan ihtiyaç da artmıştır. Bu restoranlarda çalışan şefler, yanlarında çırak yetiştirmeye başlamıştır. Ancak usta-çırak ilişkisine dayalı bu eğitim uzun zaman almış ve baskıcı bir tutumla yapılmıştır (Kinton ve Ceserani, 1987, s.27). Fransa’da gerçekleşen bu durum, Amerika, İngiltere, Almanya ve Avusturya’yı da etkileyerek buralarda da mutfak sanatları eğitimi veren resmi okulların açılmasını sağlamıştır (Zopiatis, Theodosiou ve Constanti, 2014). Gastronomiye olan ilgi arttıkça gastronomi eğitimine olan ilgide de artış gözlenmiştir. Grimond de la Reyniere (1808), Paris’te lezzetli yemeğin nerede ve ne zaman yenileceği ile ilgili eğitici bir kitap hazırlamıştır. Ayrıca bu kitap, lezzetli yemeğin hazırlanırken hangi kurallara uyulması gerektiği ile ilgili de eğitici bir kitap olarak da kullanılmıştır. Bu dönemde

Paris'te usta-çırak ilişkisine dayalı olarak eğitimler de hızlanmaya başlamıştır (Brown, 2005, s. 47). Aynı zamanda mutfak eğitimi bir sanat dalı olarak ilk kez İngiltere'de kabul görmüştür. Londra'da 1882 yılında "National Institute of Cookery" adlı mutfak eğitimi veren kurum açılmıştır (Brown, 2005, s.48). Londra'da meydana gelen bu durum, Paris'te de "National Institute of Cookery" benzeri eğitim kurumlarının açılmasına sebep olmuştur. "L'École Professionnelle de Cuisine et des Sciences Alimentaires", bu kurumlara örnek olarak gösterilebilir. Söz konusu kurum, aşçılık okulu olarak faaliyetler gerçekleştirmiştir (Danaher, 2012, s.141). 1891'de açılan bu kurumdan sonra 1895'te Paris'te "Le Cordon Bleu" açılmıştır (Öney, 2016, s.196). Mutfak sanatları eğitiminde gerçekleşen bu atılımlardan sonra örgün eğitim kapsamında ilk diploma verilen eğitim kurumu Cornell Üniversitesi olmuştur. Söz konusu kurum, 1922'de New York'ta kurulmuştur (Allen, 2003, s.556).

Mutfak sanatları eğitiminin ilk başladığı yerlerden birisi de Amerika Birleşik Devletleri'dir. Söz konusu eğitimin burada başlaması, Amerika'ya Avrupa'dan gelen aristokrasiye kaliteli yiyecek içecek hizmeti verme ihtiyacından dolayı ortaya çıkmıştır (Brown, 2005, s.47). Amerika'da mutfak sanatları eğitiminin temelleri 1820'ye dayanmaktadır (Allen, 2003, s.556). Ancak bu bölgede ilk planlı mutfak sanatları eğitimi, Charles Ranhoffer tarafından gerçekleştirilmiştir. Ranhoffer, 1800'lerin sonunda Amerikan mutfağının yıldızı konumundaydı. Ranhoffer, söz konusu dönemde profesyonel mutfak eğitimi veren bir kurum açmıştır. Ayrıca Ranhoffer, 1893'de "The Epicurean" adlı kitabı yazmış ve bu kitap, ev mutfaklarında uygulanması gereken bilgileri içeren eğitici bir kitap olarak kullanılmıştır. Bunun yanında Ranhoffer, "Chef" adlı ulusal dergiyi 1898'de yayına çıkarmıştır. Bu dergi ise yiyecek içecek hizmetleri alanında kalifiye eleman sağlamak üzerine

mutfak sanatları konusunda profesyonel eğitimin verilmesini tetiklemiştir (Gheorghe, vd. 2014, s.15).

1946 yılında faaliyetlerine başlayan Connecticut Restoran Enstitüsü ile Amerika'da mutfak sanatları eğitimi başlamıştır. Özellikle 1970'den sonra Amerika'da mutfak sanatları eğitimi, daha profesyonel bir şekilde icra edilmeye başlanmıştır. Daha sonra meydana gelen teknolojik gelişmeler, sektördeki ihtiyaçları değiştirmiş ve daha iyi eğitim almış kişilere ihtiyacı artırmıştır. Yapılan incelemelerde 1981'de Amerika'da dört adet mutfak sanatları eğitimi veren kurum bulunurken, sonraki 25 yılda bu sayı 261'e yükselmiştir (Hertzman ve Maas 2012, s.53-54). 21. yüzyılda ise söz konusu eğitime olan talepte patlama meydana gelmiştir (Hertzman ve Maas, 2012, s.56). Öte yandan Amerika'da 1994'den sonra mutfak sanatları eğitiminde oldukça önemli gelişmeler yaşanmıştır. 1994 yılında, 18 şeften oluşan bir topluluk Amerikan Mutfak Federasyonu toplantısını düzenlemiştir. Bu toplantıdaki şefler, "Research Chefs Association" derneğini kurmuştur. Bu dernek, mutfak sanatları eğitiminde mutfak pratik eğitimi ve gastronomiyle ilgili bilimsel yeterliliklerin kazandırılmasına yönelik karara varmıştır. Bu yeterliliği tek bir kelime altında toplayan Winston Riley, İngilizcede mutfak anlamına gelen "culinary" ve teknoloji anlamına gelen "technology" kelimelerinin birleşiminden "Culinology", Türkçe'de çok kullanılmayan ama alanda karşılığı olan "Kulinoloji" kelimesini ortaya çıkarmıştır. Bu doğrultuda yetiştirilen kişilere de Türkçe karşılığı "Kulinolojist" olan "Culinologist" adını vermişlerdir (Blanck, 2007).

Dünya geneline bakıldığında mutfak sanatlarının 'alaylılardan' arınıp eğitim alan kesime geçmeye başladığı görülmektedir. Bu süreçte, aynı şekilde mutfak sanatları eğitimi alaylıların usta-çırak ilişkisi şeklindeki sadece pratik yapılan

dönemden çıkarak, okullarda hem teori hem beceri olarak verildiği bir döneme doğru geçmeye başlamıştır. Dolayısıyla mutfak eğitimi amatörlerin elinden profesyonellerin eline geçmeye başlamıştır. Diğer taraftan mutfak sanatları eğitiminde yeni teknolojilerden de faydalanılmaktadır. Ayrıca sürekli güncel tutulan programlar sayesinde sektördeki ihtiyaçlara uygun olarak eğitimin verilmesi fırsatı da bu şekilde ortaya çıkmıştır. Söz konusu eğitimlere yönelik öncülük ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olmuştur (VanLandingham, 1995, s.1). Mutfak sanatları konusunda yüksek lisans düzeyinde eğitim veren ilk kurumlar ise ABD'deki Boston Üniversitesi ve Adelaide Üniversitesi olmuştur (Allen, 2003, s.556). 2000'li yıllardan sonra söz konusu eğitimin önemi oldukça hızlı bir şekilde artış göstermiştir (Mandabach, Harrington, Van Leeuwen, 2001).

Türkiye’de Mutfak Sanatları Eğitimi

Dünyadaki örnekler incelendiğinde mutfak sanatları eğitiminin usta-çırak ilişkisi doğrultusunda icra edildiği görülmektedir. Aynı şekilde Türkiye’de de mutfak sanatları eğitiminin temeli usta-çırak ilişkisine dayalı olarak gelişmiştir (Kurnaz vd. 2018, s.507). Türkiye’deki usta-çırak ilişkisine dayalı eğitim ilk zamanlardan 1950’li yıllara kadar devam etmiştir. 1957’de Turizm Bakanlığı kurulmuş ve bakanlığa bağlı meslek odaları ve belediyeler sayesinde mutfak sanatlarına yönelik kurslar düzenlenmiştir (Görkem ve Sevim, 2016, s.979).

Belirli bir yapıda (okul vb.), belirli bir eğitici eşliğinde, belirli araç-gerecin kullanılmasıyla bilgi aktarma faaliyetlerine örgün eğitim denmektedir (Akyüz, 2012, s.2). Türkiye’de mutfak sanatları eğitimi, Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı okullarda ortaöğretim düzeyinde, üniversitelerde ise ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora seviyesinde verilmektedir. Milli Eğitim Bakanlığı, Türkiye’de ortaöğretim

düzeyinde örgün ve yaygın eğitim kapsamında mutfak sanatları eğitimi sağlayan resmi kurumdur (Görkem ve Sevim, 2016, s.977). Türkiye’de ön lisans düzeyinde eğitim, meslek yüksekokullarında verilmektedir. Bu kurumlara bağlı “aşçılık” bölümlerinde ön lisans düzeyinde mutfak sanatları eğitimi verilmektedir. İlk zamanlarda “aşçılık” bölümünde verilen mutfak sanatları eğitimi günümüzde; “Aşçılık”, “İkram Hizmetleri” (Tekin ve Çiğdem, 2017, s.36) ve “Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği” programlarında verilmektedir (ÖSYM, 2021). 2022 yılı itibarıyla 91’i devlet ve 80 vakıf üniversitesinde olmak üzere toplamda 171 programda ön lisans aşçılık eğitimi verilmektedir (YökAtlas, 2022a). Bununla birlikte lisans düzeyinde mutfak sanatları eğitimine verilen önem, yeni yeni gelişmeye başlamıştır. Türkiye’de lisans düzeyinde gastronomi eğitimi 2003 yılında bir vakıf üniversitesi olan “Yeditepe Üniversitesi” tarafından açılan gastronomi ve mutfak sanatları programıyla başlamıştır. Bunu “İzmir Ekonomi Üniversitesi” takip etmiş ve gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi konusunda lisans düzeyinde eğitim vermeye başlamıştır. 2009 yılında ise gene bir vakıf üniversitesi olan “Okan Üniversitesi”, söz konusu programda eğitim vermeye başlamıştır (Görkem ve Sevim, 2016, s.979).

Dünyadaki örneklerine kıyasla lisans düzeyinde gastronomi eğitiminin Türkiye’deki gelişiminin daha geç başladığı söylenebilir. Ancak özellikle son zamanlarda alana verilen önem doğrultusunda açılan kurumların sayısı da hızla artmıştır (Görkem ve Sevim, 2016, s.977). Buna rağmen sayısal anlamda ulaşılan başarıya nitelik anlamında ulaşamadığı gözlemlenmektedir (Öney, 2016, s.193). Yükseköğretim program atlasına göre lisans düzeyinde 47’si vakıf, 74’ü devlet üniversitesinde olmak üzere toplam 121 programda lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin verildiği görülmektedir (YökAtlas, 2022b).

Türkiye’de lisansüstü düzeyde mutfak sanatları eğitimi, 2017 yılına kadar “Abant İzzet Baysal Üniversitesi”, “Gazi Üniversitesi”, “Mersin Üniversitesi” ve “Okan Üniversitesi” bünyesinde verilmiştir. Günümüzde ise gastronomi ve mutfak sanatları alanında vakıf ve devlet üniversitelerinde toplam 31 programda yüksek lisans eğitimi verilmektedir (YüksekLisans.com, 2022). Gastronomi ve mutfak sanatları alanında yüksek lisans eğitiminin yanı sıra doktora eğitimi de verilmektedir. Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları programlarında “Balıkesir Üniversitesi”, “Nevşehir Üniversitesi”, “Akdeniz Üniversitesi” ve “Hacı Bayram Veli Üniversitesi” olmak üzere dört kurum tarafından doktora seviyesinde mutfak sanatları eğitimi verilmektedir.

Yöntem

Nitel araştırmalarda araştırma problemi kapsamında araştırmanın geçerliliğini artırmak amacıyla yazılı ve görsel materyaller araştırmaya dâhil edilebilir (Baş ve Akturan, 2018, s.121). Bu bağlamda nitel desende tasarlanan bu araştırmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada, 29 adet makale incelenmiş ve söz konusu makalelerde araştırma konusuna yönelik olarak belli başlı öğelerin incelenmesi yapılmıştır. Bu öğeler; yazar, tarih, kullanılan yöntem, metin içi atıf, kaynaklar gibi verilerdir. Bu bilgilerin istatistikleri ortaya çıkartılarak araştırılan disipline yönelik genel bir çatı ortaya konulması amaçlanmıştır. Ayrıca söz konusu araştırmada durumlar arasındaki etkileşimi önceki olay ve koşulları temel alarak incelemeye yarayan betimleme yönteminden de yararlanmıştır. Betimleme yönteminde yapılan araştırmada “Bu yöntemle yapılan araştırmalar ile durum nedir?” ,“Ne yapmak istiyoruz?”, “Neredeyiz?”, “Nasıl yapmak istiyoruz?” soruları da yöneltilmektedir (Kaptan, 2000, s.59). Bu bağlamda yöntem başlığı altında araştırma

modeli, araştırmanın evreni, veri toplama aracı ve verilerin analiz süreci başlıklarına yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Bir kişinin şahit olduğu olay ve olguları öz bir biçimde, ayrıntılara girmeden, amacı yansıtacak şekilde özetlemesi şeklinde de tanımlanan (Karasar, 2002, s.76) model, araştırılacak konunun tasarlanması ya da dizayn edilmesi olarak ifade edilmektedir (Yıldırım, 1966, s.67). Yapılan bu çalışmada ise tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bilimsel verilerin gözlenerek kaydedilmesi, incelenecek olaylar arasındaki ilişkilerin saptanması ve bunların sonucunda değişkenler üzerinde genellemelere varılmasıdır (Yıldırım, 1966, s.67).

Araştırmanın Evreni

Bu çalışmanın evrenini; mutfak sanatları, gastronomi, aşçılık ve yiyecek içecek hizmetleri eğitimi alanında yapılmış çalışmalar oluşturmaktadır. Söz konusu çalışmanın evrenini, 2010-2022 yılları arasında gastronomi, mutfak sanatları, aşçılık, yiyecek içecek hizmetleri eğitimi konusunda yayınlanmış ve elektronik ortamda yayımlanarak ulaşılabilen yirmi dokuz adet makale oluşturmaktadır. Araştırılan makalelerin yayın tarihleri, 2011 ile 2022 yılları arasını kapsamasının temel nedeni, mutfak sanatları eğitiminin geçmişinin çok eskiye dayanmaması ile birlikte özellikle son on yılda akademi camiasının daha çok ilgisini çekmiş olmasıdır. Bunun yanı sıra son on yılda açılan kurumların sayısında hızlı artışların yaşanması, bu tarih aralığına odaklanılmasının en önemli sebebidir. Bu bağlamda araştırmanın evrenini oluşturan yirmi dokuz makalenin tümüne ulaşılmış, dolayısıyla tam sayım yapılmıştır. Söz konusu makaleler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ulaşılan makalelerin listesi

No	Yazar (Yıl)
1	Aslan ve Aktaş (2011)
2	Akın (2018)
3	Akoğlu, Cansızoğlu, Orhan ve Özdemir (2017)
4	Aydemir ve Buyruk (2019)
5	Babaç ve Önçel (2018)
6	Beyter, Zıvalı ve Yalçın (2019)
7	Can ve Çiftçi (2019)
8	Cizrelilioğulları ve Altun (2019)
9	Çavuşoğlu (2021)
10	Çalışkan (2021)
11	Çarbuğa, Aydın, Yılmaz ve Solmaz (2018)
12	Demirci, Sarıkaya ve Erol (2020)
13	Deveci, Karaman ve Aymankuy (2017)
14	Erikli ve Sarıcı (2021)
15	Güdek ve Boylu (2017)
16	Öney (2016)
17	Kurnaz, Kurnaz ve Kılıç (2014)
18	Özdemir, Ak ve Önçel (2019)
19	Özer (2020)
20	Pekerşen, Güneş ve Sivrikaya (2018)
21	Sevim ve Görkem (2015)
22	Solmaz (2019)
23	Tekin ve Çiğdem (2017)
24	Temizkan ve Kurtulmuş (2020)
25	Temizkan ve Sever (2021)
26	Yıldız ve Aslan (2019)
27	Yaman ve Bulduk (2019)
28	Yazıcıoğlu ve Özata (2017)
29	Yılmaz (2018)

Veri Toplama Aracı

Söz konusu araştırmada veri toplama aracı olarak doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Kitaplar, dergiler, makaleler, mektuplar doküman örneği olarak verilmektedir. Bu kapsam-

da kullanılan doküman analizi, söz konusu belgelerin orijinal olup olmadığının araştırılması, dokümanların anlaşılması, analiz edilmesi ve bu verilerin kullanılmasını sağlayan bir yöntemdir (Kıral, 2020, s.170).

Veri Toplama ve Analiz Süreci

Yapılan bu araştırmada, Türkiye’de mutfak sanatları eğitimini konu alan tüm makaleler incelenmiştir. Makaleler bütün halde analiz edilmiştir. Bu doğrultuda ulaşılan makaleler; yıllar, kullanılan yöntemler, veri toplama teknikleri, veri analiz teknikleri ve araştırma sonucunda elde edilen problem durumları kapsamında ayrı başlıklar altında ele alınmıştır. Bu bağlamda elde edilen verilerin analizinde Microsoft Excel programından faydalanılmıştır. Makalelerin incelenebilmesi için bir Excel sayfasında on sütun oluşturulmuş ve bu sütunlar, makale adı, yayınlanan dergi, yayın yılı, yazar isimleri, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, veri analiz tekniği, makalede ifade edilen problem durumları şeklinde adlandırılmıştır. Dolayısıyla makaleler tek tek incelenmiş ve elde edilen bulgulara yönelik tablo ve grafikler oluşturulmuştur.

Bulgular

Makalelerin Yayın Yıllarına Göre Dağılımı

Elektronik veri tabanından elde edilen veriler doğrultusunda toplam 29 adet makaleye ulaşılmıştır. Araştırılan makalelerin yayın tarihleri, 2011 ile 2022 yılları arasında kapsamaktadır. Bu tarih aralığının çok kısa bir süre içerisinde olmasının temel sebebi, mutfak sanatları eğitimine yönelik sorunların akademisyenler tarafından geride bıraktığımız on yıl içerisinde daha fazla ilgi görmüş olmasıdır. Bunun yanı sıra, son on yılda açılan kurumların sayısında hızlı artışların yaşanması ve nicelik anlamındaki artışa nitelik anlamında yanıt gelmemesi, araştırmacıları bu alanda çalışmalar yapmaya yönlendirmiştir. Mutfak sanatları eğitimini konu alan çalışmaların 2019 yılında ağırlık kazandığı görülmektedir. 2019 yılında toplam sekiz adet çalışma yapılmış ve 2019 yılını sırasıyla 2018 ve 2017 yılı takip etmiştir. 2018 yılında beş çalı-

şma yapılırken, 2017 yılında ise dört araştırmanın yapıldığı belirlenmiştir. Bu nedenle son beş yılda mutfak sanatları eğitimi konusunda yapılmış çalışmaların sayısında devamlılık söz konusu olmuştur.

Makalelerin Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı

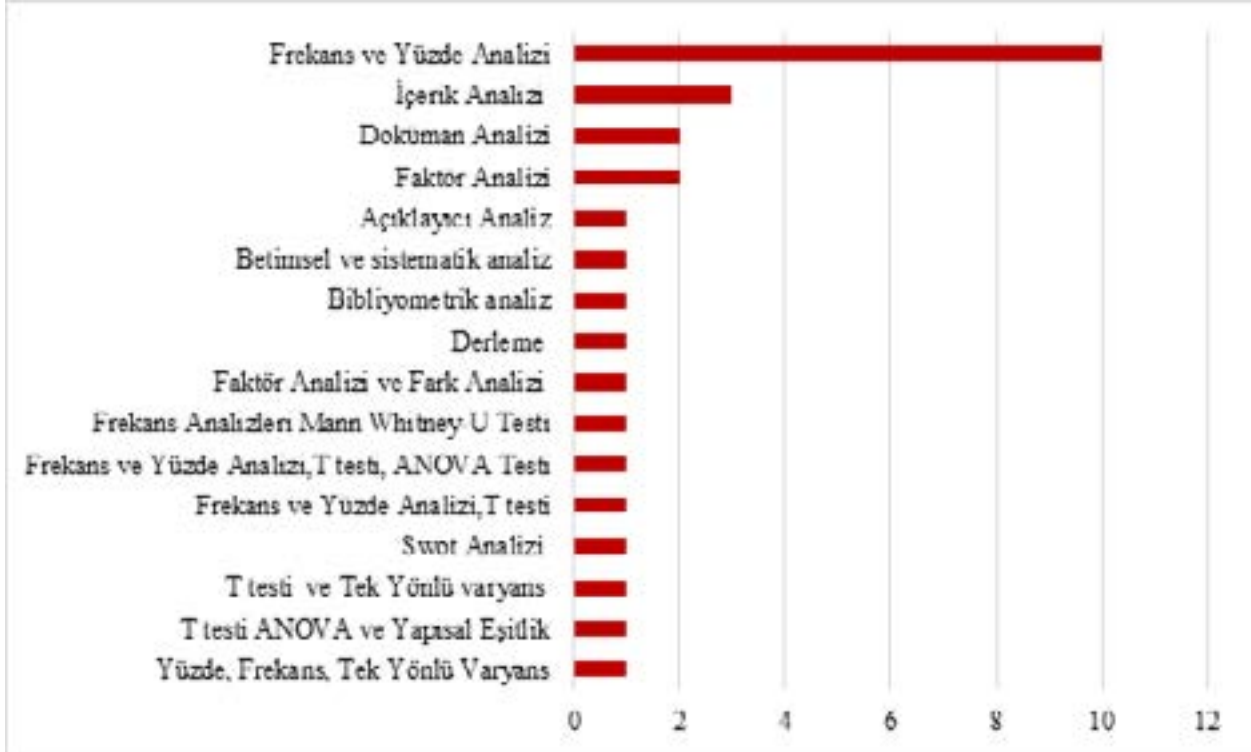
Çalışmada yirmi dokuz makalenin araştırma yöntemleri incelenmiştir. Buna göre yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu nicel çalışmalardan meydana gelmektedir. Yapılan araştırmaların %79’unda (n=23) nicel yöntemlerden yararlanılırken, %21’inde (n=6) çalışmada ise nitel yöntemlerden yararlanılmıştır.

Makalelerin Araştırmalarında Kullanılan Analiz Yöntemlerine Göre Dağılımı

Makaleler incelendiğinde çalışmaların büyük bir kısmının nicel yöntemler kullanılarak yapıldığı görülmüştür. Bunun bir sebebi olarak da verilerin analiz edilmesinde nicel istatistiki analiz yöntemlerinden faydalanılmasıdır. Analizlerin yapılmasında yoğun olarak SPSS nicel analiz programından faydalanılmıştır. Makalelerde kullanılan analiz yöntemleri Şekil 1’de gösterilmiştir. Bu kapsamda en çok kullanılan analiz yöntemi, “Frekans ve Yüzde Analizi” olarak belirlenmiştir. Bunun sebebinin yapılan çalışmaların nicel çalışmalar olmasından kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda on çalışmada yüzde ve frekans analizinden faydalanılmıştır. Ancak çalışmalarda yüzde ve frekans analizi ile birlikte kullanılan birtakım teknikler de bulunmaktadır. Bu yöntemler, frekans ve yüzde analizi bulgusuna eklenmemiştir. Bu yöntemler, “Frekans ve Yüzde Analizi, ANOVA testi” gibi ayrı başlıklar altında incelenmiştir. Yani frekans ve yüzde analizlerinin ağırlığı çalışmalarda daha fazla olabilmektedir. Frekans ve yüzde analizlerinin dışında çalışmalarda en çok kullanılan teknik-

lerin doküman analizi, içerik analizi ve faktör analizi olduğu belirlenmiştir. Bu kapsamda iki çalışmada doküman analizi, üç çalışmada içerik

analizi, iki çalışmada da faktör analizi kullanılmıştır.

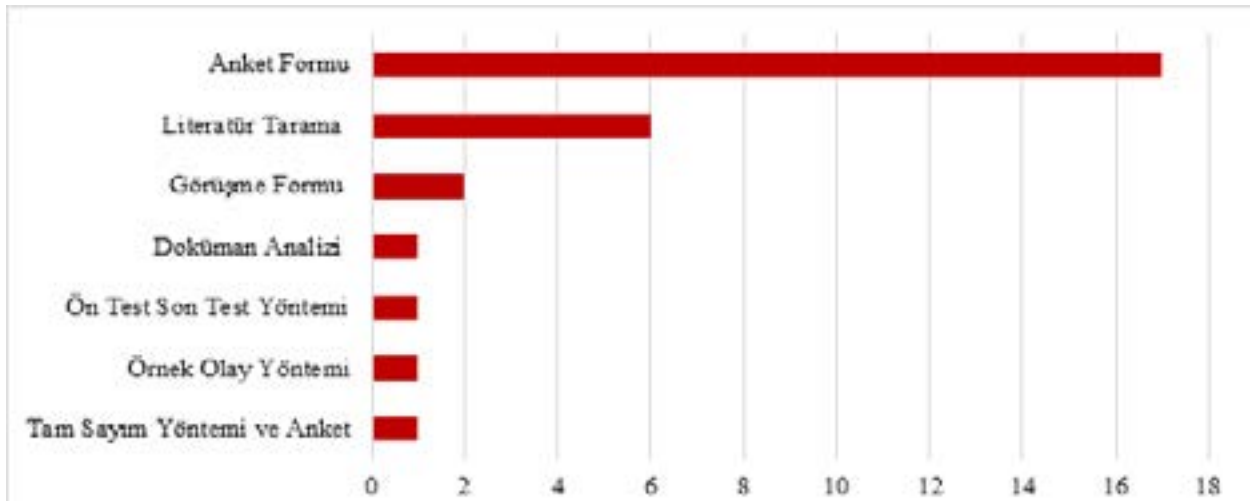


Şekil 1. Makalelerde kullanılan analiz yöntemleri

Makalelerin Araştırmalarında Kullanılan Veri Toplama Tekniklerine Göre Dağılımı

Mutfak sanatları alanında yayımlanan yirmi dokuz makale kullanılan veri toplama tekniklerine göre analiz edilmiştir. Bu kapsamda anket formu, görüşme formu, doküman analizi, literatür tarama, tam sayım yöntemi ve anket tekniği, ön test-son test, örnek olay tekniklerinin çalışmalarda veri toplamada kullanıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu yöntemlerin kullanım sıklığına göre dağılımı Şekil 2’de gösterilmiştir. Buna göre mutfak sanatları alanında yayımlanan ma-

kalelerde en çok kullanılan veri toplama tekniğinin “Anket Formu” olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bulgu çalışmaların nicel olmasıyla doğru orantıdadır. İncelenen çalışmaların on yedi tanesinde anket formuyla veri toplama yoluna gidilmiştir. Bir çalışmada ise anket formunun yanında tam sayım yöntemi de kullanılmıştır. Anket formundan sonra en çok kullanılan veri toplama tekniğinin literatür tarama olduğu görülmüştür. Altı çalışmada literatür tarama tekniği kullanılmış, bunu iki çalışmada kullanılan görüşme formu takip etmiştir.



Şekil 2. Makalelerin kullanılan veri toplama tekniklerine göre dağılımı

Makalelerde En Sık Karşılaşılan Problem Durumları

Söz konusu çalışmanın en önemli amacı, makalelerde elde edilen problem durumlarının derlenerek bunların içerikleri hakkında bilgi verilmesidir. Bu kapsamda Türkiye’deki mutfak sanatları eğitimini ve bu konudaki problemleri

ele alan yirmi dokuz makale incelenmiş ve en çok ifade edilen problem durumları ele alınmıştır. Bu problem durumları Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre, Türkiye’de mutfak sanatları eğitime yönelik problemleri konu alan çalışmaların on farklı kategoride incelendiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Makalelerde ifade edilen mutfak sanatları eğitiminde en çok karşılaşılan problem durumları

No	Problem durumu	Makale Numarası	Sıklık	%
1	Müfredatın yetersiz olması, teorik eğitim yetersizliği	1,3,4,5,6,10,11, 13,15,16,25,26	12	19,04
2	Öğrenciden kaynaklanan sorunlar, mutfak sanatlarının öğrenci tarafından meslek olarak benimsenmemesi	3,5,7,10,11,13,14, 16,18,27,28,25	12	19,04
3	Pratik-uygulamalı eğitim yetersizliği	3,4,5,6,9,16,21,	7	11,11
4	Öğretim elemanı (nitelik/nicelik) yetersizliği	5,6,13,15,16,22	6	9,52
5	Staj sorunları	2,4,5,6,19	5	7,93
6	Atölye mutfak vs. donanım yetersizliği	6,12,16,17,21	5	7,93
7	Alaylı-mektepli çatışması	15,16,17,20,22	5	7,93
8	Bütçe yetersizliği	3,13,15,26	4	6,34
9	Mutfak sanatları eğitiminin literatürde tanım ve kapsamının belirgin olmaması	8,19,26,29	4	6,34
10	Diğer (mutfak sanatları mezunlarına yönelik yasal düzenlemelerin yetersizliği, iş birliğinin yetersiz olması, kontenjanların azlığı)	6,16,13	3	4,76
Toplam			63	100

Tartışma

Günümüzde yaşanan gelişmelere baktığımızda, turizm sektöründe uluslararası çapta zorlayıcı bir rekabet ortamı oluşmaya başlamıştır. Gastronomi, son zamanlarda bölgelerin rekabet avantajı yakalamak amacıyla kullandığı bir alan olmuştur. Alanında bilgili ve deneyimli personel, bu sektörde en etkili silah olarak göze çıkmaktadır. Bu yüzden mutfak sanatları eğitiminin verilmesi önemli bir hal almıştır. Söz konusu çalışmada mutfak sanatları eğitimi üzerine yapılan ve Türkiye'deki problemleri ele alan makaleler incelenmiştir. Bu amaçla ulaşılmış olan 29 makale kullanılan veri toplama yöntemleri, veri analiz yöntemleri, araştırma yöntemi ve makalelerde tespit edilen problem durumları başlıkları altında incelenmiştir. Bu kapsamda çalışmaların tarihi incelendiğinde 2011 yılından itibaren mutfak sanatları eğitimi hakkında yapılan çalışmaların sayısında artış gözlemlenmiştir. Son yıllarda açılan bölüm sayısının fazla olması, bu konudaki problemlerinde artmasına neden olarak gösterilebilir. Genel olarak çalışmalarda nicel yöntemlerden (%79) faydalandığı görülmektedir ancak nitel yöntemlerin (%21) kullanımının son yıllarda ağırlık kazandığı görülmektedir. Çalışmaların ağırlıklı olarak nicel olmasının bir sonucu olarak da analiz yöntemi olarak çalışmalarda frekans ve yüzde analizleri yoğunlukla tercih edilmiştir. Verilerin toplanmasında ise anket formlarının yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmanın en önemli sonucu ise incelenen makalelerden elde edilen Türkiye'deki mutfak sanatları eğitimindeki problemlerin derlenmesidir.

Gastronomi yiyecek ve içeceklere yönelik olarak birçok unsuru içerisinde barındıran oldukça geniş bir konu alanını kapsamaktadır. Bu anlamda farklı disiplinler gastronominin farklı alanlarını aydınlatmaktadır (Çalışkan, 2021, s.1139). Dolayısıyla gastronominin multidisip-

liner bir çalışma alanına sahip olduğunu söylemek mümkündür (Santich, 2004; Zahari vd. 2009). Ancak bu geniş çalışma alanının eğitim anlamında sınırlarının belirgin olmaması gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi olumsuz etkilemektedir. Bununla beraber ilgili programlarda yeterli sayıda akademisyenin görev yapmaması (Görkem ve Sevim, 2016; Öney, 2016) gastronomi alanında lisansüstü eğitimi de zorlaştırmaktadır. Öte yandan gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde 17 farklı ana bilim dalından mezun olan akademisyenlerin görev yapıyor olması, gastronomi ve mutfak sanatları eğitime yönelik lisansüstü eğitimin yetersiz olduğunu destekler niteliktedir (Demirci vd. 2020). Çarbuğa vd. (2018), Türkiye ile Amerika, Avrupa ve Asya ülkelerindeki gastronomi bölümlerinde yürütülen eğitim programlarını karşılaştırdığı araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'de söz edilen ülkelere göre gastronomi ve mutfak sanatları programlarında daha fazla sayıda ders yer almaktadır. Bu durum ise söz konusu müfredatlarda daha fazla teorik dersin yer almasından kaynaklanmaktadır. Babaç ve Öncel (2018) tarafından yapılan çalışma sonuçları, bu bulguları destekler niteliktedir. Söz konusu araştırma sonuçlarına göre, gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim gören öğrenciler teorik derslerin çoğunlukta ve yetersiz olduğunu değerlendirmektedirler. Benzer biçimde Yazıcıoğlu ve Özata (2017) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin derslerin eğitim ihtiyaçlarını tam anlamıyla karşılamadığını değerlendirdiklerini tespit etmişlerdir. Bu sonuçlara göre, eğitim programları anlamında uluslararası standartlardan uzak kaldığını söylemek mümkündür. Bu durumda öncelikli olarak söz konusu alanda öğrencilerin öncelikli eğitim ihtiyaçlarının belirlenmesi ve bu doğrultuda eğitim faaliyetlerinin sürdürülmesi büyük önem arz etmektedir (Can ve Çiftçi, 2019, s.2711).

Gastronomi eğitiminde görülen gelişim hızı ne yazık ki fiziki imkânlar, altyapı ve eğitim programlarına yansımamaktadır (Görkem ve Sevim, 2016; Yazıcıoğlu ve Özata, 2017). Halbuki donanımsal anlamda eğitim mutfaklarının işin gerektirdiği uygunlukta olması gerekmektedir (Temizkan ve Sever, 2021, s.414). Bununla birlikte gastronomi alanında öğrenim gören öğrenciler sektörde görülen düşük ücret, terfi imkânlarının sınırlı oluşu ve çalışanlara yönelik cinsiyetçi tutum gibi sorunların farkında olmalarına rağmen yine de alanı ilgi çekici olarak görmekte dirler (Temizkan ve Kurtulmuş, 2020, s.19). Benzer biçimde Yıldız ve Aslan (2019) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre, araştırmaya katılan gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim gören öğrencilerin büyük bir bölümü çalışma şartları, ücret ve terfi imkânlarını yetersiz olarak değerlendirmektedirler. Öte yandan gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerindeki ders izlencelerinde dersler arası duplikasyonlar yer almakta, bu bölümlerin akademik takvimlerine göre staj tarihlerinin ise sektör ihtiyaçları ile uyuşmadığı göze çarpmaktadır (Beyter vd. 2019, s.543). Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları alanında öğrenim gören öğrencilerin işsizlik ve istihdam kaygıları, önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Erikli ve Sarıcı 2021, s.1002). Gastronomi ve mutfak sanatları programlarında öğrenimlerini sürdüren öğrencilerin, staj sonrasında sektörde kariyer isteklerinde azalma görüldüğü tespit edilmiştir (Özdemir vd. 2019, s.955). Gastronomi ve Mutfak sanatları bölümünü tercih eden öğrencilerin çok büyük oranı, bu bölümü isteyerek tercih etmektedirler. Bu noktada öğrencilerdeki mevcut motivasyonun sürdürülebilir olması hem öğrenciler hem de sektörel başarı için ol-

dukça önemlidir (Çavuşoğlu, 2021, s.148). Bu durumda üniversitelerin, meslek kuruluşlarının ve sektör temsilcilerinin yer aldığı platformların oluşturulması ve bu problemlerin çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda öncelikli olarak gastronomi eğitimi verilmesi planlanan mutfakların gastronomiye yönelik iş tanımları kapsamında dizayn edilmesi gerekmektedir.

Sonuç

Türkiye’de mutfak sanatları eğitimine yönelik olarak incelenen problem durumlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiş olan bu araştırmada yapılan araştırmaların en fazla Türkiye’deki mutfak sanatları eğitimi veren kurumların müfredatlarının yetersiz ve özensiz olması, öğrenci kaynaklı sorunlar ile pratik-uygulamalı eğitimin yetersiz olması konularına odaklandığı belirlenmiştir. Ulaşılan bu sonuçlara rağmen öğrenciler tarafından büyük ilgi gören gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde yürütülen eğitim programlarına yönelik somut adımların atılmasının gerektiği değerlendirilmektedir. Gastronomi ve mutfak sanatları bölümünü bünyesinde oluşturmak isteyen üniversitelerdeki altyapı olanakları önceden denetlenmeli, eğitim programı, altyapı ve akademisyenlere yönelik yeterli imkânın olmadığı fakültelerde veya yüksekokullarda bu programın açılmasına müsaade edilmemelidir. Gelecekteki araştırmalarda ise gastronomi ve mutfak sanatları mezunları üzerinde yapılacak araştırmalarda mezunların okul sonrası çalışma şartları ve koşullarının araştırılması ile somut bilgilere ulaşarak uygulamaya yönelik önemli katkı sunulacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Akın, A. (2018). Gastronomi turizminde staj eğitiminin önemi: Gaziantep Üniversitesi örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16), 483-518.

Akoğlu, A., Cansizoğlu, S., Orhan, N., Özdemir, Z. (2017). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmaya yönelik bakış açıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 146-159.

Akyüz, Y. (2012). Türk Eğitim Tarihi, 22. Baskı. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Allen, G. (2003). Education about food. *Encyclopaedia of Food And Culture*, 1(1), 556-558.

Aslan, H., Aktaş, N. (2011). Turizm ön lisans öğrencilerinin gastronomi turizmine yönelik tutumları ve gastronomi davranışlarının belirlenmesi. *Social Sciences*, 6(3), 363-373.

Aydemir, D. A., Buyruk, L. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan üniversite öğrencilerinin kariyer beklentileri: Lisans öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3225, 3248.

Babaç, E., Öncel, S. (2018). Anadolu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinin özyeterliliklerine yönelik nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 282-298.

Baş, T., Akturan, U. (2018). Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Beyter, N., Zıvalı, E., Yalçın, E. (2019). Türkiye’de Lisans Düzeyinde Gastronomi Eğitiminin Değerlendirilmesi. IV. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 19-21 Eylül

2018, İzmir, Türkiye. Bildiriler Kitabı s. 538.

Blanck, J. F. (2007). Molecular gastronomy: Overview of a controversial food science discipline. *Journal of Agriculture & Food Information*, 8(3), 77-85.

Brown, J. N. (2005). A brief history of culinary arts education in America. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 17(4), 47-54.

Bucak, T., Ateş, U. (2014). Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: Çanakkale örneği. *International Journal of Social Science*, 28, 315-328.

Can, M., Çiftçi, B. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü ile aşçılık programı öğrencilerinin mesleki eğitim algısının öğrenme motivasyonu üzerine etkisi: Ulusal aşçılık kampı Mengen örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2701-2717.

Cizrelioğulları, M. N., Altun, Ö. (2019). Zorunlu staj eğitimi alan turizm ve gastronomi öğrencilerinin staj memnuniyetinin incelenmesi: Doğu Akdeniz Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2447, 2465.

Çalışkan, S. (2021). Temel beceriler odağında orta öğretimde gastronomi eğitimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(2), 1128-1146.

Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü., Yılmaz, M. (2018). Gastronomi eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının uygulamalı meslek derslerinin değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3), 14-23.

Çavuşoğlu, F. (2021). Lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin akademik motivasyonlarını belirlemeye

yönelik bir araştırma. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(2), 136-150.

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. Doctoral Theses, Institute of Technology, Dublin.

Demirci, B., Sarıkaya, G. S., Erol, E. (2020). Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3311-3324.

Deveci, B., Deveci, B., Karaman, N., Ayman-kuy, Y. (2017). Mutfak departmanına yönelik tutum: Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri üzerine bir araştırma. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 64, 717-732.

Erikli, S., Sarıcı, R. (2021). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin iş kaygılarının incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 990-1008.

Gheorghe, G., Tudorache, P., Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, a new trend for contemporary tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.

Gillespie, C., Cousins, J.A. (2001). European Gastronomy Into the 21st Century. London: Routledge.

Görkem, O., Sevim, B. (2011). Gastronomi turizmi ve Türkiye’de yüksek öğretim düzeyinde mutfak eğitiminin genel görünümü. 1. Uluslararası Turizm ve Otelcilik Sempozyumu, 29 Eylül-1 Ekim 2011, Konya. Bildiri Kitabı s. 73.

Görkem, O. Sevim, B. (2016). Gastronomi eğitiminde geç mi kalındı acele mi ediliyor?

Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(58), 977-988.

Grimond de la Reyniere, A.B.L. (1808). Manuel des Amphitryons. Paris: Capelle et Renand.

Güdek, M., 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.

Gürsoy, D. (2013). Yiyelim içelim tarihini bilelim: *Dünden* bugüne gastronomi. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Hertzman, J. L., Maas, J. (2012). The value of culinary education: Evaluating educational costs, job placement outcomes, and satisfaction with value of associate degree culinary and baking arts program graduates. *Journal of Culinary Science & Technology*, 10(1), 53-74.

Horng, J. S., Lee, Y. C. (2009). What environmental factors influence creative culinary studies? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 100-117.

Kaptan, S. (2000). Bilimsel araştırma ve istatistik teknikleri. Ankara: Bilim Yayınları.

Karasar, N. (2002). Bilimsel Araştırma Teknikleri 1. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Süirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.

Kinton, R., Ceserani, V. (1987). The theory of catering. London: Hodder Arnold.

Kurnaz, A., Kurnaz, H. A., Kılıç, B. (2014). Ön lisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (32), 41-61.

- Kurnaz, A., Babür, T.E., Kurnaz, H. A. (2018).** Gastronomi eğitiminde bir sosyal sorumluluk projesi örneği: Mengen ulusal aşçılık kampı. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (Gençlik Araştırmaları Özel Sayısı), 504-520.
- Mandabach, K., Harrington, R. J., VanLeuwen, D. (2001).** Computer technology in the heart-of-thehouse: differences in expectations and perceptions of usage between chefs and managers. *Praxis—The Journal of Applied Hospitality Management*, 3(2), 60-77.
- Miles, R. (2007).** Culinary Education: Past, Present Practice and Future Direction. International CHRIE Annual Conference, 25-29 July 2007, Texas. s. 266.
- ÖSYM (2021).** 2019 ÖSYS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu. <https://www.osym.gov.tr/TR,16858/2019-yuksekogretim-programlari-ve-kontenjanlari-kilavuzu.html>
- Öney, H. (2016).** Gastronomi eğitimi üzerine bir değerlendirme. Selçuk Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 193-203.
- Özdemir, N., Ak, S., Önçel, S. (2019).** Lisans düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alan öğrencilerin kariyer yapma isteklerinin belirlenmesi. *The Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1159-1176.
- Özer, O. (2020).** Gastronomi kongrelerinde inovasyon ve verimliliklerini etkileyen faktörlerin analizi: Uygulamalı gastronomi kongresi. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(1), 1-14.
- Pekerşen, Y., Güneş, E., Sivrikaya, K. K. (2018).** Çalışma Hayatında Temel Yetkinliklerin Önemi: Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerine Bir Araştırma. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 20-21 Nisan 2018, İskenderun. Bildiriler Kitabı, s. 150.
- Santich, B. (2004).** The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Selwood, J. (2003).** The lure of food: Food as an attraction in destination marketing in Manitoba, Canada. In: Hall, C.M, Sharples, L., Mitchell, R., Macioni, N., Cambourne, B. (Eds), *Food Tourism around the World* (s. 178-191). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Sevim, B., Görkem, O. (2015).** Gastronomi ve aşçılık programlarında gıda güvenliği donanım altyapısının değerlendirilmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 59-67.
- Solmaz, S. A. (2019).** Türkiye’de Turizm eğitim-öğretiminde karşılaşılan sorunlar üzerine bir inceleme. *Journal of International Social Research*, 12(63), 853-866.
- Tekin, A. Ö., Çiğdem, G. (2017).** Önlisans turizm öğrencilerinin mutfak departmanında kariyere yönelik tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 33-51.
- Temizkan, S., Kurtulmuş N. S. (2020).** Gastronomi ve mutfak sanatları lisans öğrencilerinin sektöre girme niyetleri. ITTD 20. International Travel and Tourism Dynamics: Overtourism. 8-10 Ekim 2020, Ankara. Bildiri Kitabı, s.11-21.
- Temizkan, S., Sever, Y. (2021).** Gastronomi eğitim mutfaklarının temel mutfak uygulamaları kapsamında planlanması: Gerekçeleştirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 388-419.

Türk Dil Kurumu (2021). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr/>

VanLandingham, P.G. (1995). The effects of change in vocational, technical and occupational education on the teaching of culinary arts in America. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED382832.pdf>.

Yaman, Z. Ö., Bulduk, S. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin kalite göstergeleri açısından değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(5), 2770-2804.

Yazıcıoğlu, İ., Özata, E. (2017). Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencilerinin ders programı algılarının akademik başarıları üzerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4),17-32.

Yıldırım C., (1966). Eğitimde Araştırma Metotları. Ankara: Akyıldız Matbaası.

Yıldız, M., Aslan, Z. (2019). Yiyecek-ıçecek alanında eğitim alan öğrencilerin mesleklerine bakış açıları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1124-1141.

Yılmaz, G. (2018). Türkiye’de ortaöğretim ve yükseköğretim düzeyindeki gastronomi eğitiminin değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 229-248.

Yiğit, S., Doğdubay, M. (2017). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerde yiyecekte yenilik korkusu Balıkesir Üniversitesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 162-168.

YökAtlas (2022a). Aşçılık (Önlisans) Programı Bulunan Tüm Üniversite Programları. <https://yokatlas.yok.gov.tr/onlisans-program.php?b=30002>

YökAtlas (2022b). Gastronomi ve Mutfak Sanatları (Fakülte) Programı Bulunan Tüm Üniversiteler. <https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-bolum.php?b=19024>

YüksekLisans.com (2022). Gastronomi ve Mutfak Sanatları. https://yukseklisans.com.tr/search?supt_program=Gastronomi+ve+Mutfak+Sanatlar%C4%B1&supt_city=#page-1

Zahari, M. S. M., Jalis, M. H., Zulfifty, M. I., Radzi, S. M., Othman, Z. (2009). Gastronomy: An opportunity for Malaysian culinary educators. *International Education Studies*, 2(2), 66-71.

Zopiatis, A., Theodosiou, P., Constanti, P. (2014). Quality and satisfaction with culinary education: Evidence from Cyprus. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 26(2) 87-98.

Üniversite Öğrencilerinin COVID-19 Öncesi ve Sürecindeki Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gozde.turkoz@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9910-3314

Yılmaz AKGÜNDÜZ

Dokuz Eylül Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
yilmaz.akgunduz@deu.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8887-9280

Geliş tarihi / Received: 18.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.09.2022

Öz

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin COVID-19 pandemi öncesi ile sürecindeki beslenme tercih ve alışkanlıklarını karşılaştırmaktır. 2020-2021 öğretim yılında devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören tüm öğrenciler, araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Eylül-Kasım 2020 tarihleri arasında çevrim içi olarak uygulanan anket formu ile kolayda örnekleme yöntemi tercih edilerek 2207 geçerli anket elde edilmiştir. Araştırma bulguları, öğrencilerin pandemi ile beslenme alışkanlıklarının değiştiğini göstermektedir. Özellikle öğrencilerin pandemi öncesine göre pandemi sürecinde öğün sayısında, atıştırmalık sıklığında, su tüketiminde, çay ve kahve tüketiminde ve alkol tüketimlerinde anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçları, ülkenin geleceği olarak kabul edilen üniversite öğrencilerinin COVID-19 pandemi sürecinde bazı sağlıksız beslenme alışkanlıkları kazanmalarına rağmen bazı sağlıksız tüketimlerini azalttıklarını da göstermektedir. Toplumun ve özellikle üniversite öğrencilerinin COVID-19 gibi sağlık krizlerine daha hazırlıklı olabilmeleri için kamu yöneticilerinin sağlıklı gıdaya erişimi kolaylaştırmaları, yapılan etkinliklerde sağlıklı beslenmenin önemini vurgulanması, online platformlarda yayınlanacak kamu spotları üzerinden sağlıklı beslenmenin önemine işaret edilmesi yararlı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme alışkanlıkları, COVID-19, üniversite öğrencileri.

DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1007

Investigation of University Students' Nutritional Habits at Before and During of COVID-19

Abstract

The aim of this study is compared to university students' nutritional preferences and habits before and during COVID-19. The population of this study is comprised of public and foundation university students in 2020-2021 school year. 2207 valid questionnaires were collected to prefer convenience sample method with an online questionnaire form in September and November 2021. This finding shows that the nutritional habits of university students changed during COVID-19. In addition, it was determined that there were significant differences in number of meals, frequency of snacks, water consumption, tea/coffee consumption, and alcohol consumption during the pandemic process, especially compared to the pre-pandemic period. The results of this study indicated that university students who are considered the future of the country, however, gain some unhealthy nutrition habits during the COVID-19 pandemic process, reducing some unhealthy consumption. In order for the society and especially university students to be more prepared for health crises such as COVID-19, it would be beneficial for public administrators to facilitate access to healthy food to emphasize the importance of healthy nutrition in events and to point out the importance of healthy eating through public service announcements to be broadcast on online platforms.

Keywords: *Nutritional habits, COVID-19, university students.*

Giriş

2019 yılının Aralık ayında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan kentinde başlayan COVID-19 salgını, kısa sürede kıtalararası yayılım göstererek tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Türkiye'de de 2020 yılı Mart ayında görülmeye başlanması ile birlikte bulaşıcılığını azaltmak için mevzuat düzenlemesiyle 2019-2020 öğretim yılı bahar döneminde üniversitelerde uzaktan eğitime geçilmiştir. Bu süreçte uzaktan eğitime geçilmesinin dışında vatandaşların korunması amacıyla uzaktan çalışma, sokağa çıkma sınırlamaları, seyahat sınırlamaları ve maske takma zorunluluğu gibi farklı önlemler de alınmıştır (Genç, Engin ve Yardım, 2020).

Büyüme, gelişme ve sağlıklı olmak için temel besin gruplarının yeterince ve dengeli alınması gerekmektedir. Yeterli ve dengeli bir beslenme ile sağlığın korunması, geliştirilmesi ve kronik hastalık riskinin azaltılması mümkündür (Öz-

doğan, Yardımcı ve Özçelik, 2012). Bu nedenle insanların sağlığı, beslenme alışkanlıklarından doğrudan etkilenmektedir. Beslenme alışkanlıkları kültür, eğitim, gelir düzeyi, yaşam koşulları gibi kimi zaman kontrol edilebilen, hastalık ve kıtlık gibi kimi zaman da nispeten daha az kontrol edilebilen faktörlerden etkilenmektedir. Alışkanlıkların zaman içerisinde bulunulan koşullardan etkilendiği ve değiştiği sosyolojik bir gerçek olarak ortaya çıkmaktadır. COVID-19 pandemisinin neden olduğu koşullar pek çok alışkanlıkta olduğu gibi beslenme alışkanlıkları üzerinde de etkili olmuştur.

COVID-19 pandemisiyle birlikte diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de virüsün bulaşıcılığını azaltmak amacıyla uzaktan eğitime geçilmesi, öğrencilerin evde kalış süresinin uzamasına neden olmuştur. Bu nedenle günlük yaşamlarında meydana gelen değişim, beslenme alışkanlıklarının da değişebileceğini düşündürmektedir (Dinçer ve Kolcu, 2021).

Bu süreçte Dünya Sağlık Örgütü ve Türkiye Diyetisyenler Derneği başta olmak farklı kurum ve kuruluşlardan beslenme önerileri yayınlanmıştır. Beslenme konusunda yapılan tüm uyarı ve önerilere rağmen sokağa çıkma kısıtlamaları, yaşanan korku, stres gibi nedenler insanların farklı beslenme alışkanlıkları kazanmalarına neden olmuştur (Çulfa, Yıldırım ve Bayram, 2021).

Yapılan araştırmalarda (Macit, 2020; Dilber ve Dilber, 2020; Çulfa vd., 2021; Kahraman, Coşkun ve Yılmaz, 2022), pandemi döneminin farklı grupların beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Fakat üniversite öğrencileri örneğinde ve pandemi öncesi ile pandemi sürecince ortaya çıkan farklılığı belirlemeye yönelik bir araştırmaya rastlanmamış olması, bu araştırmayı orijinal kılmaktadır. Böylelikle üniversite öğrencilerinin pandemi öncesi ile pandemi sürecindeki beslenme alışkanlıklarını inceleyerek bu araştırmanın alanyazındaki boşluğu doldurması beklenmektedir. Ayrıca pandemi öncesi ve pandemi sürecinde öğrencilerin beslenme tercihlerinin belirlenmesinin ileride ortaya çıkabilecek COVID-19 pandemisi benzeri salgınlarla mücadelede etkili planlama ve uygulama yapılması için yön gösterici olması da beklenmektedir. Bu açıklamalara bağlı olarak bu araştırmada, üniversite öğrencilerinin COVID-19 pandemi öncesindeki beslenme tercihleri ve alışkanlıkları ile pandemi dönemindeki beslenme tercih ve alışkanlıklarının karşılaştırılması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın ana problemi şu şekilde ifade edilmiştir:

Üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları COVID-19 pandemi sürecinde nasıl farklılaşmıştır?

Kavramsal Çerçeve

Vücuttaki biyolojik aktivitelerin doğru bir şekilde meydana gelmesinde en önemli unsurlardan biri beslenmedir. Dengeli olarak ve uygun zamanlarda alınan besin, büyüme, sağlığı koruma ve günlük ihtiyaç duyulan enerjinin açığa çıkmasını sağlamaktadır (Kaleli, Kılıç, Erdoğan ve Erdoğan, 2017). Burada da beslenme ve beslenme alışkanlıkları ön plana çıkmaktadır. Beslenme, kişilerin bilinçsiz bir şekilde sadece açlığın bastırılması için besinleri tüketmesi değil, sağlıklı bir yaşam sürdürebilmek için vücudun ihtiyaç duyduğu besinleri doğru zamanda, yeterli ve dengeli şekilde tüketerek bu durumu hayat boyunca sürdürülebilir kılmaktır (Kahraman, 2018). Beslenme bozukluğu ise vücudun alması gereken besinlerin eksikliği olarak tanımlanmaktadır (Kaleli vd., 2017).

Sindirim sistemi özellikleri göz önünde bulundurulduğunda günlük beslenmede en az üç öğün tüketim yapılması tavsiye edilmektedir. Bu sürecin aksatılması, metabolik açıdan vücut için uygun olmayan değişikliklere yol açabilmektedir (Berkel, 2011). Özellikle beyin, besinlere duyarlı bir organdır. Dolayısıyla başta bebekler, çocuklar ve gençler olmak üzere günlük olarak karbonhidrat, protein, yağ, demir, vitamin ve mineral alınması, vücudun yeterli düzeyde enerji alımı ve sağlıklı beyin gelişimi için gereklidir (Aydın, Akay ve İbiş, 2017).

Yaşamına sağlıklı devam etmek isteyen bireyler için tüketilen besinler, büyük önem taşımak ile birlikte bilinçsiz tüketilen gıdaların kanser, kardiyovasküler rahatsızlıklar, şişmanlık gibi kronik rahatsızlıkların oluşmasına sebep olabildiği unutulmamalıdır (Willett, 1994). Okul çağında, özellikle aileden çoğu zaman uzakta geçirilen üniversite yıllarında, çocukların ve gençlerin beslenme konusunda yanlış seçimler yapmaları olağandır. Bu durumdaki kişilerde, obezite, vi-

tamin-mineral yetersizliği ve kan değerlerinde azalma gibi sorunlar ile karşılaşmaktadır (Bilici ve Köksal, 2013).

Beslenme alışkanlığını inceleyen çalışmalarda; gıda ürünlerinin insan sağlığı üzerindeki etkisi (Ergün vd., 2018; Kahraman, 2018), bireylerin bilinçlenmesi kapsamında beslenme alışkanlığı dersinin ilgili bölümlerde üniversite müfredatına eklenmesi (Kaleli vd., 2017), gençlerde beslenme davranışları (Kahraman, 2018) incelenmiştir. Ayrıca tıbbi beslenme tedavisinin beslenme alışkanlığı üzerindeki etkisi (Cumaoğlu, 2016), beslenme alışkanlığının spor yapan gençler üzerindeki etkisi (Kurt, 2018), beslenme alışkanlığının öğretilen bilginin davranışa dönüşebilmesi üzerindeki etkisi (Şanlıer, Konaklıoğlu ve Güçer, 2009) ve beslenme alışkanlıklarının kültürel değişime olan etkisi (Aysin ve Kızıltan, 2020) de araştırılmıştır.

Yöntem

Keşfedici araştırma modeli olarak gerçekleştirilen bu çalışmada, öğrencilerin pandemi öncesindeki ve pandemi sürecindeki beslenme alışkanlıkları incelenmiştir. Keşifsel araştırmalar, “ne oluyor” sorusuna cevap aramak için tercih edilmektedir (Altunışık, Çoşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012). Bu araştırmalarda, hipotez geliştirmeksizin araştırma konusuna veya problemine ilişkin bir çerçeve oluşturmak amaçlanmaktadır (Fisher, Gelfert ve Steinle 2021). Ayrıca hakkında bilgi sahibi olunan bir konu, bu bilgileri geçersiz kılacak denli değişiklik geçirdiyse keşfedici araştırmalar tercih edilmektedir (Stebbins, 2001). COVID-19 pandemisinin beslenme alışkanlıklarını değiştirecek kadar etkili olması nedeniyle bu araştırma, keşifsel araştırma modeli esas alınarak gerçekleştirilmiştir.

Nicel veri toplama yöntemleri arasında yer alan anket formundan yararlanılarak veriler toplan-

mıştır. Anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde öğrencilerin bölüm, yaş, cinsiyet, sağlık sorunu ve kaç kişiyle yaşadığını belirlemeye yönelik katılımcıları tanımlamaya yönelik kategorik sorular yer almaktadır. İkinci bölümünde öğrencilerin pandemi öncesi ve sürecindeki beslenme alışkanlıklarındaki değişimi belirlemek amacıyla ifade edilmiş öğün tüketim sıklığı, atıştırmalık tüketim sıklığı, günlük su tüketim miktarı, günlük çay/kahve tüketim miktarı, alkol tüketip tüketmediği ve pandeminin beslenme alışkanlıklarını değiştirip değiştirmediğine ilişkin sorular da dâhil olmak üzere toplam 14 soruya yer verilmiştir. Soruların oluşturulmasında Güneş (2018) ve Clinicaltrials (2020) tarafından yürütülen araştırmalardan yararlanılmıştır. Sorulara örnek olarak, Atıştırmalık Tüketim Sıklığınız sorusu pandemi öncesi ve pandemi süreci olmak üzere iki alt kategoride sorulmuş olup cevap seçenekleri Günde 1, Günde 2, Günde 3 ve Günde 4 ve üzeri olarak ifade edilmiştir. Anket formunda yer alan beslenme alışkanlıklarını belirlemeye yönelik diğer sorularda da pandemi öncesi ve pandemi süreci olarak iki farklı alt kategori ve bunlara bağlı cevap seneklerine yer verilmiştir. Alan araştırması için Dokuz Eylül Üniversitesi (DEU) Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulu’ndan 10/08/2020 tarih ve 2020/18-25 sayılı etik izni alınmıştır.

Araştırmanın evrenini, 2020-2021 öğretim yılında Türkiye’deki kamu ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören ön lisans ve lisans öğrencileri oluşturmaktadır. YÖK Bilgi Yönetim Sistemi (YÖK, 2022) öğrenci istatistiklerine göre 2020-2021 öğretim yılında toplam 129 devlet üniversitesi ve 79 vakıf üniversitesinde toplam 8.240.997 öğrenci bulunmaktadır. Örnek büyüklüğünün hesaplanmasında varsayımı maksimum kılan oran (p: 0,50) dikkate alınarak, %5 anlam düzeyinde ve %5 örnekleme hatası ile örneklem

büyüklüğü sınırsız evren formülü kullanılarak 384 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmacıların görev yaptığı üniversite aracılığıyla Türkiye'deki tüm üniversitelere araştırmaya katılım daveti gönderilmiş ve öğrencilerin Google üzerinden çevrimiçi olarak yayınlanan anket formunu doldurarak araştırmaya katılımları sağlanmıştır. Ulaşılan üniversite öğrencilerinin tamamı araştırmaya dâhil edilmek istenmesi nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Eylül-Kasım 2020 aylarında gerçekleştirilen veri toplama süreci sonunda 2207 öğrenciden geçerli veri sağlanarak evreni temsil etmesi için gerekli olan örneklem büyüklüğünün oldukça üzerine çıkmıştır. Bu nedenle araştırmada ulaşılan örneklem büyüklüğünün, evreni temsil etmek için yeterli olduğu kabul edilmektedir.

Araştırmada veriler, IBM SPSS 24 yazılımından yararlanarak analiz edilmiştir. Sıklıkları belirlemek için frekans dağılım testleri; pandemi öncesi ve pandemi sürecinde günlük öğün sıklığı, atıştırmalık tüketim sıklığı, günlük su tüketim sıklığı, günlük çay/kahve tüketim sıklığı ve alkol tüketim sıklığı arasındaki farklılıkları belirlemek için Eşleştirilmiş Örneklem T Testleri (Paired-Simples T-Test) gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler Tablo 1'de yer almaktadır. Tabloya göre, araştırmaya katılanların yaklaşık %9'u diş hekimliği, %6'sı gıda mühendisliği, %5'i tıp, %5'i gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde öğrenim görmektedir.

Katılımcı öğrencilerin yaş, cinsiyet, kaç kişi ile yaşadığı ve sağlık sorunu ile ilgili verdikleri cevapların dağılımı Tablo 2'de yer almaktadır. Bu tabloya göre, katılımcıların %55'i 17-20 yaş

aralığında, %72'si erkek, %47'si 4 ve daha fazla kişi ile birlikte yaşamakta, %84'ünün herhangi bir sağlık sorunu bulunmamaktadır.

Öğrencilerin pandeminin başlamasından bu yana beslenme alışkanlıklarında herhangi bir değişiklik olup olmadığına ve pandeminin uzamasının beslenme alışkanlıklarına olan etkisini ilişkin yöneltilen sorulara verdikleri cevaplar Tablo 3'de sunulmaktadır. Bu sorulara cevap veren öğrencilerin çoğu pandeminin uzamasının beslenme alışkanlıklarını (beslenme büyüklüğü ve sıklığı gibi) değiştirdiğini; ayrıca pandeminin başlangıcından bu yana da beslenme alışkanlıklarında değişiklik olduğunu belirtmektedir.

Katılımcıların pandeminin başlangıcından bu yana öğün tüketimde değişiklik olup olmadığına ve pandemi öncesi atıştırmalık tüketim alışkanlıklarına ilişkin yanıtları Tablo 4'te sunulmaktadır. Tabloya göre katılımcıların %67'si, pandeminin başlangıcından bu yana öğün tüketim sıklığını değiştirmiştir. Ayrıca katılımcıların %76'sı, pandemi öncesinde de atıştırmalık tüketim alışkanlığının olduğunu ifade etmiştir.

Öğrencilerin günlük öğün tüketim sıklıkları pandemi öncesine ve pandemi sürecine göre Tablo 5'de verilmiştir. Tabloda yer alan eşleştirilmiş örneklem, T-test sonuçlarına göre pandemi öncesi ile pandemi sürecindeki günlük öğün tüketim sıklıkları arasında anlamlı farklılık vardır ($p < 0,001$). Üniversite öğrencilerinin pandemi sürecinde ($M=2,7603$), pandemi öncesine ($M=2,7010$) göre öğün tüketim sıklıkları anlamlı olarak artmıştır. Ayrıca pandemi öncesinde 3 öğün beslenen öğrencilerin oranı pandemi sürecinde %54'ten %44'e gerilemiş olmasına rağmen pandemi öncesindeki 4 öğün tüketim sıklığı ise %9'dan pandemi süreciyle %17'e yükselmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin bölümleri

Bölüm	n	%	Bölüm	n	%
Diş Hekimliği	161	8,67	Moleküler Biyoloji ve Genetik	16	0,86
Gıda Mühendisliği	115	6,20	İnşaat Teknolojisi	16	0,86
Tıp	97	5,23	Beden Eğitimi ve Spor YO (BESYO)	16	0,86
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	88	4,74	Ekonometri	15	0,81
Odyoloji	79	4,26	Beslenme ve Diyetetik	14	0,75
Psikoloji	73	3,93	Adalet	14	0,75
İşletme	65	3,50	Bilgisayar Programcılığı	14	0,75
İlahiyat	61	3,29	Türkçe Öğretmenliği	14	0,75
Veteriner	59	3,18	Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	13	0,70
Rehberlik ve Psikolojik Dan.	55	2,96	Fen Bilgisi Öğretmenliği	12	0,65
Mimarlık	41	2,21	Çevre Mühendisliği	12	0,65
Makine Mühendisliği	40	2,16	Biyoloji	11	0,59
Endüstri Mühendisliği	38	2,05	Almanca Öğretmenliği	11	0,59
Çalışma Ekon. ve End. İlişkileri	35	1,88	Turizm İşletmeciliği	10	0,54
Tarih	34	1,83	Elektrik Elektronik Mühendisliği	10	0,54
Tıbbi Dok. ve Sekreterlik	34	1,83	Lojistik	9	0,48
İngilizce Öğretmenliği	32	1,72	Pazarlama	9	0,48
Hukuk	31	1,67	Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	9	0,48
Sınıf Öğretmenliği	31	1,67	Anestezi	9	0,48
Hemşirelik	29	1,56	Laborant	9	0,48
Sosyoloji	28	1,51	Coğrafya	9	0,48
Maliye	26	1,40	Yönetim Bilişim Sistemleri	8	0,43
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	26	1,40	Tekstil Mühendisliği	7	0,38
Uluslararası İlişkiler	26	1,40	Elektronik Teknolojisi	7	0,38
Türk Dili ve Edebiyatı	24	1,29	Hızlandırıcı Teknoloji Enstitüsü	5	0,27
Matematik	23	1,24	Fizik	5	0,27
Çocuk Gelişimi	23	1,24	Bankacılık	5	0,27
Kimya	22	1,19	Resim-İş Öğretmenliği	3	0,16
Felsefe	21	1,13	Emlak Yönetimi	3	0,16
Eğitim	20	1,08	Tıbbi Görüntüleme Teknikleri	3	0,16
Gıda Teknolojisi	20	1,08	Uluslararası İşlet. ve Ticaret	3	0,16
Bilgisayar Mühendisliği	19	1,02	Fizyoterapi ve Rehabilitasyon	3	0,16
Okul Öncesi Öğretmenliği	19	1,02	Et Ürünleri Teknolojisi	1	0,05
İktisat	18	0,97	Yönetim ve Organizasyon	1	0,05
Ziraat Mühendisliği	18	0,97	Sigortacılık	1	0,05
Sivil Havacılık	18	0,97			

Tablo 2. Katılımcı öğrencilere ilişkin bilgiler

Özellik	n	%
Yaş		
17-20	1203	55
21-23	693	31
24 ve üzeri	311	14
Cinsiyet		
Erkek	1590	72
Kadın	617	28
Sağlık Sorunu		
Sağlık Sorunu Bulunmayan	1864	84
Kardiyovasküler Hastalık	17	1
Hipertansiyon	24	1
Diyabet	19	1
Solunum Hastalıkları	80	4
Hipo/Hipertiroidizm	21	1
Belirtilmeyen Diğer Hastalıklar	182	8
Kaç Kişiyle Yaşadığı		
Yalnız	103	5
1 kişi	180	8
2-3 kişi	883	40
4 ve daha fazla	1041	47

Tablo 3. Pandeminin beslenme alışkanlığına etkisi

	Yanıt	n	%
Pandeminin uzaması beslenme alışkanlarınızı değiştirdi mi? (porsiyon büyüklüğü veya sıklık vs.)	Evet	1240	56
	Hayır	814	37
	Bilmiyorum	153	7
Pandeminin başlangıcından bu yana beslenme alışkanlıklarınızda herhangi bir değişiklik olduğunu düşünüyor musunuz? (Porsiyon büyüklüğünde artış veya sıklıkta azalma vb.)	Evet	1365	62
	Hayır	735	33
	Bilmiyorum	107	5

Tablo 4. Öğün tüketim sıklığı ve atıştırma alışkanlığı

	Yanıt	n	%
Pandeminin başlangıcından bu yana ana öğün tüketiminizde herhangi bir değişiklik olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	1249	67
	Hayır	882	40
	Bilmiyorum	76	3
Pandemi öncesi atıştırma tüketim alışkanlığınız var mıydı?	Evet	1678	76
	Hayır	498	23
	Bilmiyorum	31	1

Tablo 5. Günlük öğün tüketim sıklığı

Öğün Sayısı	Pandemi öncesi		Öğün Sayısı	Pandemi süreci	
	n	%		n	%
1 Öğün	23	1	1 Öğün	811	37
2 Öğün	802	36	2 Öğün	620	28
3 Öğün	1194	54	3 Öğün	531	24
4 Öğün ve Üzeri	188	9	4 Öğün ve Üzeri	245	11
	Ortalama	N	St. Sapma	Korelasyon	Anlamlılık
Pandemi Öncesi	2.7010	2207	.63325	,324	,000
Pandemi Sonrası	2.7603	2207	.74494		

Katılımcı üniversite öğrencilerinin pandemi öncesi ve pandemi sürecindeki atıştırmalık tüketim sıklıkları Tablo 6’da yer almaktadır. Tabloda yer alan eşleştirilmiş örneklem T-test sonuçlarına göre öğrencilerin atıştırmalık tüketim sıklıkları pandemi öncesi ile pandemi süreci arasında anlamlı farklılık göstermektedir

Tablo 6. Atıştırmalık tüketim sıklığı

Sıklık	Pandemi öncesi		Sıklık	Pandemi süreci	
	n	%		n	%
Günde 1	1130	51	Günde 1	811	37
Günde 2	683	31	Günde 2	620	28
Günde 3	284	13	Günde 3	531	24
Günde 4 ve üzeri	110	5	Günde 4 ve üzeri	245	11
	Ortalama	N	St. Sapma	Korelasyon	Anlamlılık
Pandemi Öncesi	1,7164	2207	,87175	,214	,000
Pandemi Sonrası	2,0952	2207	1,02153		

Katılımcı öğrencilerin pandemi öncesi ve sürecindeki günlük su tüketimine ilişkin verdikleri yanıtlar Tablo 7’de sunulmaktadır. Tabloda yer alan eşleştirilmiş örneklem T-test sonuçlarına göre, katılımcı üniversite öğrencilerinin pandemi öncesindeki ile pandemi sürecindeki günlük su tüketim miktarı arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,001$). Öğrenciler pandemi sürecinde ($M= 2,2130$) pandemi öncesine ($M=2,0766$) göre daha fazla su tüketmişlerdir. Öğrencilerin yaklaşık yarısı pandemi öncesinde ve pandemi sürecinde 1-2

($p<0,001$). Pandemi öncesine ($M=1,71649$) göre pandemi sürecinde ($M=2,0952$) atıştırmalık tüketim sıklıkları artış göstermiştir. Ayrıca pandemi öncesine göre günde 1 ve 2 defa atıştırmalık tüketen öğrencilerin bir kısmı pandemi sürecinde atıştırmalık sıklıklarını günde 3, 4 ve daha fazla olarak değiştirmişlerdir.

litre arasında su tüketmiştir. Ayrıca pandemi öncesinde 2-3 litre (%21) ve 3 litrenin üzerinde (%6) olan su tüketimlerinin pandemi sürecinde sırasıyla %26 ve %8’e yükseldiği belirlenmiştir.

Öğrencilerin pandemi öncesi ve sürecindeki çay ve kahve gibi içecekleri tüketim sıklıklarına yönelik soruya verdikleri yanıtlar Tablo 8’de yer almaktadır. Tabloda yer alan eşleştirilmiş örneklem T-test sonuçlarına göre öğrencilerin günlük çay ve kahve gibi içecekleri pandemi öncesi ile pandemi sürecindeki tüketimleri

arasında anlamlı farklılık vardır. Öğrenciler pandemi sürecinde (M=2,3099) pandemi öncesine (M=1,8903) göre daha fazla çay ve kahve gibi içecekler tüketmişlerdir. Ayrıca pandemi döneminde, pandemi öncesine göre

1 fincan/bardak çay ve kahve tüketen öğrenci sayısı azalmasına rağmen 2-3 fincan/bardak, 3-5 fincan/bardak ve daha fazla çay ve kahve içen öğrencilerin sayısında artış olmuştur.

Tablo 7. Günlük su tüketimi

Miktar	Pandemi öncesi		Miktar	Pandemi süreci	
	n	%		n	%
1 litreden az	563	26	1 litreden az	465	21
1-2 litre	1050	48	1-2 litre	982	45
2-3 litre	456	21	2-3 litre	585	26
3 litrenin üzerinde	138	6	3 litrenin üzerinde	175	8
	Ortalama	n	St. Sapma	Korelasyon	Anlamlılık
Pandemi öncesi	2,0766	2207	,84041	,596	,000
Pandemi süreci	2,2130	2207	,86482		

Tablo 8. Günlük çay, kahve vs. tüketimi

Miktar	Pandemi öncesi		Miktar	Pandemi süreci	
	n	%		n	%
1 fincan/bardak	899	41	1 fincan/bardak	510	23
2-3 fincan/bardak	825	37	2-3 fincan/bardak	835	38
3-5 fincan/bardak	309	14	3-5 fincan/bardak	530	24
5 fincan/bardak üzeri	174	8	5 fincan/bardak üzeri	332	15
	Ortalama	n	St. Sapma	Korelasyon	Anlamlılık
Pandemi Öncesi	1,8903	2207	,92254	,593	,000
Pandemi Süreci	2,3099	2207	,98861		

Katılımcıların pandemi öncesi ve sürecindeki alkol tüketimlerine ilişkin soruya verdikleri cevapların dağılımı Tablo 9'da yer almaktadır.

Tabloya göre, öğrencilerin pandemi sürecindeki alkol tüketimleri pandemi öncesine göre azalma göstermektedir.

Tablo 9. Alkol tüketimi

Yanıt	Pandemi öncesinde		Yanıt	Pandemi sürecinde	
	n	%		n	%
Evet	495	22	Evet	404	18
Hayır	1712	78	Hayır	1803	82

Tartışma ve Sonuç

Üniversite eğitimi alınan dönemde içerisinde bulunulan çevre koşulları, mevcut alışkanlıkların terkedilmesine, yeni alışkanlıklarını kazanılmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle üniversite dönemi, öğrencilerin beslenme alışkanlıkları da dâhil olmak üzere ileriye yönelik farklı alışkanlıkların yerleştiği kritik bir dönemdir. Yaşanılan pandemi de herkes de olduğu gibi üniversite öğrencilerinin bazı alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur. Özellikle pandeminin neden olduğu stres, belirsizlik, endişe ve uzaktan eğitim süreci üniversite öğrencilerinin diğer alışkanlıklarında olduğu gibi beslenme alışkanlıklarında da bazı değişimleri beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarında pandemi öncesi ve süresince hangi değişimlerin olduğu belirlenmiştir.

Türkiye'deki üniversite öğrencisi sayısı, ülke nüfusunun yaklaşık %10'unu oluşturmaktadır. Dolayısıyla üniversite öğrencileri ülkemizin geleceği için önem verilmesi ve özen gösterilmesi gereken bir kitledir. Bu çalışmada, öğrencilerin beslenme alışkanlıklarında meydana gelen değişimlerin belirlenmesi de bu kapsamda önem taşımakta, bulgular ile alanyazındaki boşluk doldurulmaktadır.

Araştırma bulguları, üniversite öğrencilerinin pandemi sürecinde beslenme alışkanlıklarını değiştirdiği göstermektedir. Öğrenciler genel olarak beslenme alışkanlıklarını değerlendirdiklerinde pandemi öncesine göre pandemi süresince beslenme alışkanlıklarının değiştiğinin farkındadırlar. Macit (2020), Dilber ve Dilber (2020), Çulfa vd. (2021), Kahri-man vd. (2022) pandemi nedeniyle insanların beslenme alışkanlıklarının değiştiğini belirlemişlerdir. Sosyal izolasyon ve uzaktan eğitimin neden olduğu bu değişimin ekmek ve diğer ha-

mur işleri ürünlerin tüketiminde azalma olarak ya da vücut direncini artırmak için sağlıklı beslenmeye yönelik eğilimler olarak ortaya çıktığı belirlenmiştir.

Öğrencilerin pandemi öncesine göre atıştırmalık tüketim sıklıklarında artış olmuştur. Bu artışın sebebinin uzun süre kapalı alanda kalmanın verdiği bir eğilim olduğu düşünülebilir. Atıştırmalıklar genel olarak sağlığa zararlı olarak algılanmasına rağmen sağlığa yararlı atıştırmalıklar da bulunmaktadır. Gıda endüstrisi tarafından üretilen atıştırmalıkların büyük bir kısmı yüksek enerji ve düşük besin ögesi içerikleri nedeniyle optimum beslenmeye katkıda olmadıkları yönünde değerlendirilmektedir (Değerli ve El, 2019). Atıştırmalık gıdalar, fırınlama, kızartma ve ekstrüzyon yöntemleri ile üretilmektedir. Bu ürünler, yüksek kalori içerdiği için beslenme rehberlerinde atıştırmalık gıdaların tüketiminin azaltılması ve porsiyon miktarının düzenlenmesi vurgulanmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2016).

Üniversite öğrencilerin pandemi sürecindeki su tüketimleri artmıştır. Öğrenciler, pandemi öncesine göre daha fazla su tüketmeye başlamışlardır. Bu durum, öğrencilerin kitle iletişim araçlarında sağlıklı beslenme ve su tüketimi ile ilgili yapılan bilgilendirmelerin etkisinde kaldıkları şeklinde yorumlanabilir. Campos vd. (2021) ve Kahri-man vd. (2022) da hem COVID-19 hem de yaşanan diğer pandemilerde sağlıklı yaşamak için su tüketiminin bir gereklilik olarak kabul edilmesi nedeniyle arttığını belirtmişlerdir. Ayrıca bulgular, sağlıklı olmak için öğrencilerin su tüketimi artarken alkol tüketim miktarlarının azaldığını göstermektedir. Alkolün bağışıklık sistemini zayıflatmasının ve ekonomik sorunların alkollü içeceklerin tüketiminin azaltılmasında etkili olduğu söylenebilir. Dai vd. (2022) ve Patri-ck vd. (2022)'e göre alkollü içecek kullanımı COVID-19 riskini artırmaktadır. Bu nedenle

öğrencilerin alkollü içecek tüketimlerini azaltmalarının hem COVID-19 riskini azaltması hem de diğer olumsuz etkileri göz önünde bulundurulduğunda bireysel olarak pandemi ile baş etmek için alınacak doğru kararlardan biri olduğu söylenebilir.

Bulgular, çay/kahve gibi içeceklerin pandemi ile tüketiminin 5 fincan ve üzerine çıktığını göstermektedir. COVID-19 sürecinde Castellana, Nucci, Pergola ve Chito (2021) çay ve kahve tüketiminin, Kahrıman vd. (2022) de siyah çay tüketiminin arttığını belirlemiştir. Çay ve kahve, sadece bir içecek olmanın ötesinde kültürel olarak da Türk toplumu için ayrı bir öneme sahiptir. Bu nedenle fırsat buldukça da tüketilmektedir. Getirilen sınırlamalar ve yasakların neden olduğu uzun süre evde zaman geçirmenin çay ve kahve tüketimini de artırması olağan bir durum olarak kabul edilebilir.

Sonuç olarak, öğrencilerin pandemi ile birlikte beslenme alışkanlıklarında önemli değişimler olduğu, bu değişimlerin öğrencilerin sağlıklarını korumaya yönelik olduğu söylenebilir. Bu olumlu değişimin yani gelişmenin pandemi sonrasında da devam etmesini sağlamak için ailelere, kamu yöneticilerine ve üniversite yönetimlerine ve öğretim elemanlarına çeşitli sorumluluklar düşmektedir. Ailelerin satın alma tercihlerini sağlıklı gıdalardan yana kullanmaları, kamu yöneticilerinin öğrencilerin takip ettiği platformlarda sağlıklı beslenme ile ilgili kamu spotları yayınlamaları, sağlıklı gıdaya erişimi kolaylaştırmaları, üniversitelerde festivaller de dâhil olmak üzere çeşitli etkinliklerle sağlıklı gıdalara yönelik farkındalığın artırılması yararlı olacaktır.

Kaynakça

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı. Sakarya: Serkan Yayıncılık.

Aydın, G., Akay, D., İbiş, E. (2017). 3-7 Yaş çocuğa sahip annelerin beslenmeyle ilgili davranışlarının incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 683-700.

Aysin, E.O., Kızıltan, G. (2020). Beslenme ve diyet alışkanlıklarının kültürel değişimi. *Sağlık ve Toplum*, 30(2), 3-10.

Berkel, M. (2011). Trakya Bölgesi'ndeki üniversitelerde çalışan akademik personelin beslenme alışkanlıkları üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Bilici, S., Köksal, E. (2013). T.C. Sağlık Bakanlığı Okul Öncesi ve Okul Çağı Çocuklara Yönelik Beslenme Önerileri ve Menü Programları. Sağlık Bakanlığı Yayın No:915. Ankara: Koza Matbaacılık

Campos, M.A.S., Carvalho, S.L., Melo, S.K., Gonçalves, G.B.F.R., Santos, J.R., Barros, R.L., Morgado, U.T.M.A., Lopes, E.S., Reis, R.P.A. (2021). Impact of the COVID-19 pandemic on water consumption behavior. *Water Supply*, 21(8), 4058-4067.

Castellana, F., Nucci, S.D., Pergola, G., Chito, M. (2021). Trends in coffee and tea consumption during the COVID-19 Pandemic. *Foods*, 10(10), 2458. Doi: 10.3390/foods10102458

Clinicaltrials (2020). Eating habits of adults during COVID-19 quarantine. https://clinicaltrials.gov/ProvidedDocs/42/NCT04339842/Prot_SAP_000.pdf

- Cumaoğlu, T. (2016).** Obez Çocuklara Diyetisyen Tarafından Uygulanan Tıbbi Beslenme Tedavisinin Ağırlık Denetimi ve Beslenme Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Doğu Akdeniz Üniversitesi Lisansüstü Eğitim, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti.
- Çulfa, S., Yıldırım, E., Bayram, B. (2021).** COVID-19 pandemi süresince insanlarda değişen beslenme alışkanlıkları ile obezite ilişkisi. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(1), 135-142.
- Dai, X-J., Tan, L., Ren, L., Shao, Y., Tao, W., Wang, Y. (2022).** COVID-19 risk appears to vary across different alcoholic beverages. *Frontiers in Nutrition*, 8,772700. Doi:10.3389/fnut.2021.772700
- Değerli, C., El, S.N. (2019).** Optimum beslenmede sağlıklı atıştırmalıkların yeri. *The Journal of Food*, 44(6), 988-999.
- Dilber, A., Dilber, F. (2020).** Koronavirüs (COVID-19) salgınının bireylerin beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkisi: Karaman ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2144-2162.
- Dinçer, S., Kolcu, M. (2021).** Covid-19 pandemisinde toplumun beslenme alışkanlıklarının incelenmesi: İstanbul örneği. *Türkiye Diyabet ve Obezite Dergisi*, 2, 193-201.
- Ergün, B.Z., Sayar, S., Yalçınkaya, M., Kabul, Ö. F., Kılıç, R.H., Miman M. (2018).** İnsanların beslenme alışkanlıklarının sağlık üzerindeki etkisine yönelik Şanlıurfa'da bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(32), 723-730.
- Fisher, G., Gelfert, A., Steinle, F. (2021).** Exploratory models and exploratory modeling in science: Introduction. *Perspectives on Science*, 29(4), 335-358. Doi:10.1162/pose_e_00374
- Genç, S.Z., Engin, G., Yardım, T. (2020).** Pandemi (Covid-19) sürecindeki uzaktan eğitim uygulamalarına ilişkin lisansüstü öğrenci görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 41, 134-158.
- Güneş, E. (2018).** Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıkları: Üniversitelerde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kahraman, Ç. (2018).** Üniversite Öğrencilerinde Beslenme Alışkanlıkları ve Obezite Riski: Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.
- Kahraman, H. E., Coşkun, F., Yılmaz, F. (2022).** Trakya Bölgesi'nde Covid-19 salgını döneminde beslenme alışkanlıkları ve bazı alışkanlıklar ile Covid-19'a yakalanma arasındaki ilişki. *Journal of Human Sciences*, 19(2), 162-184. Doi:10.14687/jhs.v19i2.6251
- Kaleli, S., Kılıç, Erdoğan, M., Erdoğan, N. (2017).** Sakarya Üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(2), 12-18.
- Kurt, A. (2018).** 14-17 Yaş grubundaki Aktif Spor Yapan ve Yapmayan Kız Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının ve Beslenme Bilinç Düzeylerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Macit, M.S. (2020). COVID-19 salgını sonrası yetişkin bireylerin beslenme alışkanlıklarındaki değişimlerin değerlendirilmesi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(3), 277-288.

Özdoğan, Y., Yardımcı, H., Özçelik, A.Ö. (2012). Yurttan kalan üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları. *Karadeniz*, 4(5), 139-149.

Patrick, M.E., Terry-McElrath, Y.M., Miech, R.A., Keyes, K.M., Jager, J., Schulenberg, J.E. (2022). Alcohol use and the COVID-19 pandemic. Historical trends in drinking, contexts, and reasons for use among U.S. adults. *Social Science & Medicine*, 301. Doi:10.1016/j.socscimed.2022.114887

Stebbins, R. (2001). Exploratory Research in The Social Sciences Qualitative Research Methods. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Şanher, N., Konaklıoğlu, E., Güçer, E. (2009). Gençlerin beslenme bilgi, alışkanlık ve davranışları ile beden kütle indeksleri arasındaki ilişki. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(2), 333-352.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2016). Türkiye Beslenme Rehberi 2015 (TÜBER). <https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/rehberler/2015-beslenme-rehberi.pdf>

Willett, W.C. (1994). Diet and health: What should we eat? *Science*, 264, 532-537.

YÖK (2022). Yüksek Öğretim Bilgi Yönetim Sistemi. <https://istatistik.yok.gov.tr>

Gastronomi Öğrencilerinin Yabancı Dile İlişkin Kaygı, Öz Yeterlilik ve Tutumları Arasındaki İlişki¹

Asuman TORLAK

Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Yabancı Diller Bölümü
asumantorlak@hotmail.com
ORCID: 0000-0002-6666-1069

Hatice Ferhan NİZAMLIOĞLU

hfnizamlioglu@erbakan.edu.tr
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi,
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-5042-0172

Geliş tarihi / Received: 16.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 11.10.2022

Öz

Bu çalışmada, Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programı öğrencilerinin yabancı dil kaygısı, yabancı dil öz yeterlilik inançları ve mesleki yabancı dile yönelik tutumları arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Katılımcılardan (n = 407) verilerin toplanması amacıyla Likert tipi üç farklı ölçek kullanılmıştır. Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programlarında zorunlu yabancı dil dersi olarak İngilizcenin yer almasından dolayı yabancı dil kaygısı ve öz yeterlilik inançlarının değerlendirilmesi için İngilizceye yönelik ölçekler kullanılmıştır. Üç ölçek için katılımcı puanları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Ölçek puanları, katılımcıların yabancı dil öz yeterlilik inançları ile mesleki yabancı dile yönelik tutumları arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Katılımcıların yabancı dil kaygısı puanlarının öz yeterlilik inançları ve tutum puanlarının her ikisi ile negatif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, kaygı, mesleki yabancı dil, öz yeterlilik, tutum.

¹ Bu çalışma birinci yazarın yüksek lisans tezinin bir bölümüdür
DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i1008

The Relationship Between Anxiety, Self-Efficacy and Attitudes of Gastronomy Students towards Foreign Language

Abstract

In this study, the relationship between Gastronomy and Culinary Arts undergraduate program students' foreign language anxiety, foreign language self-efficacy beliefs, and their attitudes toward the professional foreign language were evaluated. Three different Likert-type questionnaires were used to collect data from the participants ($n = 407$). Since English is included as a compulsory foreign language course in Gastronomy and Culinary Arts undergraduate programs in Turkey, questionnaires for English were used to evaluate foreign language anxiety and self-efficacy belief. Pearson product-moments coefficients were calculated to determine the relationship between participant scores for the three questionnaires. Questionnaire scores showed that there is a positive relationship between participants' attitudes towards professional foreign language and their foreign language self-efficacy beliefs. It was determined that the participants' foreign language anxiety scores were negatively related to both their self-efficacy belief and attitude scores.

Keywords: *Gastronomy, anxiety, professional foreign language, self-efficacy attitude.*

Giriş

Seyahat eden insanların yabancı bir ülkede bulduklarında veya yabancı bir kültürle karşılaştıklarında, çevrelerinde aynı dili konuşabildikleri turizm çalışanlarını bulabilmeleri, destinasyon tercihlerinde belirleyici olabilmektedir. Bu nedenle turizm sektöründe personel istihdamında aranan nitelikler arasında yabancı dil bilgisi ön plana çıkmıştır (Akgöz ve Gürsoy, 2014, s. 22). Küreselleşme ile birlikte çalışma hayatında pek çok iş kolunda istihdam edilen bireylerin yabancı dil bilgisine olan ihtiyaçları artmıştır. Bu ihtiyaç, genel yabancı dil eğitiminin ayrılan meslek odaklı yabancı dil öğretimi ni ortaya çıkarmıştır (Hutchinson ve Waters, 1987, s.9).

Gastronomi turizmi ve açık restoran mutfaklarının popüleritesi, şeflerin yabancı dil iletişim yeterliliğine artan bir taleple sonuçlanmıştır. Açık restoran mutfakları, konukların yemek deneyimi ve memnuniyet seviyelerini yükseltmek için şefler ile yüz yüze etkileşimi gerekli kılmakta-

dır. Bu gereklilikler, mesleki yabancı dilin mutfak personelinin mesleki eğitimlerinin bir parçası olarak dikkate alınması ve müfredata dâhil edilmesi gerekliliğini göstermektedir (Harvard Business Review Staff, 2014).

Yapılan çalışmalar, öğrencilerin yabancı dil kaygısı, yabancı dil öz yeterlilik inancı ve yabancı dile yönelik tutumlarının yabancı dil öğrenme performanslarını etkilediğini ortaya koymuştur (Behjoo, 2013, s. 88; Çimen, 2011, s. 88-89). Farklı akademik ve entelektüel seviyedeki öğrencilerin yabancı dil öğrenimindeki başarılarının kaygıdan etkilendiği bilinmektedir. Yaygın olarak korku ve endişe ile karakterize olan kaygı, çeşitli derecelerde ortaya çıkmakta ve bireyler tarafından farklı şekillerde sergilenebilmektedir (McDonald, 2001, s.90). Öz yeterlilik, insanların belirlenmiş performans hedeflerine ulaşmak için gereken eylem planlarını organize etme ve uygulama yeteneklerine ilişkin yargılarıdır (Bandura, 1986, s.391). Öz yeterlilik temel olarak, "Bu durumda bu görevi yapabilir miyim?" sorusunun cevabı ile ilgilidir

ve insanların yetkinlikleri ile benlik kavramlarına ilişkin algıları benzerlik göstermektedir (Linnenbrink ve Pintrich, 2003, s.119-137). Dil öğrenimi için öğrencilerin tutumları, öğrencilerin motivasyonları ile ilişkilendirilmiştir ve yabancı dil öğrenme motivasyonu bireylerin sahip oldukları arzu ve dil öğreniminden memnuniyeti olarak tanımlanmıştır (Gardner, 1985, s.8).

Ders programı tasarımı, belirlenmiş hedeflere ulaşılması için aktivitelerin tasarlanması ve öğrenciler için en ideal öğrenme ortamının oluşturulması amacı ile toplanan verilerin ders programına dönüştürülmesidir. Ders programlarının yabancı dil dersleri açısından tasarımı, öğrencilerden mümkün olan en fazla verinin toplanması esasına dayanmaktadır (Hutchinson ve Waters, 1987, s.10). Bu çalışmada, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü lisans programı öğrencilerinin yabancı dil kaygıları, yabancı dil öz yeterlilik inançları ve mesleki yabancı dile yönelik tutumlarının arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Türkiye’de yürütülen tüm Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programlarında zorunlu yabancı dil dersi olarak İngilizcenin yer almasından dolayı kaygı ve öz yeterlilik inançları için İngilizceye yönelik veri toplama araçları kullanılmıştır. Bu araştırmanın sonuçlarının Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programlarında yer alan mesleki yabancı dil derslerinin tasarımına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Yabancı Dil Kaygısı

Yabancı dil öğrenmeye ilişkin bir olgu olarak yabancı dil kaygısının kavramsal yapısı, ilk kez Horwitz, Horwitz ve Cope (1986) tarafından ele alınmıştır ve yabancı dil kaygısı kavramı, yabancı dil öğrenen bireylerin olumsuz duygusal tepkilerinin nedeni olarak ifade edilmiştir.

Horwitz vd (1986, s.125) yabancı dil kaygısının dil öğrenimine ilişkin benlik algısı, davranışlar, inançlar ve duygular ile ilişkili bir olgu olduğunu ifade etmişlerdir. Bireyin ana dili olmayan farklı bir dili öğrenmesi veya kullanması durumunda yaşadığı endişe ve korku duygularının bir bütünü olarak tanımlayabileceğimiz yabancı dil kaygısı, çok boyutlu ve karmaşık bir olgudur.

Araştırmacılar ve eğitimciler yabancı dil öğreniminin, öğrenciler için bir stres nedeni olabileceğini ortaya koymuşlardır ve öğrencilerin temel dil becerilerini geliştirebilmeleri için yabancı dil kaygısının tanımlanması, ölçülmesi ve yönetilebilmesi için uğraş vermektedirler (Hamamcı ve Hamamcı, 2015, s.378). Yapılan çalışmalar ile yabancı dil öğreniminde üstesinden gelinmesi gereken bir engel olan kaygının azaltılması için yöntem ve yaklaşımlar ortaya konmuştur. Yabancı dil kaygısının ölçümüne yönelik geliştirilen ölçekler bu alanda daha nitelikli çalışmaların yapılabilmesini mümkün kılmıştır (Çimen, 2011, s.32). Zihinsel, duyuşsal ve kültürel çeşitli faktörler nedeniyle pek çok birey yabancı dil öğreniminde zorlanmaktadır. Duyuşsal bir faktör olarak nitelendirilebilecek olan kaygı, bu alanlarda yapılan araştırmalarda hâlâ önemini koruyan bir değişkendir (Kapıkıran, 2006, s.1).

Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı

Öz yeterlilik inancının spesifik bir alanda arzu ederek çalışma, başarı için motivasyon, çaba ve zaman harcama gibi dolaylı sonuçları olmaktadır. Bireyin öz yeterlilik inancının seviyesinin farklı durumlar için farklılık gösterdiği bildirilmiştir. Spesifik bir durum karşısında yüksek öz yeterlilik inancı gösteren bir birey, farklı bir durumda düşük bir öz yeterlilik inancı sergileyebilir. Bu nedenle, öz yeterlilik inancının eyleme özgü ve farklı durumlarda

değişkenlik gösterdiği söylenebilir (Akkoyunlu ve Orhan, 2003, s.86). Zimmerman (2000, s.84) ise öz yeterliliğin seviyesinin karşılaşılan durumun zorluk seviyesine göre değişmekle birlikte bireyin bütün yaşamına genellenebilir ve farklı faaliyetler arasında aktarılabilir olduğunu bildirmiştir.

Yabancı dil öğreniminde öz yeterlilik inancı, yabancı dil bilgisinden ziyade sahip olunan bilgiyi okuma, yazma, konuşma ve dinleme etkinliklerinde kullanabilme yeteneği ile ilişkilidir. Bireyin bu etkinliklerdeki yeterlilik algısı yabancı dil öz yeterlilik inancıyla doğrudan ilişkilidir (Büyükduman, 2006, s.24). Yapılan çalışmalar, öz yeterlilik inancının yabancı dil öğreniminde başarıya olan etkisinin önemli olduğunu teyit etmiştir (Mills, Pajares ve Herron, 2006, s.278). Chen'in (2007, s.94) üniversite öğrencileri üzerinde yabancı dil dinlemeye ilişkin öz yeterlilik ve kaygı ölçekleri ile gerçekleştirdiği çalışmasının bulguları, yabancı dil dinleme öz yeterliliğinin yabancı dil dinleme kaygısına nazaran öğrencilerin akademik başarıları üzerinde daha etkili olduğunu göstermiştir.

Yabancı Dile Yönelik Tutum

Bir eğitim ortamında tutum, öğrencilerin okul, öğretmen, ders, sınav, okul arkadaşları ve ders araç gereçlerine yönelik duygularını kapsamaktadır. Sosyoloji ve iletişim gibi tutumla ilişkilendirilebilecek farklı disiplinlere dâhil bir süreç olan dil öğreniminde bireyin tutum ve inançlarının önemli etkilerinin olduğu bildirilmiştir. Psikolojik bir faktör olarak tutum üzerine çok fazla sayıda araştırma yapılmıştır. İnsanın doğası gereği duyguların, akademik başarı dâhil olmak üzere eğitim üzerine önemli etkileri vardır. Bu nedenle yabancı dil öğretimi stratejilerinin belirlenmesinde duyuşsal faktörlerin de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Dil öğrenme başarısını etkileyen çok sayıda faktör arasında duyuşsal öğelerin en önemli faktör

olduğu ifade edilmiştir (Gardner, 1985, s.17). Merisuo-Storm (2007, s.232-234) öğrencilerin yabancı dil öğrenimine yönelik geliştirecekleri olumlu tutumların, motivasyonlarını kayda değer şekilde artırabileceğini ve böylece olumlu tutumun dil öğrenimine katkı sağlayabileceğini belirtmiştir.

Her birey, yabancı dil öğrenme performansını etkileyecek psikolojik özelliklere, deneyimlere ve yaşam şartlarına sahiptir. Bu nedenle yabancı dil öğretimi politikalarının oluşturulmasında, bireysel farklılıklara dayalı yabancı dile karşı tutum göz önüne alınmalıdır (Çimen, 2011, s.7). Yapılan çalışmalar, yabancı dil öğreniminde tutumun önemini ortaya koymuştur ve yabancı dile karşı tutumun yabancı dil öğrenme sürecinde başarı ya da başarısızlıkla doğrudan ilgili olduğunu göstermiştir. Çalışmalar, tutumun yabancı dil öğrenmede başarıyı belirleyen bir unsur olarak bireyin kapasitesi kadar belirleyici olduğunu ortaya koymuştur (Genesee ve Hamayan, 1980, s.97).

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu araştırma nicel ve korelasyonel olarak tasarlanmıştır. Korelasyonel araştırma, birden çok değişken arasındaki ilişkinin bu değişkenlere müdahale edilmeden incelendiği araştırmalardır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2017, s.16). Bu çalışmada, genel tarama modelinin alt başlıklarından olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evren hakkında genel bir yargıya ulaşabilmek için evrenin tümüne veya evrenden alınan bir örnek grubu üzerine uygulanırlar. İlişkisel tarama modeli ise iki ve daha çok sayıdaki değişken arasındaki korelasyonu ortaya koymaya yönelik bir araştırma modelidir (Karasar, 2011, s.111).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü lisans programlarında mesleki yabancı dil dersini almış veya almakta olan bireylerdir. Araştırmanın örneklemi ($n = 407$) ise araştırma evreninden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen Necmettin Erbakan Üniversitesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi ve Afyon Kocatepe Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programlarında halen öğrenim görmekte olan veya mezun durumundaki bireyler oluşturmuştur.

Veri Toplama Araçları

Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programları öğrencilerinin yabancı dile ilişkin kaygı ve öz yeterlilik inançları ile mesleki yabancı dile ilişkin tutumlarının değerlendirilmesinde kullanılacak verilerin toplanması amacıyla Likert tipi üç farklı ölçek kullanılmıştır. Yabancı dil kaygısı ölçeği, Horwitz vd. (1986) tarafından, yabancı dil sınıflarındaki öğrencilerin yabancı dil kaygısının kapsamını ve seviyesini belirlemek amacıyla araştırmacılara standart bir veri toplama aracı sağlamak için geliştirilmiştir. Beş seçeneğe ölçek olumsuz performans beklentileri ve sosyal karşılaştırmalar, psikofizyolojik belirtiler ve kaçınma davranışları ile kendini gösteren kaygının seviyesinin ölçülmesine yönelik 32 maddeden oluşmaktadır. Yabancı dil öz yeterlilik inancının değerlendirilmesinde Yanar ve Bümen (2012) tarafından geliştirilen ve 34 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçek maddeleri, dört temel dil becerisine yönelik gruplandırılmıştır ve böylece dört boyutlu bir ölçek oluşturulmuştur. Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği 24 maddeden oluşmaktadır ve Özer (2016) tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği ile Turizm ve Seyahat Hizmetleri Programları

öğrencilerinin mesleki yabancı dil dersine ilişkin düşünce ve değerlendirmeleri ile geliştirilmiştir.

Nicel araştırmalarda veri toplama aracı olarak kullanılan ölçekler, geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini sağlamalıdır (Taherdoost, 2016, s.29). Geçerlik, nicel bir çalışmada bir kavramın doğru bir şekilde ölçülme derecesi olarak tanımlanabilir. Bir ölçeğin ikinci kalite kriteri ise aynı durumda tekrar kullanılması halinde tutarlı bir şekilde benzer sonuçlara ulaştırması olarak tanımlayabileceğimiz güvenilirliktir (Heale ve Twycross, 2015, s.9). Kullanılan ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlikleri daha önceki çalışmalar (Coşkun, 2017; Özer, 2016; Yanar ve Bümen, 2012) ile teyit edilmiştir.

Verilerin Toplanması

Ölçekler ile verilerin toplanması için elektronik ortam kullanılmıştır. Ölçekler, Google Formlar yazılımı vasıtasıyla örnekleme oluşturan katılımcılara iletilmiştir. Bu çalışma için, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı’ndan 16/04/2021 tarih ve 221 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmış ve ölçeklerin iç tutarlılıkları Cronbach α yöntemiyle değerlendirilmiştir. Verilerin analizlerinden önce verilerin parametrik veya parametrik olmayan analizlere uygunluğuna karar vermek için normallik sınanması yapılmıştır. Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği, Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği ile alt ölçek puanları dahil olmak üzere Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği puanları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için Pearson çarpım momentler korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Tüm istatistiksel hesaplamalarda anlamlılık düzeyi en az 0,05 olarak kabul edilmiştir.

Bulgular Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Yabancı Dil Kaygısı Ölçeğinin Cronbach α değeri 0,98, Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeğinin Cronbach α değeri ise 0,86

olarak hesaplanmıştır. Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği alt ölçeklerinin Cronbach α değerleri 0,90 ile 0,97 arasında, ölçeğin tümünün güvenilirlik değeri ise 0,98 olarak saptanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizlerine ilişkin Cronbach α değerleri ve ortalama ölçek puanları

Ölçek	Alt boyut	Madde sayısı	Cronbach α değeri	Ortalama puan	Standart sapma
Yabancı Dil Kaygısı	-	32	0,98	113,3	29,6
Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı	Okuma	8	0,96	21,4	7,7
	Yazma	10	0,90	21,4	7,9
	Dinleme	10	0,97	23,1	9,7
	Konuşma	6	0,95	11,3	6,3
	Toplam	34	0,98	77,2	27,5
Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum	-	24	0,86	81,7	15,1

Örneklemin Demografik Özellikleri

Örneklemi oluşturan bireylerin 212'si kadın (%52,1) ve 195'i (%47,9) erkektir. Örneklemin

165'i (%40,5) üçüncü sınıfa, 186'sı dördüncü sınıfa (%45,7) devam etmektedir. Örneklemin 56'sı (%13,8) ise mezun durumdaki bireylerden oluşmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2. Örneklemi oluşturan bireylerin cinsiyet ve sınıf düzeyine ilişkin veriler

Özellik		n	%
Cinsiyet	Kadın	212	52,1
	Erkek	195	47,9
Sınıf	Üçüncü sınıf	165	40,5
	Dördüncü sınıf	186	45,7
	Mezun	56	13,8

Verilerin Normallik Analizleri

Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği, Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği, Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği ve alt ölçekleri

ne ilişkin örneklemi oluşturan bireylerden elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek üzere basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerleri -1,24 ile +1,49 arasında bulunmuştur.

Ölçek Puanları ve Arasındaki İlişki

Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği toplam puanı ile Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği yazma ($r = -0,68; p < 0,001$), okuma ($r = -0,62; p < 0,001$), konuşma ($r = -0,66; p < 0,001$), dinleme ($r = -0,63; p < 0,001$) arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 3).

0,001), konuşma ($r = -0,66; p < 0,001$), dinleme ($r = -0,63; p < 0,001$) ve toplam puanları ($r = -0,73; p < 0,001$) arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 3).

Tablo 3. Yabancı dil kaygısı ölçeği toplam puanı ile yabancı dil öz yeterlilik inancı ölçeği alt ölçek puanları ve toplam puanı arasındaki ilişki

		Yazma	Okuma	Konuşma	Dinleme	Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği Toplam
Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği	r	-0,68	-0,62	-0,66	-0,63	-0,73
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	n	407	407	407	407	407

Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği toplam puanı ile Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği yazma ($r = 0,35; p < 0,001$), okuma ($r = 0,38; p < 0,001$), konuşma ($r = 0,27; p < 0,001$), dinleme ($r = 0,35; p < 0,001$) ve toplam puanları ($r = 0,39; p < 0,001$) arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 4).

$p < 0,001$), dinleme ($r = 0,35; p < 0,001$) ve toplam puanları ($r = 0,39; p < 0,001$) arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Tablo 4).

Tablo 4. Mesleki yabancı dil dersine yönelik tutum ölçeği toplam puanı ile yabancı dil öz yeterlilik inancı ölçeği alt ölçek puanları ve toplam puanı arasındaki ilişki

		Yazma	Okuma	Konuşma	Dinleme	Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği Toplam
Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği	r	0,35	0,38	0,27	0,35	0,39
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	n	407	407	407	407	407

Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği toplam puanı ile Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği toplam puanları ($r = -0,32; p < 0,001$) arasında negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur (Tablo 5).

Tablo 5. Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği toplam puanı ile Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği toplam puanı arasındaki ilişki

		Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği
Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği	r	-0,32
	p	0,000
	n	407

Tartışma

Verilerin toplanması amacıyla daha önceki çalışmalarda geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini sağladıkları teyit edilen Likert tipi ölçekler kullanılmıştır (Özer, 2016; Yanar ve Bümen, 2012). Duygusal değişkenlerin ölçüleri ile yabancı dil başarısı arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmalarda Likert ölçek tipi ile diğer ölçek tiplerine nazaran daha objektif sonuçlar elde edildiği bildirilmiştir (Gardner ve Macintyre, 1993, s.9). Kullanılan ölçeklerin iç tutarlılıkları bu çalışmada elde edilen veriler ile Cronbach α yöntemiyle değerlendirilmiştir ve en düşük Cronbach α değeri 0,86 olarak hesaplanmıştır. Kabul edilebilir bir güvenilirlik için Cronbach α değerinin 0,7 ve daha yüksek olması gerektiği bildirilmiştir (Heale ve Twycross, 2015, s.66-67). Bu nedenle, bu çalışmada kullanılan tüm ölçekler kullanım amacına yönelik güvenilir olarak nitelendirilmiştir. Ölçeklerin basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Bu değerlerin “-1,5 ile +1,5” arasında olmaları katılımcılara ait ölçek puan verilerinin normal dağılım gösterdiğini ortaya koymuştur.

Örnekleme oluşturan bireylerin yabancı dil kaygısı ölçeği ortalama puanı (Tablo 1), Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans öğrencilerinin ve mezunlarının yabancı dil açısından kaygılı olarak nitelendirilebileceklerini ortaya koymuştur. Alanyazında yabancı dil kaygı düzeyi, yabancı dil ediniminde başarıyı olumsuz etkileyen bir değişken olarak tanımlanmıştır (Aydoğdu, 2014, s. 44). Yabancı dil kaygısının akademik başarı üzerine olan etkisine yönelik çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Altunkaya ve Erdem (2017, s. 71) çalışmalarında yabancı dil olarak Türkçe öğrenen öğrencilerin okuma kaygıları ile okuduğunu anlama becerileri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Elde ettikleri sonuçlar, okuma kaygısı yüksek öğrencilerin okuduğunu anlama testinden daha düşük puan

aldığını göstermiştir. Aydoğdu (2014, s.44) tarafından lisans programlarının yabancı dil hazırlık sınıflarında okuyan öğrenciler ile yapılan çalışmanın sonuçları, kaygı düzeyi yüksek olan öğrencilerin akademik başarısının daha düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Örnekleme oluşturan bireylerin Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnanç Ölçeği toplam ortalama puanı (Tablo 1), Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans öğrencilerinin ve mezunlarının yabancı dil öz yeterlilik inançlarının arzu edilen düzeyde olmadığını ortaya koymuştur. Yabancı dil öz yeterlilik inancının akademik başarı üzerine olan etkisine yönelik çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Behjoo (2013, s. 88), İngilizce öğretmenliği bölümünde okuyan öğrencilerin problem çözme becerileri, öz yeterlilik inançları, akademik öz yeterlilik inançları ve yabancı dil başarısı arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Elde ettiği sonuçlar, bu üç değişken ve yabancı dil arasında anlamlı bir korelasyon olduğunu göstermiştir. Huang ve Chang (1996, s.18-19), yabancı dil öğrenen öğrencilerin öz yeterlilikleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkiyi değerlendikleri çalışmalarında öz yeterlilik ile akademik başarı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bildirmişlerdir. Japonya’da üniversite öğrencilerinin öz yeterlilikleri ve yabancı dil dinleme becerileri arasındaki ilişki üzerine yapılan bir çalışmada, öğrencilerin öz yeterlilikleri ile yabancı dil dinleme becerileri arasında pozitif korelasyon olduğu ve öğrenme hedeflerinin belirlenmesinin öz yeterlilik seviyesini artırdığı gözlenmiştir (Todaka, 2017, s. 114).

Örnekleme oluşturan bireylerin Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği ortalama puanı (Tablo 1), Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans öğrencilerinin ve mezunlarının mesleki yabancı dil dersine yönelik tutumlarının olumlu olarak nitelendirilebileceğini göstermektedir. Bu bulgu, alanyazındaki benzer çalışmalarla

örtüşmektedir. Aksoy (2020), farklı lisans programlarından öğrenciler ile gerçekleştirdiği çalışmasında Turizm Rehberliği gibi yabancı dil bilgisinin önem taşıdığı alanlarda eğitim gören öğrencilerin yabancı dile yönelik tutumlarının daha olumlu sonucuna varmıştır. Daha önce yapılan çalışmalar, yabancı dil derslerine yönelik olumlu tutumun akademik başarıyı artırdığını göstermiştir (Gülözer, 2010, s.75). Morreale (2011), lisans programları öğrencilerinin yabancı dile yönelik tutumları ile yabancı dil konuşma becerileri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bildirmiştir.

Bireylerin deneyimlerine bağlı olarak zamanla şekillenen inanç ve tutumlarının öz yeterlilik algılarını değiştiren kaynaklardan bir tanesi olduğu bildirilmiştir (Pajares ve Schunk, 2001). Bu çalışmada, örnekleme oluşturan bireylerin Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği puanları ile Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği yazma, okuma, konuşma, dinleme ve toplam puanları arasında pozitif yönlü anlamlı ($p < 0,05$) ilişki olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde, önceki çalışmalarda yabancı dil dersine yönelik tutum ile yabancı dil öz yeterlilik inancı arasında anlamlı pozitif bir korelasyon olduğu rapor edilmiştir (Coşkun, 2017, Tuncer ve Akmençe, 2019).

Eğitim ve öğretim süreçlerinde öğrencilerin yabancı dil öz yeterlilik inançlarının artırılmasında kaygı ve tutumun işlevsel araçlar olarak kullanılabileceği bildirilmiştir (Tuncer ve Akmençe, 2019). Örnekleme oluşturan bireylerin Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği puanları ile Yabancı Dil Öz Yeterlilik İnancı Ölçeği yazma, okuma, konuşma, dinleme ve toplam puanları arasında negatif yönlü anlamlı ($p < 0,05$) ilişki olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde, Yabancı Dil Kaygısı Ölçeği puanları ile Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutum Ölçeği puanları arasında negatif yönlü anlamlı ($p < 0,05$) ilişki olduğu saptan-

mıştır. Alanyazında yabancı dil kaygısı ile yabancı dil öz yeterlilik inancı ve yabancı dile yönelik tutum arasındaki ilişkiye yönelik yurtdışı ve yurtiçinde yapılmış çok sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmaların çoğunluğunda yabancı dil kaygısı ile öz yeterlilik algısı ve yabancı dile yönelik tutum arasında anlamlı negatif bir korelasyon olduğu rapor edilmiştir (Çimen, 2011; Tuncer ve Doğan, 2015). Cheng (2001), kaygı ve öz yeterlilik arasındaki ilişki üzerine çalışmasında, öğrenci kaygı seviyesinin artmasının yabancı dil öz yeterlilik algısını olumsuz etkilediğini rapor etmiştir. Tsai (2013, s.13-14) öğrencilerin yabancı dil kaygısı, yabancı dil sınav kaygısı, yabancı dil öz yeterlilik düzeyleri ve yabancı dil yeterlilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Elde ettiği sonuçlar, yabancı dil kaygısı ve sınav kaygısı arasında pozitif, yabancı dil kaygısı ve yabancı dil öz yeterlilik düzeyi arasında negatif ve yabancı dil sınav kaygısı ve yabancı dil öz yeterlilik düzeyi arasında negatif bir korelasyon olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte bu sonuçların aksine Çubukçu (2008, s.155-156), İngilizce öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrenciler ile gerçekleştirdiği çalışmasında, yabancı dil öz yeterlilik inancı ve yabancı dil kaygısı arasında bir korelasyon bulunmadığını tespit etmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada elde edilen bulgular, Türkiye’de Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programında öğrenim gören bireylerin yabancı dile yönelik tutumlarının olumlu olmasına karşılık, yabancı dil kaygılarının yüksek ve yabancı dil öz yeterlilik inançlarının arzu edilen seviyede olmadığını göstermiştir. Aynı zamanda bulgular, yabancı dile yönelik tutum, kaygı ve öz yeterlilik inançlarının birbirlerini etkileyen duyuşsal faktörler olduğunu ortaya koymuştur. Ülkemizdeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programlarında öğrenim gören bireylerin

yabancı dil kaygılarının azaltılması ve yabancı dil öz yeterlilik inançlarının artırılabilmesi için yabancı dil ve mesleki yabancı dil derslerinin içerik ve işleyiş yönünden iyileştirilmesine ihtiyaç vardır.

Kaynakça

Akgöz, E., Gürsoy, Y. (2014). Turizm eğitiminde yabancı dil öğrenme, istek ve kararlılıkları: Selçuk Üniversitesi Beyşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 21-29.

Akkoyunlu, B., Orhan, F. (2003). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi (BÖTE) bölümü öğrencilerinin bilgisayar kullanma öz yeterlik inancı ile demografik özellikleri arasındaki ilişki. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2(3), 86-93.

Aksoy, Z. (2020). Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Üniversitelerde Öğrenim Gören Turizm Rehberliği Bölümü Öğrencilerinin İngilizcenin 4 Temel Dil Becerisine Yönelik Öz Yeterlilik İnançlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman

Altunkaya, H., Erdem, İ. (2017). Yabancı dil olarak Türkçe öğrenenlerin okuma kaygıları ve okuduğunu anlama becerileri. *Sakarya University Journal of Education*, 7(1), 59-77.

Aydoğdu, Ç. (2014). The Relationship Between Foreign Language Learning Anxiety, Attitude toward English Language, Language Learning Strategies and Foreign Language Achievement. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum

Bandura, A. (1986). Social Foundations of Thought and Action. New Jersey: Englewood Cliffs.

Behjoo, B.M. (2013). The Relationship Among Self-efficacy, Academic Self-efficacy, Problem Solving Skills and Foreign Language Achievement. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Büyükduman, F.İ. (2006). İngilizce Öğretmen Adaylarının İngilizce ve Öğretmenlik Becerilerine İlişkin Öz-yeterlilik İnançları Arasındaki İlişki. Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz Ş. ve Demirel, F. (2017). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.

Chen, H. (2007). Relationship Between EFL Learners' Self-Efficacy Beliefs and English Performance. Doktora Tezi, The Florida State University, Tallahassee

Cheng, Y. (2001). Learners' beliefs and second language anxiety. *Concentric: Studies in Linguistics*, 27(2), 75-90.

Coşkun, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinin İngilizce Dersine İlişkin Kaygıları, Tutumları, Özyeterlilik İnançları ve Dil Öğrenme Stratejilerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum

Çimen, S. (2011). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin İngilizceye Yönelik Tutum, İngilizce Kaygısı ve Öz Yeterlilik Düzeylerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak

Çubukçu, F. (2008). Yabancı dil öğrenme endişesi ile öz yeterlilik arasındaki korelasyon üzerine bir çalışma. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 4(1), 148-158.

- Gardner, R.C. (1985).** Social Psychology and Second Language Learning: The Role of Attitudes and Motivation. London: Edward Arnold.
- Gardner, R.C., Macintyre P.D. (1993).** A student's contributions to second-language learning. Part II: Affective variables. *Language Teaching*, 26(1), 1-11.
- Genesee, F., Hamayan, E. (1980).** Individual Differences in Second Language Learning, *Applied Psycholinguistics*, 1(1), 95-110.
- Gülözer, A. (2010).** Farklı Test Formatları ile Ölçülen Yabancı Dil Başarısının Öğrencilerin Tutumları, Kaygı Düzeyleri ve Öğrenme Stilleri ile İlişkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu
- Hamamcı, Z., Hamamcı E. (2015).** Yabancı dil öğreniminde kaygı üzerine bir alan yazın taraması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 374-383.
- Harvard Business Review Staff (2021).** Cooks Make Tastier Food When They Can See Their Customers. <https://hbr.org/2014/11/cooks-make-tastier-food-when-they-can-see-their-customers>
- Heale, R., Twycross, A. (2015).** Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66-67.
- Horwitz, E.K., Horwitz, M.B., Cope, J. (1986).** Foreign language classroom anxiety. *The Modern Language Journal*, 70(2), 125-132.
- Huang, S., Chang S. F. (1996).** Self-Efficacy of English as a Second Language Learner: An Example of Four Learners. Bloomington: Indiana University.
- Hutchinson, T., Waters, A. (1987).** English for Specific Purposes. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kapıkıran, N.A. (2006).** Başarı kaygısı ölçeğinin geçerliği ve güvenilirliği. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19, 1-6.
- Karasar, N. (2011).** Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Linnenbrink, E.A., Pintrich, P.R. (2003).** The role of self-efficacy beliefs in student engagement and learning in the classroom. *Reading & Writing Quarterly: Overcoming Learning Difficulties*, 19(2), 119-137.
- McDonald, A.S. (2001).** The prevalence and effects of test anxiety in school children. *Educational Psychology*, 21(1), 89-101.
- Merisuo-Storm, T. (2007).** Pupils' attitudes towards foreign-language learning and the development of literacy skills in bilingual education. *Teaching and Teacher Education*, 23(2), 226-235.
- Mills, N., Pajares, F., Herron, C. (2006).** A revaluation of the role of anxiety: Self-efficacy, anxiety, and their relation to reading and listening proficiency. *Foreign Language Annals*, 39(2), 276-295.
- Morreale, S.G. (2011).** The Relationship Between Study Abroad and Motivation, Attitude and Anxiety in University Students Learning a Foreign Language. Doktora Tezi, Wayne State University, Detroit
- Özer, S. (2016).** Düşünme Stillerine Göre Farklılaştırılmış Öğretim Etkinliklerinin Öğrencilerin Erişilerine, Mesleki Yabancı Dil Dersine Yönelik Tutumlarına ve Öğrenilenlerin

Kalıcılığına Etkisi, Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya

Zimmerman, B.J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 82-91.

Pajares, F., Schunk, D.H. (2001). Self-beliefs and school success: Self-efficacy, self-concept, and school achievement. *Self Perception*, 11(2), 239-266.

Taherdoost, H. (2016). Validity and reliability of the research instrument; How to test the validation of a questionnaire/survey in a research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5, 28-36.

Todaka, Y. (2017). Self-efficacy of English listening skills in Japanese college EFL learners: Quantitative and qualitative analyses. *European Journal of English Language Teaching*. 2(1), 93-119.

Tsai, C.C. (2013). The impact of foreign language anxiety, test anxiety, and self-efficacy among senior high school students in Taiwan. *International Journal of English Language and Linguistics Research*, 1(3), 1-17.

Tuncer, M., Doğan, Y. (2015). Hazırlık sınıfı öğrencilerinin yabancı dil ders kaygıları ve akademik öz-yeterlilikleri arasındaki ilişki. *Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi*, 3(14), 153.

Tuncer, M., Akmençe, A.E. (2019). Yabancı dile yönelik kaygı, özyeterlilik ve tutum arasındaki ilişkiler. *Turkish Journal of Educational Studies*, 6(3), 1-13.

Yanar, B.H., Bümen, N.T. (2012). İngilizce ile ilgili özyeterlilik inancı ölçeğinin geliştirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(1), 97-110.

The Registered Gastronomic Taste: Tokat Kebab

Esra ESİN YÜCEL

Tokat Gaziosmanpaşa University, Faculty of Engineering and Architecture,
Department of Food Engineering
esinyasemin@yahoo.com
ORCID: 0000-0003-0470-0015

Cemal KAYA

Tokat Gaziosmanpaşa University, Faculty of Engineering and Architecture,
Department of Food Engineering
cemal.kaya@gop.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8354-9565

Mustafa BAYRAM

Tokat Gaziosmanpaşa University, Faculty of Engineering and Architecture,
Department of Food Engineering
mustafa.mbayram@gop.edu.tr
ORCID: 0000-0002-8232-226X

Geliş tarihi / Received: 30.06.2022

Kabul tarihi / Accepted: 16.10.2022

Abstract

Tokat cuisine, rich in gastronomy with its wide variety and appetizing dishes, offers memorable experiences to the residents, visitors, guests, and tourists in Tokat. The most well-known taste of Tokat cuisine is Tokat kebab. ‘Tokat kebab’, made in the Tokat province, takes its name from the fact that it has been made in Tokat region for years with its unique preparation methods. It can be defined as a kebab prepared by combining its ingredients, shaping them according to its unique preparation methods, and cooking it on a particular Tokat kebab stove. The current study aims to evaluate in a scientific framework the product definition, distinctive features, preparation methods, and registered features of Tokat kebab, one of the local and gastronomic products with geographical indication, by highlighting the significance of geographical indications and their contribution to tourism.

Keywords: *Gastronomy, Geographical indication, Tokat cuisine, Tokat kebab, Tourism.*

Tescilli Gastronomik Lezzet: Tokat Kebabı

Öz

Gastronomi açısından zengin, çok çeşitli ve lezzetli yemekleri ile Tokat mutfağı, burada yaşayanlara, ziyaretçilerine, misafirlerine ve turistlere unutulamayacak deneyimler sunmaktadır. Tokat mutfağının en çok bilinen lezzeti Tokat Kebabıdır. Tokat yöresinde yapılan “Tokat Kebabı”, adını yıllardır Tokat ilinde kendine has üretim yöntemiyle yapılmasından dolayı almaktadır. Tokat Kebabı, malzemelerini oluşturan gıda ürünlerinin kendine has üretim yöntemine göre bir araya getirilip, şekillendirilmesi ve kendine özgü Tokat kebabı ocağında pişirilmesiyle elde edilen kebab olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada, coğrafi işaretlerin turizme sağladığı katkının önemine değinilip, Tokat’ın yöresel ürünlerinden coğrafi işaret tesciline sahip gastronomik bir ürün olan Tokat kebabının yapılış sürecinin bilimsel bir çerçevede değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar kelimeler: *Gastronomi, Coğrafi işaret, Tokat mutfağı, Tokat kebabı, Turizm.*

Introduction

Products with exceptional characteristics, especially local gastronomic products, are registered as a geographical indication in the world and Turkey (Kendir & Arslan, 2020). A geographical indication is a quality mark that shows the source of the product. Also, its characteristics and the connection between these characteristics and the geographical area for consumers (Yıkımış & Ünal, 2016). Through a geographical indication registry, the products that have gained a particular reputation (due to their quality, raw material, and traditionality) are protected.

Geographical indications offer protection to consumers and manufacturers, increase marketing opportunities, guarantee the quality of products and increase economic contribution (Agrawal & Kamakura, 1999). In general, geographical indications consist of the name of the geographical origin or the name of the production place such as Champagne, Cuban Cigars, Roquefort Cheese, Turkish Carpet etc. Geographical indications draw attention to product quality, local identity and cultural traditions (Dogan & Gokovali, 2012).

According to Article 34 of the Turkish Industrial Property Act No. 6769, a geographical indication is a sign that demonstrates the product identified with the region, area, locality or country of origin in terms of a distinctive feature, reputation or other characteristics. Geographical indications are registered as a designation of origin or geographic indication. Food, agriculture, mining, handicrafts and industrial products may be subject to a geographical indication registry (Turkish Patent and Trademark Office, 2022).

With its historical past, Tokat has a very rich culinary and dietary culture (Sağır, 2012). There are fifteen geographically marked products in Tokat province, eleven of which are foodstuffs. All these gastronomic products are produced and registered according to their characteristics and preparation methods, which boosts the attractiveness of the region and the sustainability of production. Food products of Tokat province with geographical indication are Erbaa Narince bağ yaprağı (Grape Leaf), Niksar cevizi (walnut), Tokat ekmeği (bread), Tokat bez sucuk (traditional fermented sausage), Tokat Narince salamura asma yaprağı (Pickled Grape Leaf), Tokat yağlısı, Tokat çöreği (Bun), Turh-

al yoğurtmacı, Zile kömesi (Churchkhela), Zile pekmezi (Molasses) and Tokat kebab (Turkish Patent and Trademark Office, 2022).

Exploring the elements representing a province or a region that holds significant potential and presenting them as a concrete resource is vital to contribute to the relevant literature and to leading future research. It has been observed that the existing literature on the preparation process of Tokat Kebab and its distinctive features from other kebabs is limited. For this reason, the present study aimed to evaluate the preparation process of Tokat kebab (Figure 1), a local gastronomic product with a geographical indication registry, by highlighting the significance of geographical indications and their contribution to tourism in a scientific framework.



Figure 1. Tokat kebab's logo (Turkish Patent and Trademark Office, 2022)

Gastronomy and Gastronomic Tourism Concept

Gastronomy covers matters such as the physiology of the sense of taste and the phenomenon of taste, the production of various products, the functions of nutrients, the determination of their qualities in the selection of foodstuffs, and the creation of production processes following hygiene and sanitation rules to prevent physical, chemical and biological deterioration of foods (Shenoy, 2005). The science of gastronomy

aims to protect people's health through adequate and balanced nutrition, to ensure that they enjoy life and eating, to prepare food and beverages in a hygienic environment (Gök, Sezgin & Yıldırım, 2017).

On the other hand, gastronomic tourism can be described as a type of tourism that creates travel motivation to have an unprecedented food and beverage experience and that significantly helps to motivate travel behaviors (Harrington & Ottenbacher, 2010). According to another definition, gastronomic tourism is visiting local or rural areas, food producers, restaurants, food festivals and certain locations to taste a particular dish or see the production stages of a dish as the major motivation (Lee, Packer & Scott, 2015).

However, the industrial food and beverage products are not considered as a gastronomic product. The factors which can inspire someone for a gastronomic trip are the desire to taste a traditional food and beverage from a particular region, consumption a food with special quality, or consumption the food prepared by a famous cook. In this regard, the protection and marketing of local gastronomic products and achieving a commercial dimension by providing their sustainability are of great importance in terms of destination promotion (Güllü & Karagöz, 2019). Mainly, tourists who enjoy local-natural foods are interested in learning about local-national cuisines. Tourists, ready to pay more for the local food products, state that their knowledge of these products influences the amount of money they spend (Everett & Aitchison, 2008). The cuisine and culinary culture are the most tempting factors for tourists when choosing their destination. Authentic foods and tastes of a region or a locality in a country are of paramount importance to gastronomic tourism (Çam & Çılgınoğlu, 2021).

Gastronomic Tourism in Tokat

With the benefit of being founded on the fertile lands of the Yeşilirmak basin, Tokat is a noteworthy Anatolian city that has been a vital trade and culture center and hosted 14 states and many principalities throughout its 6000-years history. Tokat, located in the central part of the Black Sea Region of Turkey, has Samsun and Ordu in the north, Yozgat and Sivas in the south and east, and Amasya in the west. Its surface area is 10,072 km²; its altitude is, on average, 623 meters. The fertile plains of Tokat with 11 districts cover approximately 15.4% of the province's land (Tokat Provincial Directorate of Culture and Tourism, 2022).

There is a rising trend in gastronomic tourism in Tokat as in Turkey (Arslan, 2020). Tokat cuisine, rich in gastronomy and notable for its wide variety and delicious tastes, offers wonderful experiences to its residents, visitors, guests and tourists (Yaylacı & Mertol, 2021).

In this context, some of the well-known noteworthy local foods are Tokat kebab, Tokat Grape Leaf, Tokat Tomato, Tokat Sarma, Cevizli Bat, Keşkek, Madımak, Dolma with broad bean (*Vicia faba*), Dolma with Meat, Chickpea Leavened Walnut Bun, Tokat Yağlısı, Tokat Bagel, Tokat Bread, Çemen, Zile Pekmez (Molasses), Zile Kömesi (Churchkhela), Pestil (dried fruit rolls) and Zambak Reçeli (Jam with lilies) (Kendir & Arslan, 2020; Yaylacı & Mertol, 2021).

The Significance of Geographical Indications on Gastronomic Tourism

A geographical indication is the only type of industrial property right tied to a particular place and represents a relationship between a product and its geographical origin. Therefore, a product

with high quality and a good reputation among consumers, is defined by a region or geography and some or all of its features originate from this region (Çekal & Aslan, 2017). In general, geographical indication consists of the name of the place where the product is cultivated and/or produced such as olive oil produced in the Tuscany region of Italy and Roquefort Cheese produced in France (Gökovalı, 2007). For this reason, it is viewed as an element supporting tourism in the regional/local area and, thus, providing economic advantages (Tanrikulu & Doğandor, 2021). Jay and Taylor (2013) reported that tourists visit the Champagne region of France to taste the sparkling wine of Champagne which is produced in that region and has a geographical indication, and thanks to the wine, tourism activities in the region revived. Likewise, Italian pizza and pasta are known worldwide, and tourists travel to Italy to taste these products (Kan, Gülçubuk, Küçükçongar, 2012).

A geographical indication ensures that the gastronomic elements are lawfully protected from being imitated and that the products' unique preparation methods and origins are recorded. For this reason, geographical indication is a practice that gastronomy tourists really care about (Canbolat & Çakıroğlu, 2020). Owing to the strong relationship between the origins of a product, geographical indications contribute revival of tourism by enticing consumers to the region where the product originated. Accordingly, tourism, regarded as an essential element for understanding regional development, is acknowledged as a significant sector enabling local and regional products to come to prominence (Çekal & Aslan, 2017). Geographical indications provide crucial opportunities for rural development. They could help to sustain economic activities and settlement in rural areas and improve the living standards of the residents. The rural population is the prime benefi-

ciary of these products in terms of income and employment generation. Moreover, through an effective protection and marketing process, the economic activities in rural areas can increase further not only by the growth of geographical indications production but also by developments in the other sector (Kan, Gülçubuk, Küçükçongar, 2012). Geographical indication, an influential tool in raising awareness about local products and thus increasing the contribution of these products to the rural economy, is a very vital concept for preventing migration from rural areas to urban areas, providing permanent income and employment, going into production more regularly and advancing the quality of the product. Likewise, geographical indications aid not only to boost the recognition of the production place but also create some external benefits such as the increase in economic activity of other sectors that have a close relationship with the geographical indication products. For example, an increase in tourism activity due to recognized geographical indication not only provides advantages to the producer but also creates income and employment opportunities in other sectors such as hotel services for accommodation, gift shops and restaurants (Dogan & Gokovali, 2012).

However, for the sustainability of the indication, a product with a geographical indication has to reach the standards specified within the scope of the indication, carry certain features of the product and meet the required quality standards, which are the most critical factors. For sustainable gastronomic tourism, both protecting the local gastronomic heritage and providing local economic development by supporting the local people is of great importance (Şimşek & Güleç, 2020).

Description of Tokat Kebab

‘Tokat kebab’, made in Tokat province, takes its name from the fact that it has been made in Tokat region for years with its unique preparation methods. Before it became a commercial product in Tokat and its surrounding areas, it was cooked in village houses on special days. The Turkish Patent and Trademark Office registered Tokat kebab as of 26.08.2013 in accordance with the 12th article of the Decree-Law on the Protection of Geographical Indications No. 555 with the designation of origin number 188 (Turkish Patent and Trademark Office, 2022). It can be defined as a kebab prepared by combining its ingredients, shaping them according to its unique preparation methods and cooking it on a particular Tokat kebab stove.

Generally, other kebab types in Turkish cuisine are meat-heavily. The most preferred meat dishes by foreign tourists are respectively Iskender kebab (94.5%), Adana kebab (92.4%) and Döner kebab (90.0%) (Mankan and Özçelik 2016). Also, Cağ Kebab (Kara, 2017; Polat Üzümcü and Denk 2019), Sırık kebab (Akyol 2018), Furun kebab (Algan Özkök and Aydınli, 2022) and Ortaklar Shish kebab (Gün and Bucak, 2022) are examples of other meat-heavily kebab types.

Unlike other kebab types in Turkish cuisine, Tokat kebab has distinctive qualities such as consisting high proportion of vegetables besides meat and being cooked on a particular stove. Yaylacı and Mertol (2021), Kızılaslan and Tayfur (2014), Erdem (2015), and Sağır (2012) stated that Tokat kebab has a substantial place in Tokat culinary culture. Arslan, Kendir & Bozkurt (2021) in their study reported that Tokat kebab has gained prominence as the most preferred local food of the visitors that came to Tokat. Arslan (2020) in his study found that the

most prominent words in the word cloud obtained from the positive comments about Tokat kebab were “delicious, recommend, satisfying, meat, vegetables and good”. Thus, tourists reported that they were satisfied with their Tokat kebab experience and that its flavour and satiety were at the forefront. Besides, it was truly significant for tourists to note that they will recommend it to other people. Kendir and Arslan (2020) in their study remarked that Tokat kebab, one of the gastronomic delicacies of Tokat province, is preferred more and it is essential to bring it to the forefront concerning gastronomic tourism. Sadaklıoğlu and Aşık (2019) in their study expressed that Tokat kebab is the most desired feature expected to be advertised in Tokat. Topbaş (2019) in the study of questioned whether producers and consumers knew the geographically marked products of Tokat province found that 68.75% of the former participants knew about Tokat kebab whereas 69.26% of the latter indicated that Tokat kebab is a well-known product.

What makes Tokat kebab peculiar to the Tokat region is the preparation method and the qualities of the foodstuffs utilized in production. As stated by the Turkish Patent and Trademark Office in the geographical indication registry document of Tokat kebab, the distinctive qualities of the foodstuffs in the kebab composition and the final product are as in the following;

1. Meat and tail fat used in Tokat kebab must be from 6-9 months old male lambs of Karayaka sheep raised in natural environment or on highlands,
2. Pepper, one of the vegetables used in Tokat kebab, must be Tokat pepper,
3. Tokat kebab is distinguished from other kebabs with its unusual cooking technique,

4. Tokat kebab is cooked on a stove peculiarly designed for it,

5. The serving of Tokat kebab is unique (Turkish Patent and Trademark Office, 2022).

Features of the Tokat Kebab Stove

The Tokat kebab stove consists of 6 parts. These are the firebox, chimney, metal shaft for hanging skewers, pan, oil collection pan and skewer for taking out the kebab. Tokat kebab stove is entirely dissimilar from other known kebab stoves. Examining the kebab stove from the front, it is noticed that it consists of three different parts. The first of these is the oil collection pan part, the second is the entry part where the kebab skewers are positioned within the stove, and the third part at the top is the chimney. When the interior part is examined, at the center of it, there is a horizontal metal shaft extending along with the stove, on which kebab skewers hung. On both sides of this horizontal metal shaft, adjacent to the side walls (fire bricks), there are sections where the fire is lit, extending along with the stove. These parts are located at a lower level of the metal shaft for hanging skewers. At the bottom, there is a long, rectangular, curved-forward pan again extending along with it. Just below the front part of the pan, there is an oil collection pan where melted meat fat and tail fat on skewers are collected and drained through the pan (Turkish Patent and Trademark Office, 2022).

Preparation of Tokat Kebab

The process of Tokat kebab basically consists of three steps. These steps are placing the ingredients on skewers, cooking and serving.

Placing the ingredients on skewers: During that step, a walnut-sized tail fat is placed on the

top of the skewer. The eggplant is positioned under the tail fat right after the potato slice. Yet, eggplant needs to go through various pre-treatments. The eggplants, separated from the stem and sliced in half lengthwise from the middle, are divided into 2 or 3 parts. The inner surfaces of the eggplants are pressed with the ground rock salt and then the surfaces of the two slices are rubbed together. The inner surface of the

eggplant slice facing upwards is placed on the skewer at an angle of 70-80°. Potatoes are again put under the eggplant while the meat is placed under the potatoes. This process is duplicated four or five times. If the lamb meat is not very fatty, small tail fat can be placed with the meat. Tomatoes, peppers and garlic are positioned on separate skewers as a whole (Figure 2).



Figure 2. Preparation and skewer arrangement of Tokat Kebab (Turkish Patent and Trademark Office, 2022)

Cooking: One of the most important features of Tokat kebab is that the prepared skewers are attached vertically to the metal shaft in the middle of the kebab stove and cooked with the fire and embers burning on both sides. The cooking time of the kebab is about 20-25 min. Kebab skewers are first put in front of the kebab stove. Kebab

is kept in this section for almost 10-12 min as it is expected to turn brown with an oak wood fire burning in the front part. After the kebab turned brown, the skewers are moved to the back of the stove utilizing the skewer for taking out the kebab (Figure 3). The embers in the back part of the kebab stove are ensured to fry the ke-

bab. Here the cooking time lasts nearly 10-12 min, too. If the potatoes are fried until golden brown, it is decided to take out the kebab from the stove.



Figure 3. Cooking Kebab in Tokat Kebab Oven (Turkish Patent and Trademark Office, 2022)

Serving: Tokat kebab is usually pulled in trays. If the kebab is prepared for one person, it can also be pulled on the serving plates. The word pull means removing the kebab from the skewer. Three thin lavash slices of bread are laid on the bottom of the tray in which the kebab will be served. First, the skewer on which the tomatoes were placed is removed in the middle of the tray. They are quickly peeled and chopped with a knife. Later, the kebab on the skewers is removed around the tomatoes pulled in the middle, without spoiling the ingredient order described above (tail fat-potato-eggplant-potato-meat). After that, the peppers are positioned on the kebab. Next, the garlic is placed as a whole in different parts of the tray according to the number of people. Finally, the melted tail fat collected in the oil collection pan in the lower part of the stove is poured over the kebab tray and the kebab is ready to serve (Figure 4) (Turkish Patent and Trademark Office, 2022).



Figure 4. Tokat Kebab Serving (Turkish Patent and Trademark Office, 2022)

Conclusion and Recommendations

Rapid urbanization, population growth and globalization in the world have a great impact on the field of culture as well as in many other fields, and they threaten local cultural assets and values. Gastronomic values, important components of cultural heritage, are also negatively affected by this process and many local gastronomic products are in danger of extinction. In this context, it is believed that studies aimed at introducing our traditional foods and dishes to the younger generations at home and abroad should become widespread.

In gastronomic tourism, the local tastes of the region are as significant as other cultural values. Therefore, ensuring the same quality of the product and having geographical indication is really crucial. Geographical indications establish a connection between the product and the name of the geographical region where the product originated. Hence, these indicators are an effective marketing tool for attracting consumers' attention to the regions. Certifying foods, beverages or other goods specific to a particular region with geographical indication is essential for their standardization and recognition of them.

In the current study, the product definition, distinctive features, preparation methods, registered features and distinguishing features of Tokat kebab, which has a high gastronomic value among other geographically marked products, were highlighted in line with the Geographical Indication Registry Document. Unlike other kebab types in Turkish cuisine, Tokat kebab is distinguished from many others with its high proportion of vegetables besides meat, being cooked on a stove peculiarly designed for it and its special serving procedures.

The following conclusions can be drawn from the present study that chefs should be trained to preserve the local foods and beverages, particularly Tokat kebab, which are our gastronomic values; if possible, gastronomy and culinary arts departments ought to be founded in every province so that future generations are informed about local cuisines; various events like festivals and carnivals should be organized for the promotion of geographical indication products by means of that more tourists may visit the region and thus local products may be demanded more, and scientific studies ought to be supported and their numbers should be increased to protect cultural values.

References

- Agrawal, J., Kamakura, W. A. (1999).** Country of origin: A competitive advantage? *International Journal of Research in Marketing*, 16(4), 255-267. Doi: 10.1016/S0167-8116(99)00017-8
- Akyol, C. (2018).** Boyabat mutfak kültüründe Sırık kebabının gastronomi açısından önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (Ek Sayı 1), 142-156. <https://dergipark.org.tr/en/pub/guntad/issue/38617/447903>
- Algan Özkök G., Aydınli F. (2022).** Yöresel bir ürün olan Konya Furun kebabı ve genel özellikleri hakkında nitel bir araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1) 83 - 94. Doi: 10.33083/joghat.2022.115
- Arslan, E. (2020).** Çevrimiçi gastronomik turist deneyimlerinin içerik analiziyle incelenmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 442-460. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ahbvtfd/issue/58426/817302>

- Arslan, E., Kendir, H., Bozkurt, H. Ö. (2021).** Gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin yöresel yiyecek tercihleri: Tokat ili. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2021, Special Issue 5, 261-275. Doi:10.21325/jotags.2021.954
- Canbolat, E., Çakıroğlu, F. P. (2020).** Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme: Samsun mutfağına yönelik bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 937-957. Doi: 10.21325/jotags.2020.588
- Çekal, N., Aslan, B. (2017).** Gastronomik bir değer olarak tarhana ve coğrafi işaretlemede tarhananın yeri ve önemi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 124-135. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/guntad/issue/33598/358291>
- Çam, O., Çılğınoğlu, H. (2021).** Yöresel mutfakların gastronomi turizmindeki önemi: Kastamonu mutfağı örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192. Doi: 10.37847/Tdtad.885081
- Dogan, B., Gokovali, U. (2012).** Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 761-765. Doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.128
- Erdem, B. (2015).** Contribution of the tourism on economy: Tokat sample. *Journal of International Management Educational and Economics Perspectives*, 3(1), 29-38. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jimeep/issue/32347/356504>
- Everett, S., Aitchison, C. (2008).** The role of food tourism in sustaining regional identity: a case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167. Doi: 10.2167/jost696.0
- Gök, S.A., Sezgin, A.C., Yıldırım, F. (2017).** Gastronomi alanında Maraş tarhanasının değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 61-70. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/31743/348003>
- Gökovaı, U. (2007).** Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniibd/issue/2692/35424>
- Güllü, M., Karagöz, Ş. (2019).** Yöresel bir gastronomik ürün incelemesi: Zile kömesi. *Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 5(3), 367-375.
- Gün, A. Bucak, T. (2022).** Coğrafi işaretli Ortaklar Çöp Şiş kebabının üretim standartlarına uygunluğu üzerine bir araştırma. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 6(1), 199-230. Doi: 10.32958/gastoria.1033840
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C. (2010).** Culinary tourism-a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Jay, T., Taylor, M. (2013).** A case of champagne: a study of geographical indications. *Corporate Governance eJournal*, 29, 1-31.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M. (2012).** Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılması olanakları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012 (1), 93-101. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kmusekad/issue/10214/125533>
- Kara, A. (2017).** A traditional Turkish palate taste: Cağ Kebab. *Open Access Library Journal*, 4, e4120. Doi: 10.4236/oalib.1104120

Kendir, H., Arslan, E. (2020). Gastronomi turizmi açısından yöresel lezzetlerin duygusal değer boyutunda incelenmesi Tokat ili örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sonbahar Özel Sayısı I/II, 130-138. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Gopsbad/Issue/57502/789444>

Kızılaslan, N., Tayfur, U. (2014). Tokat ilinin ekoturizm/kırsal turizm potansiyeli ve swot analizi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (9), 45-61.

Lee, K.-H., Packer, J., Scott, N., (2015). Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and non-members. *Tourism Management*, 46, 1-10. Doi: 10.1016/j.tourman.2014.05.008

Polat Üzümcü, T., Denk, E. (2019). Erzurum ile özdeşleşmiş bir lezzet: Oltu Çağ Kebabı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 463-483. Doi: 10.21325/jotags.2019.373

Mankan, E. Özçelik, A. Ö. (2016). Yabancı turistlerin Türk mutfağındaki et yemeklerine ilişkin görüşleri. *Kesit Akademi Dergisi*, 2(6), 164-177. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kesitakademi/issue/59840/864758>

Sadaklıoğlu, H., Aşık, A. K. (2019). Şehir pazarlaması kapsamında şehir imajının ölçümü: Tokat örneği. *Enderun*, 3(1), 1-15. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/enderun/issue/44778/493271>

Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı. *Electronic Turkish Studies*, 7(4), 2675-2695. Doi: 10.7827/Turkishstudies.3834

Shenoy, S. S. (2005). Food tourism and the culinary tourist. Doktora Tezi, Clemson Üniversitesi, Güney Karolina, ABD.

Şimşek, A., Güleç, E. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürün: Elazığ Orciği. *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81. <https://Dergipark.Org.Tr/En/Pub/Aydingas/Issue/56175/703550>

Tokat Provincial Directorate of Culture and Tourism (2022). Tokat. <https://tokat.ktb.gov.tr/tr-60574/genel-bilgiler.html>

Tanrikulu, M., Doğandor, E. (2021). Coğrafi işaretleri ve coğrafi işaret potansiyeliyle Bolu ili. *Journal of Institute of Social Sciences*, 12(1), 223-257.

Topbaş, N. T. (2019). Yerel ve kırsal kalkınmada coğrafi işaret: Zile pekmezi araştırması. Yüksek Lisans Tezi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Turkish Patent and Trademark Office (2022). Geographical indication and traditional product name. <https://www.turkpatent.gov.tr/cografisi-isaret>

Yaylacı, S., Mertol, H. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: Tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 313-334.

Yıkılmış, S., Ünal, A. (2016). The importance of geographical indication in gastronomy tourism: Turkey. *International Journal of Agricultural and Life Sciences- IJALS*, 2(4), 73-79. Doi: 10.22573/spg.ijals.016.s12200069

Su Ürünleri Tüketimini ve Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler¹

Furkan DURSUN

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü
fd4159@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5785-1311

Bahar GÜMÜŞ

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü
bahargumus@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9232-8481

Geliş tarihi / Received: 16.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 01.11.2022

Öz

Bu çalışma, tüketicilerin su ürünleri tüketim tercihleri ve davranışlarında etkili olan faktörler üzerine yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Su ürünleri tüketiminde etkili olan itici güçler ve engelleyici faktörler; tüketicilerin fiyat ve kolaylık algıları, tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, sağlık inançları, su ürünleri tüketme alışkanlığı, su ürünlerinin duyuşal özellikleri, su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi, su ürünlerinin sürdürülebilirliği, su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik ve yiyecek korkusu gibi başlıklar altında incelenmiştir. Su ürünleri tüketici davranışının anlaşılmasında ise tüketici niyet ve davranışlarını açıklamada en sık kullanılan gerekçeli eylem kuramı (GEK) ve planlı davranış kuramını (PDK) kapsayan çalışmalar dikkate alınmıştır. Yapılan çalışmalara göre, araştırmacıların planlı davranış kuramının temel bağımsız değişkenleri olan tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol (ADK) değişkenlerinin yanı sıra sağlık katılımı/ilgisi, geçmiş deneyimler, alışkanlıklar, fiyat algısı ve yiyecek korkusu gibi değişkenleri de su ürünleri tüketici davranışlarının açıklanmasında kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Gerekçeli eylem kuramı, planlı davranış kuramı, tüketici niyeti ve algısı.*

¹ Bu çalışma, birinci yazarın yüksek lisans tezinden özetlenmiştir.

DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i10010

Factors Affecting Seafood Consumption and Consumer Behaviors

Abstract

This study covers the studies of the factors affecting the consumption preferences of seafood consumers and their behaviors. Factors affecting the consumption of seafood such as driving forces and inhibiting factors; price and convenience perceptions of consumers, socio-demographic characteristics of consumers, health beliefs, habits of consuming seafood, sensory characteristics of seafood, production place and method of seafood, sustainability of seafood, competence in determining quality and freshness criteria of seafood and food neophobia were examined. In the understanding of seafood consumer behavior, studies covering the theory of reasoned action (TRA) and the theory of planned behavior (TPB), which are the most frequently used in explaining consumer intention and behaviors, were taken into account. According to the studies, it was seen that the researchers used variables such as health participation/interest, past experiences, habits, price perception and food neophobia, as well as the main independent variables of the theory of planned behavior, such as attitude, subjective norm, and perceived behavioral control (PBC) in explaining aquatic foods consumer behavior.

Keywords: Reasoned action theory, planned behavior theory, consumer intention and perception.

Giriş

Su ürünleri, beslenme ve küresel gıda güvenliği açısından hayati bir öneme sahip olmakla birlikte (Food and Agriculture Organization [FAO], 2018) çoklu doymamış yağ asitlerine sahip olması, esansiyel amino asitler yönünden zengin protein içeriği, vitaminler ve mineraller gibi birçok mikro besin ögesine kaynaklık etmesi sebebiyle dengeli ve sağlıklı bir diyetin ana bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Nesheim ve Yaktine, 2007). Ayrıca, fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilen balığın, yüksek besin değeri ve içerdiği faydalı besin öğeleri sayesinde insan vücudunun doğru bir şekilde gelişmesine ve çalışmasına katkı sağlarken, belirli hastalıklara yakalanma riskini de azalttığı belirtilmektedir (Sidhu, 2003). Çoğu bitkisel bazlı gıdaya göre demir, iyot, kalsiyum gibi mineral madde, D vitamini ve esansiyel amino asitler ve yağ asitleri gibi insan sağlığı için önemli besin öğelerini içeren balık ve su ürünlerinin, diyet içerisinde düzenli olarak yer aldığı takdirde ruh

ve göz sağlığının korunması, inme ve kardiyovasküler hastalıkların önlenmesi gibi etkilere de sahip olduğu bilinmektedir (FAO, 2018). Su ürünlerinin, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde beyin gelişimine katkı sağladığı için özellikle bu dönemlerde besleyici bir diyetin önemli besin maddelerinden olduğu ifade edilmekle birlikte, kalori alımı yoğun şekilde lifli yiyeceklere bağlı olan gelir seviyesi düşük toplumlarda, nispeten ucuz ve erişimi kolay yiyecekler olması sayesinde besin çeşitliliği ve protein kaynağı açısından da çok önemli bir yer tuttuğu ifade edilebilir. Bir diğer yönden, kötü depolama koşulları, taşıma, işleme gibi süreçlerden kaynaklı kontaminasyon sonucunda gıda güvenliği riskleri oluşabilmesine rağmen, su ürünleri insan sağlığı açısından olumlu özellikleriyle bilinen ve tüketilen gıdalardır (FAO, 2018; World Health Organization [WHO], 2011).

Beslenme, insan sağlığı ve beden gelişimi üzerinde rol oynayan önemli faktörlerden biridir. Sağlıklı bir beslenme için yiyeceklerin seçim

ve tüketim aşamalarında dikkatli olunmalıdır. Bir diğer yandan son dönemlerde, çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından sağlıklı beslenme konusunun ilgi odağı haline getirildiği görülmektedir (Leek, Maddock ve Foxall, 2000; Verbeke ve Vackier, 2005). Tüketicilerin sağlıklı beslenmesi için su ürünleri tüketiminin artırılması ve teşvik edilmesinin önemli olduğu belirtilmektedir (Verbeke ve Vackier, 2005). Ancak dünya genelinde artan sağlıklı beslenme eğilimine rağmen su ürünlerinin tüketim oranlarının halen önerilen seviyelerde (haftada en az 2 porsiyon) olmadığı görülmektedir. Dünya genelinde kişi başı su ürünleri tüketiminin, 2019 yılında 20,5 kg olduğu açıklanmıştır (FAO, 2022). Diğer bir yönden ülkemizde de su ürünlerinin tüketim oranları halen düşük seviyelerdedir. 2020 yılı itibarıyla, Türkiye’de kişi başı su ürünleri tüketimi 6,7 kg olarak bildirilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021). Dünya geneline bakıldığında ise farklı ülkelerde gerçekleştirilen çalışmalar (Altintzoglou, Vanhonacker, Verbeke ve Luten 2011; Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunsø ve Olsen 2007; Verbeke vd., 2008) incelendiğinde benzer şekilde katılımcıların tavsiye edilen tüketim miktarının altında balık ve su ürünleri tükettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda, sağlıklı beslenme yaklaşımı üzerine artan ilgiye rağmen sağlıklı ve besleyici özellikleriyle öne çıkan su ürünlerinin yeterli miktarda tüketilmesinin arkasındaki nedenlerin incelenmesi, halen devamlılığını sürdüren güncel ve önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut çalışmada, alanyazın bağlamında su ürünleri tüketiminde etkili rol oynayan itici güçler, engelleyici faktörler ve tüketici davranışları incelenmiştir.

Su Ürünleri Tüketiminde İtici Güçler ve Engelleyici Faktörler

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, su ürünleri tüketimine etki eden itici güçler ve engelleri açıklamaya yönelik yapılan çalışmalarda, araştırmacıların genellikle su ürünlerinin sağlık ve beslenme açısından yararları, tavsiye edilen tüketim miktarının genel olarak tüketilmesi ve toplum sağlığının iyileştirilmesi için su ürünleri tüketiminin artırılması konuları üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmiştir (Altintzoglou vd., 2011; Verbeke vd., 2008). Su ürünleri tüketiminde öne çıkan itici güçler; duyuşsal özellikler, algılanan sağlık inançları ve su ürünleri tüketme alışkanlıkları açısından değerlendirilmektedir. Su ürünleri tüketimine etki eden engelleyici faktörler ise duyuşsal olarak su ürünlerinden hoşlanmama (kılıçık, doku, koku), sağlık riski endişeleri, yüksek fiyat algısı, zorluk algısı (satın alma, hazırlama ve tüketim için harcanan zaman, çaba ve nitelikler), kişilerin su ürünleri seçme ve hazırlama konusunda yeterli seviyede bilgi ve beceri sahibi olmaması, yiyecek korkusu olarak verilmektedir. Carlucci vd. (2015), balık ve su ürünlerine yönelik tüketici satın alma davranışlarının araştırıldığı çalışmalarında, itici güçler ve engelleyici faktörlerin kişiden kişiye değişiklik göstererek birbiri yerine de kullanılabileceğini vurgulamışlardır. Özetle, bir kişi için balık ve su ürünleri tüketiminde engelleyici faktör olarak öne çıkan bir unsur, diğer bir kişi için itici bir güç olarak öne çıkabilmektedir. Bu kapsamda, su ürünleri tüketiminde etkili olan itici güç ve engelleyici faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

Tüketicilerin fiyat algısı

Su ürünleri, kapsadığı birçok farklı tür ile ucuz bir protein kaynağı olarak değerlendirilebileceği gibi pahalı bir ürün olarak da değerlendirilebilir. Su ürünleri, çok geniş bir fiyat aralığına sahip olmasına rağmen tüketiciler tarafından diğer protein kaynaklarına oranla daha pahalı ve ete göre daha az doyurucu olan bir yiyecek olarak algılanmaktadır (Carlucci vd., 2015). Alanyazındaki birçok çalışmada tüketicilerin yüksek fiyat algısı, su ürünleri tüketimine etki eden ana engellerden biri olarak gösterilmektedir (Brunso, Verbeke, Olsen, ve Jeppesen, 2009; Myrland, Trondsen, Johnston ve Lund 2000; Neale, Nolan-Clark, Probst, Batterham ve Tapsell, 2012; Olsen, 2004; Trondsen, Scholderer, Lund ve Eggen, 2003; Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte yapılan bazı araştırmalarda, fiyat ve su ürünleri tüketimi arasında bir ilişki kurulamamıştır (Birch ve Lawley 2012; Leek vd., 2000).

Tüketicilerin kolaylık algısı

Tüketiciler, birçok yiyecekte olduğu gibi su ürünlerini de hazırlarken zaman ve çaba yönünden tasarruf etmek istemektedir (Carlucci vd., 2015). Bu duruma paralel olarak basit, hızlı ve kolay hazırlanabilme özelliklerine sahip olması nedeniyle işlenmiş yiyecekler, günümüzde gittikçe önem kazanmaktadır (Birch, Lawley ve Hamblin, 2012). Tüketicilerin bu arzusunun bir yansıması olarak işlenmemiş (taze) ve işlenmiş su ürünlerine karşı (konservelenmiş, dondurulmuş su ürünleri vb.) bir kolaylık algısı meydana gelmektedir. Bu kapsamda, tüketiciler için taze balık ürünlerinin hazırlanması zor olarak değerlendirilirken, işlenmiş balık ürünleri hızlı ve kolay bir yemek seçeneği olarak algılanabilmektedir. Myrland vd. (2000), Norveç'te su ürünleri tüketiminin belirleyicileri üzerine yaptıkları çalışmada, balığın hazırlan-

ması zor bir yiyecek türü olarak algılanmasının işlenmemiş (taze) balıkların tüketimi üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu gözlemlenirken, işlenmiş balıklar üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Yine alanyazındaki bazı çalışmalarda, katılımcıların daha sık balık tüketmek istediklerini ancak birçoğunun balık hazırlamak için gereken zaman ve çabayı zorlaştırıcı olarak gördükleri ifade edilmektedir (Brunso vd., 2009). Bu bağlamda tüketicilerin kolaylık algısı, su ürünleri tüketiminin engelleyici faktörlerinden (işlenmemiş/taze) biri olabileceği gibi itici güçlerinden (işlenmiş/donmuş/konserve) biri de olabilmektedir.

Tüketicilerin sosyodemografik özellikleri

Alanyazında su ürünleri tüketimi davranışı kapsamında incelenen bir diğer çalışma konusu ise sosyodemografik özellikler ve tüketim arasındaki ilişkidir. Bu kapsamda yapılan çalışmaların sonucunda katılımcı grubuna bağlı olarak haliyle birbirinden farklı bulgulara ulaşılsa da tüketicilerin cinsiyeti (Verbeke ve Vackier, 2005), yaşı (Birch ve Lawley, 2012; Neale vd., 2012; Olsen, 2003; Verbeke ve Vackier, 2005), çocuk sahibi olma durumu (Verbeke ve Vackier, 2005), eğitim düzeyi (Myrland vd., 2000; Pieniak vd., 2007), yerleşim yeri (Verbeke ve Vackier, 2005), gelir düzeyi (Myrland vd., 2000; Trondsen, Braaten, Lund ve Eggen, 2004b) gibi özelliklerin su ürünleri tüketimi davranışı üzerinde etkili olduğu bildirilmektedir.

Tüketicilerin sağlık inançları

Tüketicilerin, sağlık inançlarının su ürünleri tüketiminin önemli bir itici gücü olduğu çeşitli araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır (Brunso vd., 2009; Olsen, 2004; Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunsø ve Olsen 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Su ürünlerinin çoklu doymamış yağ asidi içeriği, omega-3 ve esansi-

ysel amino asitler yönünden zengin protein içeriğinin yüksek olması, çeşitli vitamin ve mineral madde gibi besin öğeleri içermesi bakımından sağlık açısından yararlı bir besin olduğu bilgisine tüketicilerin sahip olduğu belirtilmektedir (Brunso vd., 2009; Neale vd., 2012; Stefani, Scarpa ve Cavicchi, 2012; Verbeke, Vermeir ve Brunso, 2007). Aynı şekilde, tüketicilerin sağlık bilinci ve katılımı/ilgisi ile balık ve su ürünleri tüketimi arasında pozitif bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Altintzoglou vd., 2011; Olsen, 2003; Sveinsdóttir vd., 2009; Trondsen, Braaten, Lund ve Eggen, 2004a; Trondsen vd., 2004a,b). Pieniak vd. (2008), sağlık konusunda kaygı sahibi olan insanların su ürünleri tüketimine yönelik eğilimlerinin yüksek olduğu belirtilmektedir. Bazı insanlar su ürünlerinin gıda güvenliği açısından herhangi bir problem içermediği fikrini benimsemekte (Hall ve Amberg, 2013), bazıları ise su ürünlerinin çeşitli kimyasal ve biyolojik gıda güvenliği risklerine karşı en hassas gıda maddeleri arasında yer aldığını düşünmektedir (Carlucci vd., 2015; Nesheim ve Yaktine, 2007;). Bu nedenle, bazı tüketicilerin su ürünlerindeki sağlık risklerinden dolayı endişe duyduğu belirtilmektedir (Neale vd., 2012). Bu kapsamda bazı araştırmacılar, tüketicilerin balık tüketiminin sağlık riskleriyle ilgili inançları ve sağlık risklerinin tüketici davranışları üzerindeki etkileri üzerine çalışmışlardır (Birch ve Lawley, 2012; Verbeke vd., 2007; Verbeke vd., 2008).

Su ürünleri tüketme alışkanlığı

Honkanen, Olsen ve Bas Verplanken (2005), alışkanlıkların su ürünleri tüketim niyeti üzerindeki önemini incelenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada, alışkanlığın su ürünleri tüketme niyetinin güçlü bir destekleyicisi olduğu belirtilmektedir. Aynı şekilde balık tüketiminin belirleyicilerinin ve öncüllerinin incelenmesini konu alan iki farklı çalışmada, alışkanlığın balık tüketim niyeti ve sıklığı üzerinde önemli ve pozitif

yönlü bir etkiye sahip olduğu bildirilmektedir (Juhl ve Poulsen, 2000; Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte tatmin edici geçmiş deneyimlerden beslenen alışkanlıklar, tüketicilerin su ürünleri tercihini oldukça güçlü bir şekilde etkilemektedir (Scholderer ve Trondsen, 2008). Son olarak, çocuklukta kazanılan balık tüketme alışkanlıklarının, ilerleyen çağlardaki balık tüketimi üzerinde olumlu bir katkısı olduğu gözlemlenmiştir (Birch ve Lawley, 2014).

Su ürünlerinin duyuşal özellikleri

Tat ve kişisel tercihler, yiyecek seçiminde önde gelen faktörler arasında bulunmaktadır (Pieniak vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Su ürünlerinin dokusu, lezzeti ve sağladığı tokluk hissi tüketicilerin tercihlerine şekil vermektedir (Brunso vd., 2009). Özellikle balığın nemli görünümü, kokusu, rengi gibi fiziksel ve duyuşal özellikleri kalitesinin ve tazeliğinin belirlenmesine yardımcı olur (Green, Draper ve Dowler, 2003; Hicks, Pivarnik ve McDermod2008). Bununla birlikte, duyuşal özellikler ürüne has olduğundan ve birçok su ürünü duyuşal özellikleri bakımından birbirine benzemediğinden yapılan çalışmalarda kişilerin su ürünlerinin duyuşal özelliklerine ilişkin değerlendirmelerinin, tüketim üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için genellikle balık veya diğer su ürünlerini yemeye karşı olan tutumları ölçülmüştür. Alanyazındaki birçok çalışmada, balık ve su ürünleri tüketmeye yönelik olumlu tutumların, tüketim sıklığı ile güçlü ve olumlu bir ilişkisi olduğu bulgusu saptanmıştır (Birch ve Lawley, 2014; Higuchi, Davalos ve Hernani-Merino, 2017; Petursdottir, 2017; Verbeke ve Vackier, 2005). Bu durumun tersi olarak su ürünlerinin duyuşal özelliklerinin (kokusu, kılçıklı yapısı, dokusu ve tadı) tüketicilerin olumsuz bir tutuma sahip olmasına da sebep olabileceği ifade edilmektedir (Birch ve Lawley, 2012; Brunso vd., 2009; Myrland vd., 2000; Verbeke ve Vackier, 2005).

Su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi

Su ürünlerinin üretim yeri, tüketici tercihleri üzerinde etkili olan önemli değişkenlerden biridir. Yapılan çalışmalarda, tüketicilerin yerli su ürünlerinin ithal olanlara kıyasla daha kaliteli, güvenli ve taze olduğu algısına sahip oldukları belirtilmektedir (Birch vd., 2012; Brunso vd., 2009; Stefani vd., 2012). Brunso vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların ithal yerine yerli su ürünlerini kalite, tazelik, gıda güvenliği açısından ve ülke balıkçılık endüstrisini desteklemek amacıyla tercih ettikleri ifade edilmektedir. Bu duruma benzer şekilde tüketicilerin ülke ve kültürlerine olan bağlılığın yerli su ürünlerinin tüketimi üzerinde etkili olabileceği belirtilmektedir (Birch vd., 2012; Stefani vd., 2012). Bazı çalışmalarda ise balıkların üretim yönteminin önemli olduğu, doğal avlanan balıkların tüketiciler tarafından tat, güvenlik, sağlık faydası, kalite ve besin değeri bakımından çiftlik balıklarına oranla daha üstün olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır (Brunso vd., 2009; Hall ve Amberg 2013; Verbeke vd., 2007). Bununla birlikte çiftlik balıklarına karşı algıları olumlu olan (Cardoso, Lourenço, Costa, Gonçaves ve Nunes, 2013; Sveinsdóttir, vd., 2009) ve bunları sağlıklı, güvenli ve sürdürülebilir olarak değerlendiren tüketicilerin olduğu da gözlemlenmiştir (Hall ve Amberg, 2013; Vanhonacker, Altintzoglou, Luten ve Verbeke, 2011)

Su ürünlerinin sürdürülebilirliği

Küresel su ürünleri talebinin ve aşırı avlanma gibi sürdürülemez balıkçılık uygulamalarının artması, doğal su ürünleri kaynaklarında önemli bir azalmaya yol açmıştır. Bu durumun tersine çevrilmesi için çeşitli sertifikasyon programları, eko-etiketleme ve organik su ürünleri yetiştiriciliği gibi sürdürülebilir uygulamalar, kanun yapıcılar tarafından desteklenmektedir (FAO,

2014). Bununla birlikte alanyazın incelendiğinde sürdürülebilir uygulamalar ile üretilen su ürünlerinin, tüketicilerin balık ve su ürünleri tercihi üzerinde önemli ve pozitif bir etkisi olduğu (Jaffry, Pickering, Ghulam, Whitmarsh ve Wattage, 2004), ayrıca sağlık ve çevresel konularda endişeli olan tüketicilerin bu yolla üretilen ürünler için daha fazla ödeme yapmaya istekli oldukları gözlenmiştir (Brécard, Hlaimi, Lucas, Perraudau ve Salladarré, 2009; Stefani vd., 2012)

Su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik

Su ürünlerinin kalitesinin ve taze olup olmadığının belirlenmesi, su ürünleri tüketiminin önünde önemli bir engel olarak görülmektedir (Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte su ürünlerinin özellikle de işlenmemiş (taze) olanların satın alınması ve tüketime hazırlanması, önemli derecede bilgi ve beceri birikimi gerektirmektedir. İlgili çalışmalar incelendiğinde birçok tüketicinin su ürünlerinin değerlendirilmesi, seçilmesi, hazırlanması ve pişirilmesinde zorluk yaşadığı gözlemlenmiştir (Juhl ve Poulsen, 2000; Sveinsdóttir vd., 2009). Bu kapsamda düşük seviyede bilgi ve beceri birikiminin kişilerin su ürünleri tüketimi üzerinde olumsuz ve engelleyici etkileri olabildiği bildirilmektedir (Birch vd., 2012; Lawley, Birch ve Hamblin, 2012; Neale vd., 2012).

Yiyecek korkusu

Yiyecek korkusu, insanlarla birlikte birçok canlıyı toksik olabilecek yiyecekleri tüketmekten koruyan evrimsel bir hayatta kalma mekanizmasıdır (Alley, 2018; Rozin ve Vollmecke, 1986). Yiyecek korkusu, kişileri aşına olmadıkları yiyeceklerin potansiyel tehlikelerine karşı korumasına rağmen yiyeceğin tüketim miktarına (Koivisto ve Sjoden, 1996), kalitesine, çeşit-

liliğine (Costa, Silva ve Oliveira, 2020; Knaapila vd., 2007; Knaapila vd., 2011; Maiz ve Balluerka, 2016; Siegrist, Hartmann ve Keller 2013; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001) ve yiyecekte alınan hazza (Mustonen, Oerlemans ve Tuorila, 2012) olumsuz yönde etki ederek beslenme alışkanlıkları üzerinde kısıtlamalara ve tekdüzeliklere (Choe ve Cho, 2011, s.671; Park ve Cho, 2016) neden olabilir. Bu durumla birlikte yiyecek korkusu, alışılmadık/olağandışı yiyeceklerin reddedilmesinin ötesine uzanarak, günlük diyeti oluşturan birçok yaygın yiyeceği de kapsayabilir (Jaeger, Rasmussen ve Prescott; 2017). Balığın duyuşsal özelliklerinin yanı sıra kılçıklarının yutulma korkusu da (Bi, House ve Messina, 2011) tüketicilerde hem yiyecek korkusuna hem de hoşnutsuzluğa sebep olabilir. Ek olarak, balık özellikle çocuklarda, tüketimi yiyecek korkusu

tarafından en fazla engellenen yiyecek grupları içerisinde yer almaktadır (Breen, Plomin ve Wardle, 2006; Cooke, Carnell ve Wardle, 2006). Bu bağlamda, balık ve su ürünleri hem yetişkinlerin hem de çocukların yüksek düzeyde yiyecek korkusu duyabileceği ve hoşnut olmayacağı besin grupları içerisinde yer alabilir (Knaapila vd., 2011).

Su Ürünleri Kapsamında Tüketici Davranışları

İlgili alanyazın incelendiğinde, tüketicilerin tercihleri (Brunso, 2003) ve su ürünleri tüketim davranışları (Scholderer ve Trondsen, 2008) üzerine çeşitli çalışmalar mevcuttur. Su ürünleri tüketimine yönelik niyet ve davranışların anlaşılmasını konu edinen birçok çalışmada, GEK ve PDK'dan yararlanıldığı gözlemlenmektedir. Konu ile ilgili çalışmalar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. GEK ve PDK kapsamında su ürünleri tüketim davranışını ele alan çalışmalar

Çalışma	Ülke/Katılımcı Sayısı	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler
Olsen (2001)	Norveç 932 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Balığa ait olumsuz duyuşsal özellikler Toplumsal normlar Manevi yükümlülükler	Su ürünlerine yönelik katılım/ilgi* Tüketim davranışı sıklığı
Olsen (2003)	Norveç 1070 katılımcı	Yaş Su ürünleri tüketmeye yönelik tutum* Sağlık katılımı/ilgisi* Kolaylık algısı*	Su ürünleri tüketim sıklığı
Verbeke ve Vackier (2005)	Belçika 429 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Honkanen vd. (2005)	Norveç 1579 katılımcı	Su ürünleri yönelik tutum Geçmiş Deneyimler Alışkanlıklar	Su ürünleri tüketme niyeti
Tuu, Olsen, Thao ve Anh (2008)	Vietnam 621 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Tanımlayıcı norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Olsen., Heide, Dopico ve Toften (2008)	Norveç-İspanya 443 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık burgeri tüketme niyeti
Aghamolaei, Tavafian ve Madani (2012)	İran 321 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı

Su Ürünleri Tüketimini ve Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler

Thong ve Olsen (2012)	Vietnam 208 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Siddique (2012)	Bangladeş 558 katılımcı	Kurutulmuş balık tüketmeye yönelik tutum Normlar Algılanan davranışsal kontrol Algılanan risk Bilgi düzeyi Fiyat ve maliyet	Kurutulmuş balık tüketme niyeti* Kurutulmuş balık tüketme sıklığı
Mitterer-Dalton, Carrillo, Queiroz, Fiszman ve Varela (2013)	Brezilya 200 katılımcı	Kilo kontrolü Sağlık* Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Geçmiş deneyimler Fiyat	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Mitterer-Dalton, Latorres, Queiroz, Fiszman ve Varela (2013)	Brezilya 200 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Tomic, Matulic ve Jelic (2015)	Hırvatistan 1151 Katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Balığa erişebilir olma (miktar/mevsimler) Algılanan davranışsal kontrol* Manevi yükümlülükler Sağlık ilgisi/katılımı	Taze balık tüketme niyeti* Taze balık tüketme sıklığı
Higuchi, Matulic ve Jelic (2017)	Peru 159 katılımcı	Sağlık Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Geçmiş Deneyimler Sosyo-ekonomik özellikler	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Petursdottir (2017)	İzlanda 735 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Ghifarini, Sumarwan ve Najib (2018)	Endonezya 120 katılımcı	Davranışa Yönelik Tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Karides tüketme niyeti
Fiandari, Surachman, Rohman ve Hussein (2019)	Endonezya 365 katılımcı	Algılanan değerler (parasal/sağlık) Balık tüketmeye yönelik tutum* Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Dursun (2020)	Türkiye 517 Katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Yiyecek Korkusu** Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Restoranda balık tüketme niyeti
Skallerud, Armbrecht ve Tuu (2021)	İsveç 1974 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol Çevre bilinci** Ürün katılımı/ilgisi**	Daha fazla balık tüketme niyeti Daha fazla sürdürülebilir üretim balık tüketme niyeti

*: Hem bağımlı hem de bağımsız değişken

** : Arbulucu etkisi incelenen değişken

GEK ve onun geliştirilmiş versiyonu olan PDK, yiyecek tüketim davranışını tahmin etmek ve açıklamak için yiyeceğin, kişinin ve çevrenin özelliklerini bir arada değerlendiren ve en çok tercih edilen kuramlardandır (Olsen vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Kısaca PDK, insan davranışları üzerinde etkili olabilecek değişkenlerin açıklanmasına yönelik geniş kapsamı nedeniyle başta sosyal psikoloji alanı olmak üzere sosyal bilimlerin hemen her alanında kullanılan bir kuramdır. Kuramın amacı, bireylerin davranışlarını niyet üzerinden tahmin edebilmek, anlamak ve açıklamaya çalışmaktır (Ajzen, 1985). Kurama göre, kişinin davranışsal niyetini üç temel bağımsız değişken etkilemektedir. Bu değişkenler; kişinin belirli bir davranış üzerine olumlu ve olumsuz değerlendirmelerinin sonucu olarak tanımlanabilen tutum, davranışı gerçekleştirmek veya gerçekleştirmemek için kişinin algıladığı toplumsal baskı olarak tanımlanabilen öznal norm ve son olarak kişinin bir davranışı gerçekleştirme konusunda algıladığı kolaylık ya da zorluk ve kontrol gücüne ilişkin inançlarından meydana gelen ADK değişkenleridir. ADK, tutum ve öznal norm değişkenlerinde de olduğu gibi niyet üzerinden davranışı etkileyebilir. Bunun yanı sıra ADK, tutum ve öznal norm değişkenlerinden farklı olarak niyeten bağımsız şekilde de davranış üzerinde etkili olabilir (Ajzen, 1991, s.184). Kuramın bağımlı değişkeni olan niyet değişkeni ise kişinin bir davranışı gerçekleştirmek için duyduğu arzu seviyesi ve gerçekleştirmeyi planladığı uğraşın yoğunluğu şeklinde ifade edilebilir (Ajzen, 1991). Bu bağlamda, kişinin bir davranışa yönelik tutum ve öznal normu ne kadar olumluysa ve ADK'si ne kadar yüksekse, kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirme niyeti de o kadar güçlü olacaktır (Ajzen, 1988, s.133; Ajzen, 2002). Aynı şekilde, kişinin davranışı gerçekleştirme niyeti ne kadar güçlü ise söz konusu davranışı gerçekleştirme ihtimali de o kadar yüksek olacaktır (Ajzen, 1991, s.179).

Alanyazında balık ve su ürünleri tüketim niyeti üzerinde etkili olan bağımsız değişkenlerin niyeti açıklama gücü, çalışmadan çalışmaya farklılık gösterirken, bazı çalışmalarda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. Bu duruma çalışmanın örneklem grubu, gerçekleştirildiği bölge ve kullanılan ölçme aracı gibi çeşitli unsurlar etki edebilir. Aynı şekilde çalışmaların birçoğunda tüketim niyetleri ve davranışlarının belirlenmesinde tutum, öznal norm ve ADK değişkenleri önemli rol oynamaktadır (Aghamolaei vd., 2012; Tuu vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Diğer yandan ise bazı çalışmalarda, araştırma modeline fiyat, sağlık katılımı/ilgisi, geçmiş deneyimler, çevre bilinci, yiyecek korkusu (Dursun, 2020; Siddique, 2012; Skallerud vd., 2021; Tomic vd., 2015) gibi farklı bağımsız veya aracı değişkenler eklenerek kuram farklı açılardan değerlendirilmiştir.

Sonuç

Su ürünleri, sahip olduğu yüksek besin değeri ve içerdiği faydalı besin öğeleri sayesinde beslenmemizde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, sağlık ve besleyicilik yönündeki faydalarından dolayı su ürünlerinin günlük diyet içerisinde yer alması ve haftada en az iki porsiyon tüketilmesi, bilimsel çalışmalar ışığında ilgili otoriteler tarafından vurgulanmaktadır. Ancak yapılan çalışmalarda, dünya genelinde tüketicilerin su ürünleri tüketim miktarları araştırıldığında önerilen miktarların altında kaldığı görülmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada su ürünleri tüketiminde tüketici tercihleri üzerinde etkili olan faktörler ve tüketici davranışları ile ilgili yapılan araştırmalar değerlendirilmiştir. Değerlendirilen araştırmalar bağlamında ortaya çıkan bulgular; tüketicilerin fiyat algısı, tüketicilerin kolaylık algısı, tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, tüketicilerin sağlık inançları, su ürünleri tüketme alışkanlığı,

su ürünlerinin duyuşal özellikleri, su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi, su ürünlerinin sürdürülebilirliği, su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik ve son olarak yiyecek korkusu başlıkları altında gruplandırılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Tüketim davranışı kapsamında ele alındığında, bahsi geçen başlıkların, bireylerin su ürünleri tüketimi üzerinde öznel bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Örnekle, su ürünlerinin duyuşal özellikleri, bazı tüketiciler için tüketimi engelleyici bir durum oluşturabilirken, bazıları için tüketimi motive eden itici bir güç olabilir. Bu bağlamda, ilgili konu başlıkları özelinde oluşan faktörlerin, tüketicilerin su ürünleri tüketim davranışları üzerinde tek yönlü bir etkiden ziyade beklenen durumun zıttı yönünde de bir etki gösterebileceği ifade edilebilir. Ek olarak, bu çalışma özelinde var olan birtakım sınırlılıklar, gelecekteki araştırmalar için yol gösterici olabilir. Öncelikli olarak bu çalışma kavramsal olarak ilerlemiştir, ilerleyen çalışmalarda araştırmacılar mevcut konu kapsamında nitel veya nicel araştırma desenlerinden yararlanarak daha kapsamlı ve derinlemesine bilgiler elde edebilir. Bu durumla beraber hangi faktörlerin katılımcı grupları özelinde öne çıktığını görebilir veya kıyaslayabilirler. Çalışmada, su ürünleri kapsamında tüketici davranışları yalnızca gerekçeli eylem ve planlı davranış kuramı kullanılan araştırmaların incelenmesi doğrultusunda ele alınmıştır. İlerleyen çalışmalarda bu kapsam genişletilerek davranışı açıklamaya çalışan diğer araştırmalarda konu içerine dâhil edilebilir. Bununla birlikte, su ürünleri tüketiminde itici güçler ve engelleyici faktörlerden birçoğunun planlı davranış kuramı kapsamında balık ve su ürünü tüketimi davranışını açıklamada kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Çalışmada öne çıkarılan itici güçler ve engelleyici faktörlere, gelecek çalışmalarda kuram içerisinde yeni değişkenler olarak yer verilerek tüketim niyeti ve davranışları daha geniş kapsamda açıklanabilir.

Kaynakça

- Aghamolaei, T., Tavafian, S. S., Madani, A. (2012).** Fish consumption in a sample of people in Bandar Abbas, Iran: Application of the theory of planned behavior. *Archives of Iranian Medicine*, 15(9), 545–548.
- Ajzen, I. (1985).** From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: Kuhl, J., Beckman, J. (Eds.). *Action Control. From Cognition to Behaviour* (pp. 11-39). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag
- Ajzen, I. (1988).** Attitudes, Personality and Behavior. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991).** The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002).** Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Alley, T. R. (2018).** Conceptualization and Measurement of Human Food Neophobia. In: Reilly, S. (Ed.). *Food Neophobia* (pp. 169-192). United Kingdom: Woodhead Publishing
- Altintzoglou, T., Vanhonacker, F., Verbeke, W., Luten, J. (2011).** Association of health involvement and attitudes towards eating fish on farmed and wild fish consumption in Belgium, Norway and Spain. *Aquaculture International*, 19(3), 475–488.
- Bi, X., House, L., Messina, J. R. (2011).** Identifying the Attitudes and Preferences of Parents and Children for Seafood: Summary of Focus Groups Results. *FAMRC Industry Report*, 11-1. <https://fred.ifas.ufl.edu/pdf/agmarketing/pubs/2000s/focusgroup11.pdf>

- Birch, D., Lawley, M. (2012).** Buying seafood: Understanding barriers to purchase across consumption segments. *Food Quality and Preference*, 26(1), 12-21.
- Birch, D., Lawley, M. (2014).** The role of habit, childhood consumption, familiarity and attitudes across seafood consumption segments in Australia. *Journal of Food Products Marketing*, 20(1), 98–113.
- Birch, D., Lawley, M., Hamblin, D. (2012).** Drivers and barriers to seafood consumption in Australia. *Journal of Consumer Marketing*, 29(1), 64–73.
- Brécard, D., Hlaimi, B., Lucas, S., Perraudau, Y., Salladarré, F. (2009).** Determinants of demand for green products. An application to eco-label demand for fish in Europe. *Ecological Economics*, 69(1), 115–125.
- Breen, F. M., Plomin, R., Wardle, J. (2006).** Heritability of food preferences in young children. *Physiology and Behavior*, 88(4-5), 443-447.
- Brunso, K. (2003).** Consumer Research on Fish in Europe. In: Luten, J. B., Oehlenschlager, J., Olafsdottir, G. (Eds.). *Quality of Fish From Catch to Consumer: Labelling, Monitoring and Traceability* (pp. 335-344). Wageningen: Wageningen Academic Publishers
- Brunso, K., Verbeke, W., Olsen, S. O. Jepsen, L. F. (2009).** Motives, barriers and quality evaluation in fish consumption situations, exploring and comparing heavy and light users in Spain and Belgium. *British Food Journal*, 111(7), 699–716.
- Cardoso, C., Lourenço, H., Costa, S., Gonçalves, S., Nunes, M. L. (2013).** Survey into the seafood consumption preferences and patterns in the Portuguese population. Gender and regional variability. *Appetite*, 64, 20–31.
- Carlucci, D., Nocella, G., De Devitiis, B., Viscecchia, R., Bimbo, F., Nardone, G. (2015).** Consumer purchasing behaviour towards fish and seafood products. patterns and insights from a sample of international studies. *Appetite*, 84, 212–227.
- Choe, Y. J., Cho, S. M. (2011).** Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food and Quality and Preference*, 22(7), 671- 677.
- Cooke, L., Carnell, S., Wardle, J. (2006).** Food neophobia and mealtime food consumption in 4–5 year old children. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3(1), 14-19.
- Costa, A., Silva, C., Oliveira, A. (2020).** Food neophobia and its association with food preferences and dietary intake of adults. *Nutrition and Dietetics*, 77(5), 542-549
- Dursun, F. (2020).** Restoranlar Bağlamında Balık Tüketimi: Planlı Davranış Kuramı ve Yiyecek Korkusu Üzerinden Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya
- FAO (2014).** The State of World Fisheries and Aquaculture. Opportunities and Challenges. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome

- FAO (2018).** The State of World Fisheries and Aquaculture. Meeting the Sustainable Development Goals. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome
- FAO (2022).** The State of World Fisheries and Aquaculture (SOFIA) <https://www.fao.org/3/cc0461en/online/sofia/2022/consumption-of-aquatic-foods.html>
- FAO/WHO (2011).** Report of the Joint FAO/WHO Expert Consultation on the Risks and Benefits of Fish Consumption. Food and Agriculture Organization of the United Nations, World Health Organization, Rome, Geneva
- Fiandari, Y. R., Surachman, S., Rohman, F., Hussein, A. S. (2019).** Perceived value dimension in repetitive fish consumption in Indonesia by using an extended theory of planned behavior. *British Food Journal* 121(6), 1220-1235.
- Ghifarini, A. F., Sumarwan, U., Najib, M. (2018).** Application of theory of planned behavior in shrimp consumer behavior analysis. *Independent Journal of Management & Production*, 9(3), 984-1001.
- Green, J.M., Draper, A.K., Dowler, E.A. (2003).** Short cuts to safety, risk and rules of thumb in accounts of food choice. *Health, Risk and Society*, 5(1), 33–52.
- Hall, T. E., Amberg, S. M. (2013).** Factors influencing consumption of farmed seafood products in the Pacific Northwest. *Appetite*, 66(1), 1–9.
- Hicks, D., Pivarnik, L., McDermott, R. (2008).** Consumer perceptions about seafood. An internet survey. *Journal of Foodservice*, 19(4), 213–226.
- Higuchi A., Davalos J., Hernani-Merino, M. (2017)** Theory of planned behavior applied to fish consumption in Modern Metropolitan Lima. *Food Science and Technology*, 37(2), 202–208
- Honkanen, P., Olsen, S. O., Bas Verplanken, B. (2005).** Intention to consume seafood. The importance of habit. *Appetite*, 45(2), 161–168.
- Jaeger, S. R., Rasmussen, M. A., Prescott, J. (2017).** Relationships between food neophobia and food intake and preferences: Findings from a sample of New Zealand adults. *Appetite*, 116, 410-422
- Jaffry, S., Pickering, H., Ghulam, Y., Whitmarsh, D., Wattage, P. (2004).** Consumer choices for quality and sustainability labelled seafood products in the UK. *Food Policy*, 29(3), 215-228.
- Juhl, H. J., Poulsen, C. S. (2000).** Antecedents and effects of consumer involvement in fish as a product group. *Appetite*, 34(3), 261–267.
- Knaapila, A., Silventoinen, K., Broms, U., Rose, R. J., Perola, M., Kaprio, J., Tuorila, H. M. (2011).** Food neophobia in young adults: Genetic architecture and relation to personality, pleasantness and use frequency of foods, and body mass index a twin study. *Behavior Genetics*, 41(4), 512-521.
- Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., Perola, M. (2007).** Food neophobia shows heritable variation in humans. *Physiology and Behavior*, 91(5), 573-578.
- Koivisto, U.K., Sjoden, P. O. (1996).** Food and general neophobia in Swedish families: Parent-child comparisons and relationships with serving specific foods. *Appetite*, 26(2), 107–118.

- Lawley, M., Birch, D., Hamblin, D. (2012).** An exploratory study into the role and interplay of intrinsic and extrinsic cues in Australian consumers' evaluations of fish. *Australasian Marketing Journal*, 20(4), 260–267.
- Leek, S., Maddock, S., Foxall, G. (2000).** Situational determinants of fish consumption. *British Food Journal*, 102(1), 18–39.
- Maiz, E., Balluerka, N. (2016).** Nutritional status and Mediterranean diet quality among Spanish children and adolescents with food neophobia. *Food Quality and Preference*, 52, 133–142.
- Mitterer-Daltoé, M. L., Carrillo, E., Queiroz, M. I., Fiszman, S., Varela, P. (2013).** Structural equation modelling and word association as tools for a better understanding of low fish consumption. *Food Research International*, 52(1), 56–63.
- Mitterer-Daltoé, M. L., Latorres, J. M., Queiroz, M. I., Fiszman, S., Varela, P. (2013).** Reasons underlying low fish consumption where availability is not an issue. A case study in Brazil, one of the world's largest fish producers. *Journal of Sensory Studies*, 28(3), 205–216.
- Mustonen, S., Oerlemans, P., Tuorila, H. (2012).** Familiarity with and affective responses to foods in 8–11-year-old children. The role of food neophobia and parental education. *Appetite*, 58(3), 777–780.
- Myrland, O., Trondsen, T., Johnston, R. S., Lund, E. (2000).** Determinants of seafood consumption in Norway. Lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption. *Food Quality and Preference*, 11(3), 169–188.
- Neale, E. P., Nolan-Clark, D., Probst, Y. C., Batterham, M. J., Tapsell, L. C. (2012).** Comparing attitudes to fish consumption between clinical trial participants and non-trial individuals. *Nutrition and Dietetics*, 69(2), 124–129.
- Nesheim, M. C., Yaktine, A. L. (2007).** Seafood Choices. Balancing Benefits and Risks. Washington: The National Academies Press.
- Olsen, S.O. (2001).** Consumer involvement in seafood as family meals in Norway: An application of the expectancy-value approach. *Appetite*, 36(2), 173–186.
- Olsen, S. O. (2003).** Understanding the relationship between age and seafood consumption. The Mediating role of attitude, health involvement and convenience. *Food Quality and Preference*, 14(3), 199–209.
- Olsen, S. O. (2004).** Antecedents of seafood consumption behavior: An overview. *Journal of Aquatic Food Product Technology*, 13(3), 79–91.
- Olsen, S.O., Heide, M., Dopico, D.C., Toften, K., (2008).** Explaining intention to consume a new fish product: A cross-generational and cross-cultural comparison. *Food Quality and Preference* 19(7), 618–627.
- Park, B. K., Cho, M. S. (2016).** Taste education reduces food neophobia and increases willingness to try novel foods in school children. *Nutrition Research and Practice*, 10(2), 221–228.
- Petursdottir, K.G.M. (2017).** Fish Consumption and Attitudes towards Fish among Icelanders and Tourists: Application of the Theory of Planned Behaviour. Master Thesis, Marketing at the Faculty of Business at Reykjavík University, Iceland

- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J., Brunsø, K., Olsen, S. O. (2007).** European consumers' use of and trust in information sources about fish. *Food Quality and Preference*, 18(8), 1050–1063.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J., Brunsø, K., Olsen, S.O. (2008).** Impact of consumers' health beliefs, health involvement and risk perception on fish consumption. *British Food Journal*, 110(9), 898-915
- Rozin, P., Vollmecke, T. A. (1986).** Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*, 6(1), 433-456.
- Samoggia, A., Castellini, A. (2018).** Health-orientation and socio-demographic characteristics as determinants of fish consumption. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 30(3), 211-226.
- Scholderer, J., Trondsen, T. (2008).** The dynamics of consumer behaviour on habit, discontent, and other fish to fry. *Appetite*, 51(3), 576–591.
- Siddique, M. A. M. (2012).** Explaining the role of perceived risk, knowledge, price, and cost in dry fish consumption within the theory of planned behavior. *Journal of Global Marketing*, 25(4), 181–201.
- Sidhu, K. S. (2003).** Health benefits and potential risks related to consumption of fish or fish oil. *Regulatory Toxicology and Pharmacology*, 38(3), 336-344.
- Siegrist, M., Hartmann, C., Keller, C. (2013).** Antecedents of food neophobia and its association with eating behavior and food choices. *Food Quality and Preference*, 30(2), 293-298.
- Skallerud, K., Armbrecht, J., Tuu, H. H. (2021).** Intentions to consume sustainably produced fish: The moderator effects of involvement and environmental awareness. *Sustainability*, 13(2), 946. Doi: 10.3390/su13020946
- Stefani, G., Scarpa, R., Cavicchi, A. (2012).** Exploring consumer's preferences for farmed sea bream. *Aquaculture International*, 20(4), 673–691.
- Sveinsdóttir, K., Martinsdóttir, E., Green-Petersen, D., Hyldig, G., Schelvis, R., Delahunty, C. (2009).** Sensory characteristics of different cod products related to consumer preferences and attitudes. *Food Quality and Preference*, 20(2), 120–132.
- Thong, N. T., Olsen, S. O. (2012).** Attitude toward and consumption of fish in vietnam. *Journal of Food Product Marketing*, 18(2), 79–95.
- Tomic, M., Matulic, D., Jelic, M. (2015).** What determines fresh fish consumption in Croatia? *Appetite*, 106, 13-22.
- Trondsen, T., Scholderer, J., Lund, E., Eggen, A.E. (2003).** Perceived barriers to consumption of fish among Norwegian women. *Appetite*, 41(3), 301– 314.
- Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., Eggen, A.E. (2004a).** Health and seafood consumption patterns among women aged 45–69 years. A Norwegian seafood consumption study. *Food Quality and Preference*, 15(2), 117–128.
- Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., Eggen, A.E. (2004b).** Consumption of seafood the influence of overweight and health beliefs. *Food Quality and Preference*, 15(4), 361– 374.

TÜİK (2021). Su Ürünleri İstatistikleri. Balıkçık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, Ankara

Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L., Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29–37.

Tuu, H. H., Olsen, S. O., Thao, D. T., Anh, N. T. K. (2008). The role of norms in explaining attitudes, intention and consumption of a common food (fish) in Vietnam. *Appetite*, 51(3), 546-551.

Vanhonacker, F., Altintzoglou, T., Luten, J., Verbeke, W. (2011). Does fish origin matter to European consumers? Insights from a consumer survey in Belgium, Norway and Spain. *British Food Journal*, 113(4), 535–549.

Verbeke, W., Vackier, I. (2005). Individual determinants of fish consumption: Application of the theory of planned behaviour. *Appetite*, 44(1), 67–82.

Verbeke, W., Vanhonacker, F., Frewer, L. J., Sioen, I., De Henauw, S., Van Camp, J. (2008). Communicating risks and benefits from fish consumption. Impact on Belgian consumers' perception and intention to eat fish. *Risk Analysis*, 28(4), 951–967.

Verbeke, W., Vanhonacker, F., Sioen, I., Van Camp, J., De Henauw, S. (2007). Perceived importance of sustainability and ethics related to fish: A consumer behavior perspective. *Ambio*, 36(7), 580-585.

Verbeke, W., Vermeir, I., Brunso, K. (2007). Consumer evaluation of fish quality as basis for fish market segmentation. *Food Quality and Preference*, 18(4), 651–661.

Sığır Eti Üretiminde Su Ayak İzinin Değerlendirilmesi

Yeliz DEMİR

Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi,

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

yelizdemir@isparta.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0184-6828

Geliş tarihi / Received: 18.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 27.10.2022

Öz

Su, canlı organizmaların yaşamını sürdürmesi için temel bir gereksinimdir. Bunun yanında günümüzde her türlü hizmet ve ürün üretimi yapabilmek için gerekli olan kimyasal bileşiktir. Suyun geniş kullanım alanı su ayak izi kavramını öne çıkarmaktadır. Su ayak izi, tüm tedarik zinciri boyunca bireyler tarafından bir ürün veya hizmet üretirken veya tüketirken doğrudan veya dolaylı olarak kullanılan tatlı su miktarıdır. İlgili literatür incelendiğinde su ayak izinin çok önemli bir kısmının hayvansal ürünlerin üretiminden dolayı olduğunu ve bunun da en önemli kısmının sığır eti üretiminden kaynaklandığı görülmektedir. Sığır eti üretimi kaynaklı ortaya çıkan su ayak izinin azaltılması için bireylerin beslenme şeklini değiştirmesi, tüketicilerin bilgilendirilmesi, tercih edilen et türünün değiştirilmesi, sığırların besleme ve yetiştirme koşullarının iyileştirilmesi, kesimhanelerin modernizasyonu ve yapay et üretiminin yaygınlaştırılması gibi öneriler yapılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Sığır eti, su ayak izi, su kullanımı.

Evaluation of Water Footprint in Beef Production

Abstract

Water is a basic requirement for living organisms to survive. In addition, it is a chemical compound required to produce all kinds of services and products today. The wide usage area of water highlights the concept of water footprint. A water footprint is the amount of fresh water used directly or indirectly by individuals when producing or consuming a product or service throughout the entire supply chain. When the relevant literature is examined, it is seen that a very important part of the water footprint is due to the production of animal products, and the most important part of this is the production of beef. To reduce the water footprint caused by beef production, suggestions were made such as changing the diet of individuals, informing consumers, changing the preferred meat type, improving the feeding and rearing conditions of cattle, modernizing slaughterhouses, and disseminating artificial meat production.

Keywords: Beef, water footprint, water use.

DOI:10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i10011

Giriş

Su, her yaşam biçimi, sosyoekonomik kalkınmanın tüm yönleri ve sağlıklı ekosistemlerin korunması için gereklidir. Su kullanımı, geçen yüzyıldaki nüfus artış hızının neredeyse iki katı kadar artmıştır. Günümüzde küresel çapta su kıtlığı olmamasına rağmen artan sayıda bölge kronik olarak su sıkıntısı çekmekte ve diğer bölgeler ise altyapı veya kurumsal yetersizlikler nedeniyle karşılanamayan talebin sonuçlarından zarar görmektedir (FAO, 2017).

İnsanların kullandığı tatlı su üzerindeki baskı, değişen iklim ve artan nüfus tarafından özellikle bunun su talebiyle yerel ölçekte su temini arasında bir uyumsuzlukla sonuçlandığı durumlarda daha da artmaktadır (Sachidananda, Webb ve Rahimifard, 2016). Gelişmekte olan dünyada tahminen 1 milyar insan güvenli ve uygun fiyatlı içme suyuna, 2,7 milyar insan sanitasyona erişememekte ve her yıl milyonlarca insan önlenbilir su kaynaklı hastalıklardan ölmektedir (Grant vd., 2012, s.681). Su kaynaklarına talebin artmasının nedenleri arasında iklim değişikliği, küresel nüfusun artmasına bağlı olarak daha fazla gıda ve enerjiye ihtiyaç duyulması ve artan gelirin hayvansal kaynaklı protein tüketimini artırması (Antonelli, Greco, Sartori, Tavernini ve Consalvo, 2014, s.18) olarak sayılabilir.

Dünya, tahminen 1400 milyon kilometreküp su içermektedir. Ancak bu büyük miktarın sadece %0,003'ü, yaklaşık 45.000 kilometreküpü, içme, hijyen, tarım ve sanayi için kullanılabilircek tatlı su kaynaklarıdır. Tatlı su kaynaklarının bir kısmı mevsimsel seller sırasında uzak nehirlere aktığından bu su kaynaklarının da tamamına erişilememektedir (FAO, 2017).

Türkiye, ciddi şekilde su sıkıntısı çeken bir ülke olmamakla birlikte yine de bölgesel düzeyde

ciddi su kıtlıkları mevcut olup son yıllarda artan su kullanımı eğilimleriyle durumun yakın gelecekte kötüleşmesi muhtemeldir. Yıllık ortalama m^2 'ye 593 mm yağış düşen Türkiye, m^2 'ye 700 mm düşen Almanya gibi birçok Avrupa ülkesine kıyasla su bakımından zengin olmadığı gibi özellikle yılda ortalama 252 mm/ m^2 yağış alan Suriye gibi Ortadoğu'daki birçok komşusuna nazaran aşırı derecede su sıkıntısı çeken bir ülke de değildir (FAO, 2016).

Bir ürünün su ayak izi, tüm tedarik zinciri boyunca bir ürünü üretmek için kullanılan tatlı su hacmidir. Su ayak izi, tüketici ve üreticinin doğrudan ve dolaylı olarak kullandığı tatlı su miktarının göstergesidir (Hoekstra, Chapagain, Aldaya ve Mekonnen, 2009, s.9). Türkiye'nin ortalama su ayak izi, kişi başına 1642 m^3 /yıl, küresel ortalama su ayak izi ise kişi başına 1385 m^3 /yıl olarak bildirilmiştir (Ocak, Ögün ve Emisen, 2013, s.258).

Tek başına insan nüfusu artışına karşılık yeryüzündeki suyu daha ekonomik kullanmanın yollarının bulunması gerekmektedir. Çünkü aynı miktarda su, daha fazla insan için dolaşmak zorunda kalacaktır (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.29). Buna karşın su, büyük hacimlerde kolayca taşınmaz ve enerjiden farklı olarak suyun uygulanabilir büyük ölçekli yeni kaynakları bulunmamaktadır (Sachidananda vd. 2016). Tatlı su, dünyanın birçok yerinde giderek daha az bulunan ve aşırı kullanılan bir kaynak olduğundan tatlı suyun mevcudiyeti, gıda üretiminin en büyük sınırlamalarından ve zorluklarından biridir (Hoehn vd. 2021).

İnsan yaşamının sürdürülmesi için su, gıda kadar temel bir ihtiyaçtır. Günümüzde su, temel bir ihtiyaç olarak içilmesinin yanında tarım, imalat, gıda ve sağlık alanı gibi alanlarda da kullanılmaktadır. Su kullanımının dünyanın su kaynakları üzerinde birtakım etkileri bulunmak-

tadır. İnsanların yedikleri gıdaların üretilmesi için su kaynakları kullanılmaktadır. Kullanılan su miktarının azaltılması ve su kullanımında sürdürülebilir uygulamaların seçilmesi, tatlı su kaynakları üzerindeki baskıyı azaltacaktır. Et ürünlerinin üretilmesinde kullanılan su miktarları incelendiğinde özellikle en fazla suyun sığır eti elde edilmesinde kullanıldığı görülmektedir. Mevcut ekonomik büyüme oranlarına dayalı olarak, 2030 yılına kadar tatlı su talebinin mevcut su kaynaklarının %40'ının üzerinde olacağı tahmin edilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki üretim faaliyetlerindeki önemli artışla birlikte, küresel üretimde su tüketiminin 2000 yılı baz alındığında 2050 yılına kadar 245 milyar m³'den 1552 milyar m³'e yükselmesi, bu durumda da su tüketiminin beş kattan daha fazla artması beklenmektedir (Sachidananda vd. 2016).

Bu makalede, sığır eti üretiminde ortaya çıkan su ayak izi incelenmiş, sığır eti üretimiyle ilgili su ayak izini azaltmaya yönelik yapılan öneriler değerlendirilmiştir.

Su Ayak İzi Kavramı

Su kullanımı, birim zamanda tüketilen (buharlaşan veya bir ürüne dâhil edilen) ve/veya kirlenen su hacmi cinsinden ölçülmektedir (FAO, 2016, s.51). Kirlenen suyun atık su kavramıyla ilgili olduğu düşünülebilir. Atık su, içme gibi amaçlar için suyu güvensiz hale getiren bazı maddelerin suya karışması sonucu fiziksel, kimyasal veya biyolojik özellikleri değişmiş sudur (Amoatey ve Bani, 2011, s.379). Endüstriyel atık su, fabrikalar, üretim birimleri gibi sanayi kuruluşlarından kaynaklanan sıvı atıklardır (Amoatey ve Bani, 2011, s.381).

Su ayak izi birey, topluluk veya işletme tarafından tüketilen mal ve hizmetleri üretmek için kullanılan toplam tatlı su miktarıdır (FAO,

2016, s.51). Hoehn vd. (2021), su ayak izi kavramının, tedarik zinciri boyunca tüketici ve üreticilerin doğrudan ve dolaylı olarak kullandıkları tatlı su miktarı olduğunu bildirmektedirler. Su ayak izi, mavi (göl suları, tatlı yüzey ve yeraltı suları), yeşil (toprak neminden buharlaşan yağmur suyu) ve gri (su kalitesindeki bozulma) olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Mavi su ayak izi, bir mal veya hizmetin üretimi sonucunda tüketilen yüzey ve yeraltı suyu hacmini ifade etmektedir. Tüketim, kullanılan ve daha sonra buharlaştırılan veya bir ürüne dâhil edilen tatlı su hacmini ifade etmektedir. Aynı zamanda, bir havzadaki yüzey sularından veya yeraltı sularından çekilen ve başka bir havzaya veya denize döndürülen suyu da içermektedir. Yeraltı veya yüzey sularından çekilen ve çekildiği havzaya geri dönmeyen su miktarıdır (FAO, 2016, s.51; Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.402).

Yeşil su ayak izi, üretim sürecinde tüketilen yağmur suyu hacmidir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.402). Bu, özellikle toplam yağmur suyu buharlaşmasını (tarlalardan ve plantasyonlardan) ve hasat edilen ürün veya bitkiye dâhil edilen suyu ifade ettiği tarım ve orman ürünleri (ekin veya odun bazlı ürünler) için geçerlidir (FAO, 2016, s.51).

Gri su ayak izi, bir ürünün tüm tedarik zinciri boyunca üretimi ile ilişkilendirilebilecek tatlı su kirliliğinin bir göstergesidir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.402). Muratoğlu (2020, s.2), gri su ayak izinin, su kalitesi standartlarına göre kirleticileri seyreltmek için gereken tatlı su kaynaklarının toplam hacmi olarak bilindiğini aktarmaktadır.

Yiyecek İçecek Endüstrisinde Su Kullanımı

Su ayak izi yönteminde Hoehn vd. (2021), tüm tedarik zinciri boyunca tüketicilerin ve üreticilerin doğrudan ve dolaylı bir şekilde kullandıkları tatlı suyun hacimsel kullanımının ve kirliliğinin ölçüldüğünü belirtmektedirler. Gıda tedarik zinciri tarımsal üretim ve hasat/kesim/av, hasat sonrası/kesim/yakalama operasyonları, depolama, ulaşım, işleme, toptan ve perakende satış, hane halkı ve gıda hizmetleri tarafından gerçekleştirilen tüketim eylemlerinden (FAO, 2019, s.5; Demir, 2022, s.4) oluşmaktadır.

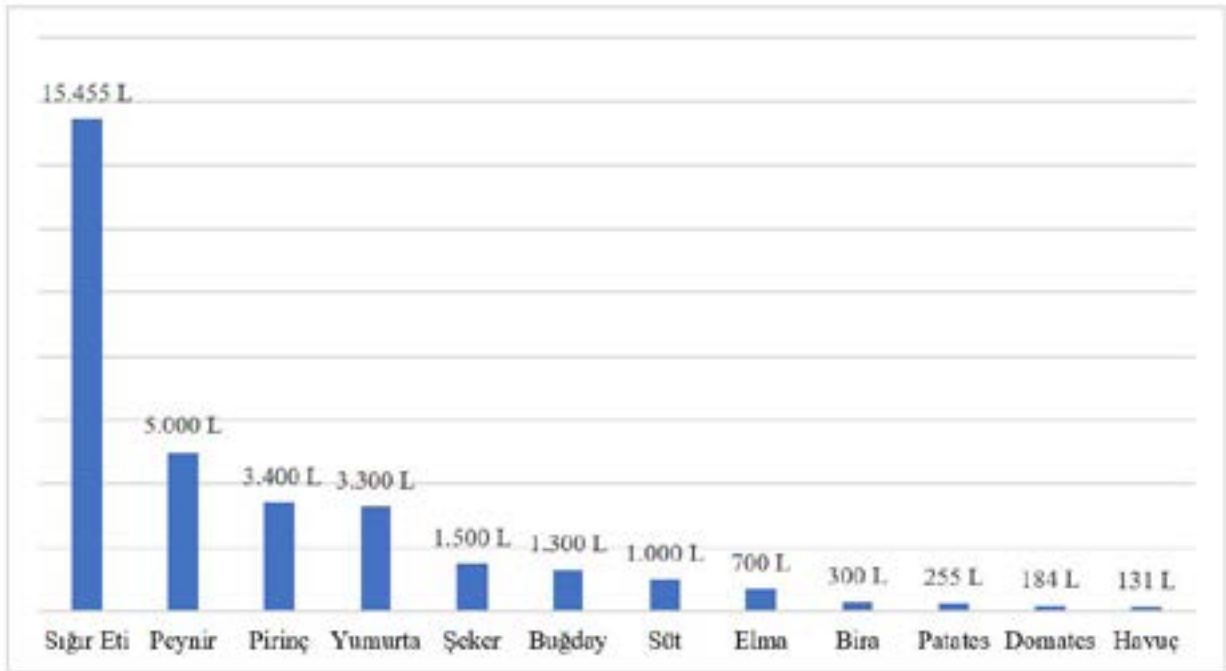
Su kullanımı kavramı bireyin sadece içme ve temizlik amaçlı kullandığı suyla (el yıkama, duş alma vb.) sınırlı olmayıp aldığı her ürün ve hizmetin üretilmesi için harcanan su miktarıyla ilgilidir. Anaç, Özçakal ve Pamuk Mengü (2011, s.159), bireylerin içme-kullanma amacıyla tükettiği su miktarından çok daha fazlasını besin ve giyim gibi üretim süreçlerinde kullandığını vurgulamaktadırlar.

FAO, bir kişinin günlük yiyeceğini üretmek için 2.000 ile 5.000 litre suya ihtiyaç olduğunu tahmin etmektedir (FAO, 2017, s.1). Dünyadaki tatlı suyun tarım %70'ini, haneler %10'unu ve sanayi %20'sini tüketmektedir (Heinrich Böll Stiftung, 2014). Tarımsal faaliyetlerin tatlı su kullanımı üzerinde önemli bir etkisi bulunmasıyla birlikte dünyadaki tarımın toplam su ayak izinin yaklaşık üçte biri hayvansal ürünlerin üretiminde kullanılmaktadır (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.401). Başka bir anlatımla, bir kilogram tahıl yetiştirmek için 1 ile 3 ton su gerekirken (FAO, 2017), aynı miktarda sığır eti üretmek için tahıl üretiminde kullanılan suyun yaklaşık beş katı oranında tatlı su kullanılmaktadır.

Yetiştirilen tarımsal ürünler veya hayvanların, insanların tüketimine uygun hale gelmesi için işlenmesi gerekmektedir. Bir tesisteki su akışının toplamı, "Fabrika Suyu" olarak adlandırılmaktadır. Üretim sırasında kullanılan su, "Üretim Suyu" ve bir fabrikada üretimi kolaylaştıran yardımcı faaliyetler için kullanılan su ise "Üretim Dışı Su" olarak adlandırılmaktadır (Sachidananda vd. 2016, s.6). Bu tanımdan yola çıkarak gıdaların hazırlanması, işlenmesi, korunması ve paketlenmesi sırasında kullanılan su üretim suyu olarak, üretimde kullanılan ekipmanların temizliği ve alan hizmetlerinde kullanılan su ise üretim dışı su olarak adlandırılabilir.

Hayvancılıkta kullanılan su miktarı, sadece ineklerin, domuzların ve tavukların susadıklarında zaman tüketmiş oldukları su miktarı olmayıp, beslendikleri yemlerin üretiminde kullanılan suyu da kapsamaktadır (Heinrich Böll Stiftung, 2014). Bununla birlikte hayvanların işlenmesinde kullanılan su miktarının da hesaplanması gerekmektedir. FAO (2016), Türkiye'de bir ton sığır karkası için 3.5m³ su ve buna ek olarak personel kullanımı için de 150 litre su gerektiğini aktarmakta ve toplam su tüketiminin %10-30'unun zemin, tesis ve ekipmanların temizlenmesi (üretim dışı su) için kullanıldığını belirtmektedir. İşlenmiş hayvansal ürünlerin üretiminde de su kullanılmaktadır.

Farklı sınıfta gıdaları aynı miktarda üretmek için harcanan tatlı su miktarıyla ilgili veriler Şekil 1'de gösterilmektedir. Bu veriler, gıda ürünlerinin üretilmesinde kullanılan su miktarının bütüncül bir şekilde değerlendirilmesini sağlamaktadır. Şekilde görüldüğü üzere en fazla su sığır eti üretiminde kullanılırken, en az su miktarı ise havuç, domates ve patates gibi tarımsal ürünlerin üretiminde kullanılmaktadır.



Şekil 1. Bir kg/L gıda üretmek için kullanılan su miktarı (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.29)

Sığır Eti Üretimde Su Ayak İzi

Dünya çapında yaklaşık 1,3 milyar kişi hayvancılıkla geçinmektedir. Bu kişilerin çoğu, gelişmekte olan ülkelerdedir (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.20). Türkiye’de hayvancılık, ağırlıklı olarak küçük ölçekli işletmelerde ve bitkisel üretim faaliyetiyle beraber yapılmaktadır (Saygın ve Demirbaş, 2017, s.74). Türkiye’de kırmızı et talebi ve üretimi, son on yılda istikrarlı bir şekilde artmıştır ve bu eğilimin devam etmesi beklenmektedir (FAO, 2016, s.121). Hayvansal ürünlerin tüketimindeki artışın, dünyanın tatlı su kaynakları üzerinde daha

fazla baskı oluşturması muhtemeldir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.401).

Kırmızı et, memeli hayvanlardan elde edilen bir et çeşididir. Ete kırmızı rengini veren, kırmızı kas hücre proteinidir (miyogloblin). Türkiye’de kırmızı et sınıfına sığır, koyun, keçi, manda, deve, tavşan, av hayvanları girmektedir. Tablo 1’de 2020-2021 kırmızı et üretim istatistikleri gösterilmektedir. TÜİK (2022) verilerine göre, 2021 yılı için 1 milyon 952 bin 38 ton olarak tahmin edilen toplam kırmızı et üretiminin %74,8’i sığır eti, %19,8’i koyun eti, %4,8’i keçi eti ve %0,6’sı manda etinden oluşmaktadır.

Tablo 1. Türkiye’de yıllık kırmızı et üretim (ton) (TÜİK, 2022).

Yıl	Sığır Eti	Manda Eti	Koyun Eti	Keçi Eti	Toplam	Bir önceki yıla göre değişim
2020	1.341.446	8.424	345.639	90.443	1.785.952	%2,6
2021	1.460.719	10.831	385.933	94.555	1.952.038	%9,3

Kırmızı etin içerdiği yüksek protein oranının, zengin mineral maddeler ve vitaminler sebebiyle beslenmede önemli bir gıda maddesi olduğu vurgulanmaktadır. Özer (2020, s.46), kırmızı etin özellikle protein, B12 vitamini, demir ve çinko minerallerini içerdiğini aktarmaktadır. Türklerin yemek kültüründe et yemekleri ana yemek statüsündedir. Güler (2010, s.29), geleneksel olarak Türk sofralarında çorbaların, etli yemeklerin, zeytinyağlı sebzelerin, salataların ve tatlıların bulunduğunu belirtmektedir. Solmaz ve Dülger-Altın (2018, s.110), Türk mutfağında kebabların, sulu yahni tarzında et yemeklerinin ve hamur işlerinin çoğunlukta olduğunu vurgulamaktadırlar. Bu bağlamda, Türk mutfağında kırmızı etten hazırlanan yemeklerin mutfak kültüründe önemli bir yeri olduğunu söylenebilir.

Doğaya verilen zararın parasal olarak ölçülmesi zordur (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.20). Ocak vd. (2013, s.257), ortalama olarak bireyin, kanalizasyona akan suyu açıkça görebileceğini ve bu konuda bir şeyler yapmaya niyeti olabileceğini, buna karşın tüketicinin akşam yediği kebapta kullanılan sığır eti için hayvanın beslendiği yemin yetiştirilmesinde kullanılan suyu görselleştirmesinin daha zor olduğunu ve bu durumun çevre üzerindeki etkisinin daha yıkıcı olabileceğini ileri sürmektedirler.

Hayvansal ürünlerin su ayak izleri, ülkeler ve üretim sistemleri arasında büyük farklılıklar göstermektedir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.405). Ancak endüstriyel hayvancılık için yem üretiminin ayak izinin büyük oranda mavi ve gri su içerdiği belirtilmektedir (Heinrich Böll Stiftung, 2021, s.38).

Gelişmekte olan ülkelerde hayvancılıkla geçinen insanlar çoğunlukla hayvanlarını köyün çevresinde otlatmakta, bazıları hayvan sürülerini bir yerden bir yere taşımakta, bazıları da evlerinin yakınında birkaç tavuk, sığır veya domuz beslemektedir. Gelişmiş dünyada ve hızla büyüyen ekonomilerde besicilik yapanların sayısı düşmekte ve hayvancılık sektörü, sanayileşerek et üreten şirketlere dönüşmektedir (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.20). Endüstriyel sistemlerdeki hayvanlar, daha konsantre yem almakta, serbest gezinti kısıtına sahip olmakta, daha hızlı büyümek için yetiştirilmekte ve daha genç kesilmektedirler (Gerbens-Leenes, Mekonnen ve Hoekstra, 2013, s.25).

Murphy, Curran, Holden, Brien ve Upton (2018, s.1), İrlanda'da sığır çiftliklerinde karkas ağırlığında ortalama su ayak izinin 8.391 l/kg olduğunu (8.222 l/kg yeşil su, 169 l/kg de mavi su) saptamışlardır. Sawalhah, Geli, Holechek, Cibils, Spiegel ve Gifford (2021, s.1), New Mexico eyaletinde besi sığırlarının ağırlıklı ortalama su ayak izinin 28.203 l/kg et olduğunu hesaplamışlardır. Sawalhah vd. (2021, s.1), bu su ayak izinin %82'sinin (23.063 l/kg et) yeşil sudan, %18'inin (5.240 l/kg et) mavi sudan oluştuğunu bildirmektedirler. Lee vd. (2015, s.85), Kore'de besi sığırlarının su ayak izini 17.023 m³/ton olarak hesaplamışlardır. Harding, Courtney ve Russo (2017, s.494), Güney Afrika'da ticari sığır eti için mavi su ayak izinin karkas ağırlığına göre 437 l/kg olduğunu bildirmişlerdir. Türkiye'de sığırların yetiştirilmesinde ve işlenmesinde ortaya çıkan su ayak izi türleri ve miktarları Tablo 2'de gösterilmektedir. Türkiye'de sığırların yetiştirilmesinde ve işlenmesinde ortaya çıkan mavi, yeşil ve gri su ayak izi ortalaması dünya ortalamasının üzerindedir.

Tablo 2. Farklı üretim sistemleri için Türkiye’de besi hayvanlarının ve işlenmiş hayvancılık ürünlerinin su ayak izi (FAO, 2016, s.53)

Ürün Tanımı	Ayak izi	Açık besicilik (mera)	Yarı açık sistem besicilik	Kapalı sistem besicilik	Türkiye ağırlıklı ortalama	Dünya ağırlıklı ortalama
Sığır (canlı)	Mavi	316	330	650	369	256
	Yeşil	10.596	7.318	5.690	8.383	7.002
	Gri	268	257	642	313	219
Sığır karkası	Mavi	537	560	1.088	627	389
	Yeşil	17.502	12.088	9.399	13.910	10.234
	Gri	443	425	1.061	519	320
Kemiksiz sığır eti	Mavi	759	792	1.536	886	550
	Yeşil	24.650	17.025	13.239	19.591	14.414
	Gri	623	599	1.494	731	451
Sığır eti ve sakatları	Mavi	810	845	1.639	942	660
	Yeşil	26.311	18.172	14.131	20.817	17.388
	Gri	665	639	1.595	777	544

Tatlı su perspektifinden bakıldığında, otlama sisteminden elde edilen hayvansal ürünlerin, endüstriyel sistemlerden elde edilen ürünlerden daha az mavi ve gri su ayak izine sahip olduğunu göstermektedir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.401). Tablo 2’deki veriler incelendiğinde Türkiye’deki mera besiciliği ve yarı açık sistem besicilikte sığır yetiştirme ve sığır eti işleme kullanılan mavi su miktarı, Türkiye’deki kapalı sistem besicilikte harcanan mavi su miktarının altındadır. FAO (2016, s.115) raporunda, Türkiye’deki sığır eti üretiminin toplam su ayak izinde mavi suyun payının tüm küresel sığır eti üretiminin ağırlıklı ortalamasından daha yüksek olduğu bildirilmektedir. Raporda, Türkiye’de yeraltı suyun kullanımının da dünya ortalamasından üzerinde olduğu vurgulanmaktadır.

Sığır Eti Kaynaklı Su Ayak İzinin Azaltılması

İlgili literatürde konu ile ilgili araştırmalarda ve raporlarda sığır üretimine bağlı olarak ortaya çıkan su ayak izini azaltmaya yönelik birtakım öneriler getirilmiştir. Sığır eti üretimi ve tüketimi kaynaklı su ayak izinin azaltılması için bireylerin beslenme şeklini değiştirmesi (Blas, Garrido, Bárbara ve Willaarts, 2016; Hoekstra, 2012), tüketicinin bilgilendirilmesi (Hoekstra, 2012; Mekonnen ve Hoekstra, 2012; Heinrich Böll Stiftung, 2014), tercih edilen et türünün değiştirilmesi, otlama sistemi (Mekonnen ve Hoekstra, 2012), kesimhanelerin modernizasyonu (FAO, 2016) ve yapay et (Heinrich Böll Stiftung, 2014, Sürek ve Uzun, 2020) gibi konular ele alınmıştır.

Beslenme için hayvansal ürünlere nazaran bitkisel ürünlerin tercih edilmesi daha fazla su verimliliği anlamına gelmektedir (Mekonnen ve Hoekstra, 2012, s.401). Beslenme şeklinin değiştirilmesiyle ilgili olarak Hoekstra (2012, s.6), sanayileşmiş ülkelerde vejetaryen bir diyetle geçmenin insanların gıdayla ilgili su ayak izini günde 2.300 litreye düşüreceğini, bunun da %36 oranında bir azalmaya denk gelebileceğini ileri sürmektedir. Blas vd. (2016, s.1), Amerikan beslenmesinin Akdeniz beslenmesine göre su ayak izinin %29 daha yüksek olduğunu bildirmektedirler. Yazarlar, ABD’de bir kişinin Akdeniz diyetine geçiş yapmasının su ayak izini 1.629 l/kişi/gün azaltacağını, İspanya’da ise bir kişinin Amerikan diyetine geçişinin su ayak izini 1.504 l/kişi/gün artıracığını iddia etmektedirler.

Tercih edilen et türünün değiştirilmesi de su ayak izi üzerinde etkili olabilmektedir. Bir kg koyun veya keçi eti için yaklaşık 9.000 litre ve bir kilo tavuk eti için 4.300 litre su kullanılmaktadır (Heinrich Böll Stiftung, 2021, s.38). Bu açıdan değerlendirildiğinde su ayak izi 15.000 l/kg olan sığır eti yerine koyun, keçi ve tavuk eti seçiminin su ayak izini azaltacağı aşikârdır.

Kesimhanelerde, canlı hayvanın tesise girdiği ilk aşamadan tesisten et ürünlerinin sevk edildiği son aşamaya kadar su kullanılmaktadır (Aleksic, Nesovic, Sustersic, Gordic ve Milovanovic, 2020). Kesimhaneler, özellikle kırsal bölgelerin akarsularını ve nehirlerini kirleten milyonlarca ton atık su üretmektedir (Burkhart, Bernhardt, Pelton, Schaeffer ve Phillips, 2018, s.1). Kesim ve et işlemeye yönelik daha geleneksel yaklaşımlarda katı hijyen kuralları olmadığında daha az su gerektirme eğiliminde olabilmeye karşın bu sınıfa giren tesislerin zaman zaman suyu verimsiz kullandığı da gözlenmektedir (FAO, 2016, s.143). Saygın ve Demirbaş (2017, s.79), Türkiye’de geleneksel üretim tekniklerinin kul-

lanıldığı et işleme sanayisinde, hayvan kesimlerinin büyük bir çoğunluğunun halen küçük ve modern olmayan mezbahalarda gerçekleştirildiğini, et ve et ürünlerinin ise çoğunlukla hijyenik ve teknolojik olmayan şartlarda üretildiğini belirtmektedirler. FAO (2016) raporunda, hayvan kesimleri sırasında suyun çoğunun, zemin, tesis ve ekipmanların temizlenmesi gibi işler için gerekli olduğunu ve bu temizlik görevlerinin toplam su tüketiminin %10-30’unu oluşturduğunu bildirmektedir.

Yapay et veya diğer adıyla laboratuvarda yetiştirilen et, hücre sel tarım alanına aittir (Sergelidis, 2019, s. 12440). Sürek ve Uzun (2020, s.210,) laboratuvarda yetiştirilen doku ve hücrelerden elde edilen in vitro et için kültür lenmiş et, yapay et veya temiz et gibi terimler kullanıldığını bildirmektedirler. İlk üretilen “laboratuvar burgerinin” 250.000 dolara mal olmasına (Heinrich Böll Stiftung, 2014, s.54) karşın yakın zamanda bunun 10 dolara kadar inebileceği ileri sürülmektedir (Yetim ve Tekiner, 2020, s.88). Yapay et üretiminin negatif etkileri, ayrıca bir tartışma konusudur. Heinrich Böll Stiftung (2014, s.54), yapay ette tat ve doku biraz taklit edilebilirken, laboratuvarda yetiştirilen etin hayvanların, özellikle geviş getirenlerin ekosistemlerimizde karmaşık ve önemli bir rol oynadığı gerçeğinin gözden kaçırıldığını ve aslında bu çabanın, insanların besin kaynaklarından ve herkesin parçası olduğu doğal döngülerden yabancılaşmasında yeni bir dip noktası olabileceğini, buna karşın daha az tüketim ve ekolojik olarak sağlıklı bir şekilde çiftçiliğe daha iyi bir alternatif olacağını vurgulamaktadır. Sürek ve Uzun (2020, s.209), tüketiciler tarafından doğal bir ürün olarak kabul edilmemesinin ve etik kaygılar gibi konuların, yapay etin gelişmesini ve ticarileşmesini engelleyebilecek bazı faktörler olabileceğini görüşündedirler. Farhoman vd. (2022, s.266), genel dezavantajların yanı sıra üretilen etin geleneksel etten daha

ucuz ve seri üretilmesinin daha kolay olduğu kanıtlandığı takdirde bunun aşırı tüketimi teşvik edebileceğine ve obeziteyle ilgili sorunları artırabileceğine dikkat çekmektedir.

Sonuç

Günümüzde et, küresel anlamda insanların yemek kültüründe yer edinmiş olan bir besin kaynağıdır. Son yıllarda bilim dünyası, et üretimi ve tüketiminin dünyanın kaynakları üzerindeki etkileri hakkında araştırmalar yaparken bu konuya dikkat çekmeye çalışmaktadır. Bu noktadan hareketle besin kaynağı olarak et, insan yaşamında önemli bir yerdeyken insanların yaşamlarını sürdürmesi için ihtiyaç duyduğu su kaynakları üzerinde de önemli etkileri bulunmaktadır. İklim değişikliği, artan nüfus oranı ve tüketim alışkanlıkları, insanların yeterli ve temiz suya ulaşmasındaki başlıca zorluklardır. Diğer gıda ürünleriyle karşılaştırınca sığır eti, en fazla su kaynağına ihtiyaç duyan bir besindir.

İlgili literatürde sığır eti üretimi ve tüketimi kaynaklı su ayak izinin azaltılması için bireylerin beslenme şeklini değiştirmesi, tüketicilerin bilgilendirilmesi, tercih edilen et türünün değiştirilmesi, sığırların besleme ve yetiştirme koşullarının iyileştirilmesi, kesimhanelerin modernizasyonu ve yapay et üretiminin yaygınlaştırılması önerilerinin getirildiği görülmüştür. Literatürden elde edilen öneriler yorumlanacak olursa bireylerin beslenme şeklini değiştirmesi, sığır eti üretiminde harcanan suyu azaltmak için önemli bir faktör olabilir. Ancak bireylerin bu konuda farkındalıklarının artırılması önemli konuların başında gelmektedir. Bu konuda tüketicinin bilgilendirilmesi gerekmektedir. Tüketicinin satın aldığı etin üretilmesi için harcanan su miktarını etiket üzerinde kolayca görmesi bile tüketicinin et üretiminde harcanan su ile ilgili düşünmesine yol açacaktır. Bu noktada tüketici, beslenme şeklini değiştirerek bitkisel

kaynaklı beslenebilir, sığır eti yerine daha küçük su ayak izi olan koyun eti veya tavuk eti tercih edebilir. Diğer bir deyişle, tüketicinin beslenme şeklini değiştirerek su ayak izini azaltmasını sağlamak için öncelikle mevcut ürün üzerindeki su ayak izini tüketicinin kolaylıkla görmesi sağlanmalıdır. İlgili literatürde mera besiciliğinden elde edilen hayvansal ürünlerin, endüstriyel sistemlerden elde edilen hayvansal ürünlere göre mavi ve gri su ayak izlerinin daha az olduğu aktarılmaktadır. Bu noktadan hareketle mera besiciliği ve yarı açık sistem besicilikle hayvansal ürünlerin üretilmesinin ve göl suları, tatlı yüzey, yeraltı suları (mavi su) ve su kalitesindeki bozulmayı (gri su) azaltılabileceği söylenebilir.

Günümüzde yapay et konusu, araştırılan ve üzerinde çalışılan konuların başında gelmektedir. İlgili literatürde yapay et konusunda olumlu veya olumsuz görüşler bulunmaktadır. Gelecekte et tüketimi için yapay et seçeneğinin çevre, hayvanlar ve insanlar üzerindeki etkisi daha iyi değerlendirilebilecektir.

Etlere üretiminin ve tüketiminin su kaynakları üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Su kaynakları üzerindeki bu etkiyi azaltabilmek için tüm tedarik zinciri boyunca çeşitli önlemlerin (hayvan yemlerinin üretiminde kullanılan sulama sistemlerinin geliştirilmesi, hayvan yetiştirilme alanlarında ve kesimhanelerde teknolojik gelişmelerden yararlanılması, ekipman ve alan temizliğinde makinaların kullanılması gibi) alınması gerekmektedir. Ayrıca tüketicilerin Türkiye’de üretilen gıda ürünlerinin su ayak iziyle ilgili daha çok bilgilendirilmesi ve bu konuda verilerin paylaşılması önemli konuların başında gelmektedir. Tüketiciler su israfı konusunda bilinçlendirilirken sadece muslukta akıttıkları su için değil, bununla birlikte tükettikleri her bir gıda, giyim eşya veya hizmet gibi alanlarda da harcanan su miktarı konusunda bilgilendirilmelilerdir.

Kaynakça

Aleksic, N., Nesovic, A., Sustersic, V., Gordic, D., Milovanovic, D. (2020). Slaughterhouse water consumption and wastewater characteristics in the meat processing industry in Serbia. *Desalination and Water Treatment*, 190, 98-112.

Amoatey, P., Bani, R. (2011). Wastewater Management. In: Sebastian, F., Einschlag, G. (Eds.), *Waste Water-Evaluation and Management* (p.379-398). InTech. https://cdn.intechopen.com/pdfs/14587/InTech-Wastewater_management.pdf

Anaç, S., Özçakal, E., Pamuk Mengü G. (2011). Sanal su kavramı ve su yönetiminde önemi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 48(2), 159-164.

Antonelli, M., Greco, F., Sartori, M., Taverini, S., Consalvo, C. (2014). Water footprint of Italy. WWF. https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/wf_english_version_final.pdf

Blas, A., Garrido, A., Willaarts, B. A. (2016). Evaluating the water footprint of the Mediterranean and American diets. *Water*, 8(10), 1-14.

Burkhart, K., Bernhardt, C., Pelton, T., Schaeffer, E., Phillips, A., (2018). Water Pollution from Slaughterhouses. Environmental Integrity Project (EIP). <https://environmentalintegrity.org/wp-content/uploads/2018/10/Slaughterhouse-report-2.14.2019.pdf>.

Demir, Y. (2022). Eğitim Mutfaklarında Gıda İsrafını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

FAO (2016). Turkey, Water along the food chain. <https://www.fao.org/3/i5991e/i5991e.pdf>.

FAO (2017). Water for sustainable food and agriculture. A report produced for the G20 Presidency of Germany. <https://www.fao.org/3/i7959e/i7959e.pdf>.

FAO (2019). The State of Food and Culture. <http://www.fao.org/3/ca6030en/ca6030en.pdf>.

Farhoomand, D., Okay, A., Aras, E.S., Büyüyük, İ. (2022). Yapay et üretimi ve gelecek vizyonu. *Food and Health*, 8(3), 260-272. Doi: 10.3153/FH22024.

Gerbens-Leenes, P.W., Mekonnen, M.M., Hoekstra, A.Y. (2013). The water footprint of poultry, pork and beef: a comparative study in different countries and production systems. *Water Resources and Industry*, 1(2), 25–36.

Grant, S. B., Saphores, J. D., Feldman, D. L., Hamilton, A. J., Fletcher, T. D., Cook, P. L., Stewardson, M., Sanders B.F., Levin L. A., Ambrose, R.F., Deletic A., Brown R., Jiang, S.C., Rosso, D., Cooper, W.J., Marusic, I. (2012). Taking the “waste” out of “wastewater” for human water security and ecosystem sustainability. *Science*, 337(6095), 681-686.

Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, 2(26), 24-30.

Harding, G., Courtney, C., Russo, V. (2017). When geography matters. A location-adjusted blue water footprint of commercial beef in South Africa. *Journal of Cleaner Production*, 151, 494-508.

- Heinrich Böll Stiftung (2014).** Meat Atlas. Facts and figures about the animals we eat. https://www.boell.de/sites/default/files/meat_atlas2014_kommentierbar.pdf.
- Heinrich Böll Stiftung (2021).** Meat Atlas. Facts and figures about the animals we eat. https://friendsoftheearth.eu/wp-content/uploads/2021/09/MeatAtlas2021_final_web.pdf.
- Hoehn, D., Margallo, M., Laso, J., Ruiz-Salmon, I., Fernández-Ríos, A., Campos, C., Vázquez-Rowe, I., Aldaco, R., Quinteiro, P. (2021).** Water footprint assessment of food loss and waste management strategies in spanish regions. *Sustainability*, 13, 7538. Doi: 10.3390/su13147538.
- Hoekstra, A. Y. (2012).** The hidden water resource use behind meat and dairy. *Animal Frontiers*, 2(2), 3-8.
- Hoekstra, A. Y., Chapagain, A. K., Aldaya, M. M., Mekonnen, M. M. (2009).** Water footprint manual: State of the art 2009. Water footprint network, enschede, The Netherlands, p.255.
- Lee, S. H., Choi, J. Y., Yoo, S. H., Kim, Y. D., Shin, A. (2015).** Estimation of water footprint for livestock products in Korea. *Journal of the Korean Society of Agricultural Engineers*, 57(2), 85-92.
- Mekonnen, M. M., Hoekstra, A. Y. (2012).** A global assessment of the water footprint of farm animal products. *Ecosystems*, 15(3), 401-415.
- Muratoğlu, A. (2020).** Assessment of wheat's water footprint and virtual water trade: A case study for Turkey. *Ecological processes*, 9(1), 1-16.
- Murphy, E., Curran, T., Holden, N., O'Brien, D., Upton, J. (2018).** Water footprinting of pasture-based farms; beef and sheep. *Animal*, 12(5), 1068-1076. Doi:10.1017/S1751731117002865.
- Ocak, S., Ögün, S., Emsen, E. (2013).** Turkey's animal production water footprint; Heading in the wrong direction. *Procedia Technology*, 8(7), 255-263.
- Özer, K. (2020).** Beyaz etler kırmızı etlere alternatif olabilir mi? *Gıda Türk Dergisi*, 38, 46-49.
- Sachidananda, M., Webb, D. P., Rahimifard, S. (2016).** A concept of water usage efficiency to support water reduction in manufacturing industry. *Sustainability*, 8(12), 1-15.
- Sawalhah, M. N., Geli, H. M., Holechek, J. L., Cibils, A. F., Spiegel, S., Gifford, C. (2021).** Water footprint of rangeland beef production in new mexico. *Water*, 13(14), 1950. Doi: 10.3390/w13141950
- Saygın, Ö., Demirbaş, N. (2017).** Türkiye'de kırmızı et sektörünün mevcut durumu ve çözüm önerileri. *Hayvansal Üretim*, 58(1), 74-80.
- Sergelidis, D. (2019).** Lab grown meat: The future sustainable alternative to meat or a novel functional food. *Biomedical Journal of Scientific & Technical Research*, 17(1), 12440-12444.
- Solmaz, Y., Dülger-Altınır, D. (2018).** Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Sürek, E., Uzun, P. (2020).** Geleceğin alternatif protein kaynağı: Yapay et. *Akademik Gıda*, 18(2), 209-216.

TÜİK (2022). Kırmızı Et Üretim İstatistikleri. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kirmizi-Et-Uretim-Istatistikleri-2020-2021-45671>.

Yetim, H., Tekiner, İ. H. (2020). Alternatif protein kaynaklarından yapay et üretimi kavramına eleştirel bir bakış. *Helal ve Etik Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 85-100.

AYDIN GASTRONOMY

Amaç

Gastronomi ve mutfak sanatları alanında yapılan bilimsel araştırma, inceleme ve proje çalışmalarının sonuçlarını paylaşmak; bu alandaki güncel bilgi ve gelişmeleri hedef kitleye aktarmak; konu ile ilgili sorunların tartışılmasına zemin oluşturmak; Türk Mutfak kültürünü tanıtmaktır.

Kapsam

AYDIN **GASTRONOMY**, Gastronomi ve mutfak sanatları ilgi alanlarında (mutfak kültürü, gastronomi ve yiyecek tarihi, yiyecek ve içecek bilimi, gıda teknolojisi, beslenme ve diyet, hijyen ve sanitasyon, gıda güvenliği, mutfak bilimi, mutfak uygulamaları, mutfak sanatları, endüstriyel mutfak, miksooloji, Türk mutfağı, dünya mutfağı, füzyon mutfak, restoran işletmeciliği, gastronomi ve turizm, menü planlama, moleküler gastronomi, dijital gastronomi, ziyafet ve ikram, barista, artisan yemek, yemek sosyolojisi ve antropolojisi, gastronomide yeni trendler, fonksiyonel gıdalar, Osmanlı saray mutfağı, yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı, ürün geliştirme vb) yazılmış araştırma ve derleme makaleleri ile uzman görüşleri yanı sıra Gastronomiyi ilgilendiren sosyoloji, felsefe, tasarım, eğitim, tarih, kültür ve sanat dallarında ele alınmış yazıları yayınlayan hakemli bir dergidir.

Etik Kurallar

AYDIN GASTRONOMY, yayın sürecinin her aşamasında etik davranış standartlarını benimsemeyi ve bunları yerine getirmeyi taahhüt eder. Yayın Etik Komitesi (Committee on Publication Ethics - COPE) ve Açık Erişim Akademik Yayıncılar Derneği (Open Access Scholarly Publishers Association - OASPA) tarafından sağlanan genel etik yönergelerine sıkı bir şekilde bağlıdır. Bu yönergelerde belirtilen ilkelere ve genel yayın şartlarına bağlı olarak, mesleki ve etik standartlara göre editörler, hakemler ve yazarlar aşağıdaki sorumlulukları almalıdır. Yayın sürecinin düzgün ve etiğe uygun şekilde işlemesi bu sorumlulukların yerine getirilmesine bağlıdır.

1.Editörlerin Sorumlulukları

1.1. Genel Sorumluluklar

Editör, dergide basılan tüm makalelerin yayınlama sürecinin kuralına uygun yürütülmesinden sorumludur.

Editör derginin niteliğinin iyileştirilmesine katkıda bulunmak için çaba sarf etmekle yükümlüdür. Editör, yazarların ifade özgürlüğünü desteklemelidir

1.2. Okuyucularla İlişkiler

Okuyucular, eğer varsa, araştırmaya veya diğer bilimsel çalışmalara kimin finansman sağladığını ve fon sağlayıcıların araştırmada ve yayınlanmasında herhangi bir rolü olup olmadığı ve rolün ne olduğu hakkında bilgilendirilmelidir.

Editörün, dergide hakem değerlendirmesinin gerekli olmadığı bölümlerin (editöre mektup, davetli yazılar, konferans duyuruları vb.) açıkça belirtildiğinden emin olması gerekmektedir.

Editörün yayımlanan makalelerin dergi okuyucularının bilgi ve becerileriyle uyumlu olmasına dikkat etmelidir.

1.3. Hakemlerle İlişkiler

Editör, hakemlere bilgi ve uzmanlıklarına uygun makaleleri göndermelidir. Böylece makalelerin alanında uzman kişilerce uygun bir şekilde değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

Editör, hakemlerin bir makaleyi değerlendirmeden önce makaleye ilişkin çıkar çatışmaları bulunmadığının onayını almakla yükümlüdür.

Editörün hakem değerlendirme sürecine ilişkin gerekli tüm bilgileri ve hakemlerden yapması beklenenleri hakemlere iletmesi gerekmektedir.

Editör, hakem değerlendirme sürecinin çifte körleme ile devam ettiğinden emin olmalı ve yazarlara hakemleri, hakemlere de yazarları ifşa etmemelidir.

Hakemleri tarafsız, bilimsel ve nesnel bir dille çalışmayı değerlendirmeleri için teşvik etmelidir.

Editör, hakemlere ilişkin bir veri tabanı oluşturmalı, hakemlerin zamanlama ve performansına göre veri tabanını güncellemelidir.

Hakem veri tabanında; makaleleri objektif değerlendiren, hakemlik sürecini zamanında yerine getiren, makaleyi yapıcı eleştirilerle değerlendiren ve etik kurallara uygun davranan bilim insanlarının olmasına özen göstermelidir.

1.4. Yazarlarla İlişkiler

Editör, yazarlara kendilerinden ne beklediğine ilişkin yayım ve yazım kurallarını sürekli güncellemelidir.

Editör dergiye gönderilen makaleleri dergi yazım ve yayım kuralları, çalışmanın önemi, özgünlüğü, anlatım dili açısından değerlendirerek olumlu ya da olumsuz karar vermelidir. Eğer, makaleyi ilk gönderim sürecinde reddetme kararı alırsa, yazarlara bunun nedenini açık ve yansız bir şekilde iletmelidir. Bu süreçte, makalenin dilbilgisi, noktalama ve/veya yazım kuralları (kenar boşlukları, uygun şekilde referans gösterme, vb.) açısından tekrar gözden geçirilmesi gerektiğine karar verilirse, yazarlar bu konuda bilgilendirilmeli ve gerekli düzeltmeleri yapabilmeleri için kendilerine zaman tanınmalıdır.

Yazarların makalelerinin durumuna ilişkin bilgi talebi olduğunda çifte körleme sürecini bozmayacak şekilde yazarlara makalelerinin durumuna ilişkin bilgi verilmelidir.

Editör değişikliği durumunda, yeni editör önceki editör tarafından alınan bir kararı önemli bir durum olmadığı sürece değiştirmemelidir.

1.5. Editörler Kurulu ile İlişkiler

Editör, yeni editörler kurulu üyelerine derginin yayım ve yazım kurallarını iletmeli ve kendilerinden beklenenleri açıklamalıdır.

Editör, editörler kurulu üyelerini değerlendirmeli ve derginin gelişimine aktif olarak katılım gösterecek üyeleri editörler kuruluna seçmelidir.

Editör, Editörler kurulu üyeleri ile sürekli iletişim halinde bulunmalı ve gelişmelerden haberdar etmelidir.

Editör, editörler kurulu üyelerini aşağıda yer alan rolleri ve sorumluluklarına ilişkin bilgilendirmelidir

- Derginin gelişimini desteklemek

- Kendilerinden istendiğinde uzmanlık alanlarına ilişkin derlemeler yazmak
- Yayın ve yazım kurallarını gözden geçirmek ve iyileştirmek
- Derginin işletiminde gerekli sorumlulukları yerine getirmek

2. Hakemlerin Etik Sorumlulukları

Hakemlerin yalnızca uzmanlık alanlarına ilişkin makalelere hakemlik yapmaları gerekmektedir. Hakemler, değerlendirmeyi yansızlık ve gizlilik içinde yapmalıdır. Bu ilke gereğince inceledikleri makaleleri değerlendirme sürecinden sonra yok etmeli, ancak yayımlandıktan sonra kullanmalıdırlar. Uyruk, cinsiyet, dinsel inanç, siyasi inanç ve ticari kaygılar, değerlendirmenin yansızlığını bozmamalıdır.

Hakemler, çıkar çatışması-çıkarcı birliği olduğunu anladıklarında, makaleyi değerlendirmeyi reddederek, editörlere bilgi vermelidir.

Hakemlerin değerlendirdikleri makalelere ilişkin Hakem Değerlendirme Formunu doldurmaları gerekmektedir. Hakemlerin değerlendirdikleri makalenin yayımlanabilir olup olmadığına ilişkin kararları ile kararlarına ilişkin gerekçelerini de bu formda belirtmelidirler.

Hakemler, değerlendirmeyi akademik görgü kurallarına uygun biçimde, yapıcı bir dille yapmalı; hakaret ve düşmanlık içeren kişisel yorumlardan kaçınmalıdır. Hakemlerin bu tür bilimsel olmayan yorumlarda buldukları tespit edildiğinde yorumlarını yeniden gözden geçirmeleri ve düzeltmeleri için editör ya da editörler kurulu tarafından kendileriyle iletişime geçilebilmektedir.

Hakemlerin kendilerine verilen süre içerisinde değerlendirmelerini tamamlamaları gerekmekte ve burada belirtilen etik sorumluluklara uymaları beklenmektedir.

3. Yazar(lar)ın Etik Sorumlulukları

2020 yılı başından itibaren gönderilen çalışmalarda uygulanmak üzere "sosyal bilimler dahil olmak üzere tüm bilim dallarında yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir" kararı almıştır. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Olgu sunumlarında, bilgilendirilmiş gönüllü olur/onam formunun imzalandığına dair bilgiye makalede yer verilmesi gereklidir. 2020 yılı öncesinde toplanmış veriler içeren ancak sisteme 2020 yılı ve sonrasında yüklenen çalışmalar için geriye dönük etik kurul kararı alınamayacağından, veri toplama döneminin çalışma metninde belirtilmesi gerekmektedir.

Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.

Gönderilen makaleler belirtilen çalışma alanlarına uygun özgün çalışmalar olmalıdır.

Yayımlanmak amacıyla gönderilen makaleler bilimsel yayın etiğine (intihal, sahtecilik, çarpıtma, tekrar yayın, dilimleme, haksız yazarlık, destekleyen kuruluşu belirtmemek) aykırı olmamalıdır.

Yazar(lar)ın potansiyel çıkar çatışmaları belirtilmeli ve nedeni açıklanmalıdır.

Kaynakça listesi eksiksiz olup doğru hazırlanmalı ve alıntı yapılan kaynaklar mutlaka belirtilmelidir.

Makaleye katkı sağlamayan kişilerin adı, yazar olarak yazılmamalı, yayımlanmak üzere başvurusu yapılan bir makalenin yazar sırasını değiştirme, yazar çıkartma, yazar ekleme önerilmemelidir. Bununla beraber, Çalışmalarında önemli derecede payları olan şahısları ortak yazar olarak

belirtmelidirler. Bir çalışma, yazarlarının tümünün rızası olmadan yayımlanamaz.

Yazar(lar) dergi editörleri talep ettiği takdirde makalenin ham verilerini editöre iletmekle yükümlüdür.

Yazar(lar), değerlendirme ve erken görünüm aşamasındaki ya da elektronik ortamda yayımlanmış makalesiyle ilgili hatayı fark ettiklerinde bilgi vermek, düzeltmek ya da geri çekmek için editörle iletişime geçmesi gerekir.

Yazar(lar) yayınlanması amacıyla gönderilen makalelerini aynı anda başka bir dergiye gönderemezler. Başka bir dergide yayınlanan makaleler AYDIN GASTRONOMY'e yayınlanmak maksadıyla tekrar gönderilemez.

Yayın kurulunun kararı ile alanında katkısı olduğu düşünülen yabancı dilden özgün makalelerin İngilizce veya Türkçe çevirilerine de yer verilebilir. Çeviri makalelerin yayınlanabilmesi için çeviri metin ile birlikte özgün makalenin yazarından ya da hak sahibinden alınacak izin yazısının da gönderilmesi zorunludur.

Hakemlerden gelen raporlara göre makalenin kabulüne veya reddine karar verilir. Hakem görüşleri doğrultusunda yazarlardan düzeltme talep edilebilir. Yazarların düzeltilmiş makalelerini ya da konu ile ilgili açıklamalarını en geç 1 ay içerisinde dergi yayın kuruluna ulaştırmaları beklenir.

Değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı İstanbul Aydın Üniversitesi'ne devredilmiş sayılır. Yazarlar başvuru sırasında yayın için "telif hakkı devir formu" nu eksiksiz olarak doldurmalı ve ıslak imzalı olarak dergi editörlüğüne ulaştırılmalıdır.

4. Yayıncının Etik Sorumlulukları

Yayıncı, makale yayınlama sürecinin tüm aşamalarında karar mercisinin editörün sorumluluğunda olduğunu kabul etmelidir.

Yayıncı, yayınlanmış her makalenin mülkiyet ve telif hakkını korumakla ve yayınlanmış her kopyanın kaydını saklamakla yükümlüdür.

Yayıncı, derginin tüm sayılarındaki makalelere ücretsiz olarak elektronik ortamda erişimini sağlamakla yükümlüdür.

İntihal ve Etik Dışı Davranışlar

AYDIN GASTRONOMY'e gönderilen tüm makaleler basılmadan önce Turnitin, iThenticate vb yazılım programı ile taranmaktadır. Tarama sonucu çalışmanın tamamında %20'den; tek kaynaktan %5'ten fazla benzeşiklik çıkan çalışmalar ön değerlendirmeye alınmaz. Benzeşiklik oranı %20'nin altında olan çalışmalar; alıntı yapılan her cümlenin sonunda kaynak verilip verilmediği (bazı durumlarda 4-5 cümleden oluşan bir paragraflık alıntı yapılmakta ve sadece son cümlede kaynak verilmektedir. Böyle durumlarda alıntı yapılan ifade çift tırnak içine alınmalı ve italik gösterilmelidir); benzeşikliğin ana kaynaktan olup olmadığı (bazı durumlarda farklı kaynaktan alıntı yapılmakta aktaran olarak vermek yerine ana kaynağa atıf yapılmaktadır) gibi yönlerden kontrol edilir. Çalışmada blok alıntı varsa, benzeşiklik bulunan bölümlerin atıfları yapılmamışsa ya da benzeşiklik ana kaynak dışında bir kaynağa aitse ve aktaran ifadesi bulunmuyorsa çalışma değerlendirmeye alınmaz. Etik ihlaller konusunda her türlü sorumluluk

yazarlara aittir. Bu oranı aşan makaleler ayrıntılı olarak incelenir ve gerekli görülürse gözden geçirilmesi ya da düzeltilmesi için yazarlara geri gönderilir, intihal ya da etik dışı davranışlar tespit edilirse yayımlanması reddedilebilir.

Aşağıda etik dışı bazı davranışlar listelenmiştir:

- Çalışmaya fikren katkıda bulunmayan kişilerin yazar olarak belirtilmesi.
- Çalışmaya fikren katkıda bulunan kişilerin yazar olarak belirtilmemesi.
- Makale yazarın yüksek lisans/doktora tezinden ya da bir projeden üretilmişse bunun belirtilmemesi.
- Dilimleme yapılması yani, tek bir çalışmadan birden fazla makale yayımlanması.
- Gönderilen makalelere ilişkin çıkar çatışmalarının bildirilmemesi.
- Çifte körlene sürecinin deşifre edilmesi

Etik İlkeler Uymayan Durumun Editöre Bildirilmesi

AYDIN GASTRONOMY dergisinde editörler, hakemler, yazarlar ile ilgili etik ilkelere uymayan bir davranış ya da değerlendirme sürecindeki, erken görünümdeki ya da yayımlanmış bir makale ile ilgili etik ilkelere aykırı bir durumla karşılaşılması durumunda, lütfen aydingastronomy@aydin.edu.tr adresine ileti yoluyla bildiriniz

Makale Hazırlama Kuralları

1. Makaleler Türkçe veya İngilizce olarak yazılmalıdır.
2. Makale metni ve tablolar MS-Word programında yazılmalıdır.
3. Metin A4 kağıda (210 x 297 mm), sayfa kenar boşlukları soldan, sağdan, alttan ve üstten 2,5'er cm olacak şekilde şekilde, 2 satır aralığıyla, Times News Roman yazı karakterinde ve 12 punto büyüklükte yazılmalıdır.
4. Metin iki yandan hizalanmış olmalıdır.
5. Metin hazırlanırken kapak sayfası hariç sağ alt kısma sayfa numarası ve her sayfada yeniden başlamak koşulu ile satır numaraları verilmelidir.
6. Eserler içinde kullanılacak kısaltmalar uluslararası kabul gördüğü şekli ile verilmelidir.
7. Metin içinde sık tekrarlanan ve birçok kelimedenden oluşan, makalenin çalışma konusuna özgü isimler için kısaltma yapılabilir. Kısaltılacak isim ilk kullanıldığı yerde açık bir şekilde yazılmalı ve parantez içinde kısaltılmış hali belirtilmelidir. Daha sonraki kullanımlarda sadece kısaltılmış hali kullanılmalıdır.
8. Kesirli sayıların belirtilmesinde ondalık ayırıcı olarak Türkçe metinde virgöl, İngilizce metinde ise nokta işareti kullanılmalıdır.

belirtmelidirler. Bir çalışma, yazarlarının tümünün rızası olmadan yayımlanamaz.

Yazar(lar) dergi editörleri talep ettiği takdirde makalenin ham verilerini editöre iletmekle yükümlüdür.

Yazar(lar), değerlendirme ve erken görünüm aşamasındaki ya da elektronik ortamda yayımlanmış makalesiyle ilgili hatayı fark ettiklerinde bilgi vermek, düzeltmek ya da geri çekmek için editörle iletişime geçmesi gerekir.

Yazar(lar) yayımlanması amacıyla gönderilen makalelerini aynı anda başka bir dergiye gönderemezler. Başka bir dergide yayımlanan makaleler AYDIN GASTRONOMY'e yayımlanmak maksadıyla tekrar gönderilemez.

Yayın kurulunun kararı ile alanında katkısı olduğu düşünülen yabancı dilden özgün makalelerin İngilizce veya Türkçe çevirilerine de yer verilebilir. Çeviri makalelerin yayımlanabilmesi için çeviri metin ile birlikte özgün makalenin yazarından ya da hak sahibinden alınacak izin yazısının da gönderilmesi zorunludur.

Hakemlerden gelen raporlara göre makalenin kabulüne veya reddine karar verilir. Hakem görüşleri doğrultusunda yazarlardan düzeltme talep edilebilir. Yazarların düzeltilmiş makalelerini ya da konu ile ilgili açıklamalarını en geç 1 ay içerisinde dergi yayın kuruluna ulaştırmaları beklenir.

Değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı İstanbul Aydın Üniversitesi'ne devredilmiş sayılır. Yazarlar başvuru sırasında yayın için "telif hakkı devir formu" nu eksiksiz olarak doldurmalı ve ıslak imzalı olarak dergi editörlüğüne ulaştırılmalıdır.

4. Yayıncının Etik Sorumlulukları

Yayıncı, makale yayımlama sürecinin tüm aşamalarında karar merciiinin editörün sorumluluğunda olduğunu kabul etmelidir.

Yayıncı, yayımlanmış her makalenin mülkiyet ve telif hakkını korumakla ve yayımlanmış her kopyanın kaydını saklamakla yükümlüdür.

Yayıncı, derginin tüm sayılarındaki makalelere ücretsiz olarak elektronik ortamda erişimini sağlamakla yükümlüdür.

İntihal ve Etik Dışı Davranışlar

AYDIN GASTRONOMY'e gönderilen tüm makaleler basılmadan önce Turnitin, iThenticate vb yazılım programı ile taranmaktadır. Tarama sonucu çalışmanın tamamında %20'den; tek kaynaktan %5'ten fazla benzeşiklik çıkan çalışmalar ön değerlendirmeye alınmaz. Benzeşiklik oranı %20'nin altında olan çalışmalar; alıntı yapılan her cümlenin sonunda kaynak verilip verilmediği (bazı durumlarda 4-5 cümleden oluşan bir paragraflık alıntı yapılmakta ve sadece son cümlede kaynak verilmektedir. Böyle durumlarda alıntı yapılan ifade çift tırnak içine alınmalı ve italik gösterilmelidir); benzeşikliğin ana kaynaktan olup olmadığı (bazı durumlarda farklı kaynaktan alıntı yapılmakta aktaran olarak vermek yerine ana kaynağa atıf yapılmaktadır) gibi yönlerden kontrol edilir. Çalışmada blok alıntı varsa, benzeşiklik bulunan bölümlerin atıfları yapılmamışsa ya da benzeşiklik ana kaynak dışında bir kaynağa aitse ve aktaran ifadesi bulunmuyorsa çalışma değerlendirmeye alınmaz. Etik ihlaller konusunda her türlü sorumluluk

yazarlara aittir. Bu oranı aşan makaleler ayrıntılı olarak incelenir ve gerekli görülürse gözden geçirilmesi ya da düzeltilmesi için yazarlara geri gönderilir, intihal ya da etik dışı davranışlar tespit edilirse yayımlanması reddedilebilir.

Aşağıda etik dışı bazı davranışlar listelenmiştir:

- Çalışmaya fikren katkıda bulunmayan kişilerin yazar olarak belirtilmesi.
- Çalışmaya fikren katkıda bulunan kişilerin yazar olarak belirtilmemesi.
- Makale yazarın yüksek lisans/doktora tezinden ya da bir projeden üretilmişse bunun belirtilmemesi.
- Dilimleme yapılması yani, tek bir çalışmadan birden fazla makale yayımlanması.
- Gönderilen makalelere ilişkin çıkar çatışmalarının bildirilmemesi.
- Çifte körlene sürecinin deşifre edilmesi

Etik İlkeler Uymayan Durumun Editöre Bildirilmesi

AYDIN GASTRONOMY dergisinde editörler, hakemler, yazarlar ile ilgili etik ilkelere uymayan bir davranış ya da değerlendirme sürecindeki, erken görünümdeki ya da yayımlanmış bir makale ile ilgili etik ilkelere aykırı bir durumla karşılaşılması durumunda, lütfen aydingastronomy@aydin.edu.tr adresine ileti yoluyla bildiriniz

Makale Hazırlama Kuralları

1. Makaleler Türkçe veya İngilizce olarak yazılmalıdır.
2. Makale metni ve tablolar MS-Word programında yazılmalıdır.
3. Metin A4 kağıda (210 x 297 mm), sayfa kenar boşlukları soldan, sağdan, alttan ve üstten 2,5'er cm olacak şekilde şekilde, 2 satır aralığıyla, Times News Roman yazı karakterinde ve 12 punto büyüklükte yazılmalıdır.
4. Metin iki yandan hizalanmış olmalıdır.
5. Metin hazırlanırken kapak sayfası hariç sağ alt kısma sayfa numarası ve her sayfada yeniden başlamak koşulu ile satır numaraları verilmelidir.
6. Eserler içinde kullanılacak kısaltmalar uluslararası kabul gördüğü şekli ile verilmelidir.
7. Metin içinde sık tekrarlanan ve birçok kelimedenden oluşan, makalenin çalışma konusuna özgü isimler için kısaltma yapılabilir. Kısaltılacak isim ilk kullanıldığı yerde açık bir şekilde yazılmalı ve parantez içinde kısaltılmış hali belirtilmelidir. Daha sonraki kullanımlarda sadece kısaltılmış hali kullanılmalıdır.
8. Kesirli sayıların belirtilmesinde ondalık ayırıcı olarak Türkçe metinde virgül, İngilizce metinde ise nokta işareti kullanılmalıdır.

belirtmelidirler. Bir çalışma, yazarlarının tümünün rızası olmadan yayımlanamaz.

Yazar(lar) dergi editörleri talep ettiği takdirde makalenin ham verilerini editöre iletmekle yükümlüdür.

Yazar(lar), değerlendirme ve erken görünüm aşamasındaki ya da elektronik ortamda yayımlanmış makalesiyle ilgili hatayı fark ettiklerinde bilgi vermek, düzeltmek ya da geri çekmek için editörle iletişime geçmesi gerekir.

Yazar(lar) yayınlanması amacıyla gönderilen makalelerini aynı anda başka bir dergiye gönderemezler. Başka bir dergide yayınlanan makaleler AYDIN GASTRONOMY'e yayınlanmak maksadıyla tekrar gönderilemez.

Yayın kurulunun kararı ile alanında katkısı olduğu düşünülen yabancı dilden özgün makalelerin İngilizce veya Türkçe çevirilerine de yer verilebilir. Çeviri makalelerin yayınlanabilmesi için çeviri metin ile birlikte özgün makalenin yazarından ya da hak sahibinden alınacak izin yazısının da gönderilmesi zorunludur.

Hakemlerden gelen raporlara göre makalenin kabulüne veya reddine karar verilir. Hakem görüşleri doğrultusunda yazarlardan düzeltme talep edilebilir. Yazarların düzeltilmiş makalelerini ya da konu ile ilgili açıklamalarını en geç 1 ay içerisinde dergi yayın kuruluna ulaştırmaları beklenir.

Değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı İstanbul Aydın Üniversitesi'ne devredilmiş sayılır. Yazarlar başvuru sırasında yayın için "telif hakkı devir formu" nu eksiksiz olarak doldurmalı ve ıslak imzalı olarak dergi editörlüğüne ulaştırılmalıdır.

4. Yayıncının Etik Sorumlulukları

Yayıncı, makale yayınlama sürecinin tüm aşamalarında karar mercisinin editörün sorumluluğunda olduğunu kabul etmelidir.

Yayıncı, yayınlanmış her makalenin mülkiyet ve telif hakkını korumakla ve yayınlanmış her kopyanın kaydını saklamakla yükümlüdür.

Yayıncı, derginin tüm sayılarındaki makalelere ücretsiz olarak elektronik ortamda erişimini sağlamakla yükümlüdür.

İntihal ve Etik Dışı Davranışlar

AYDIN GASTRONOMY'e gönderilen tüm makaleler basılmadan önce Turnitin, iThenticate vb yazılım programı ile taranmaktadır. Tarama sonucu çalışmanın tamamında %20'den; tek kaynaktan %5'ten fazla benzeşiklik çıkan çalışmalar ön değerlendirmeye alınmaz. Benzeşiklik oranı %20'nin altında olan çalışmalar; alıntı yapılan her cümlenin sonunda kaynak verilip verilmediği (bazı durumlarda 4-5 cümleden oluşan bir paragraflık alıntı yapılmakta ve sadece son cümlede kaynak verilmektedir. Böyle durumlarda alıntı yapılan ifade çift tırnak içine alınmalı ve italik gösterilmelidir); benzeşikliğin ana kaynaktan olup olmadığı (bazı durumlarda farklı kaynaktan alıntı yapılmakta aktaran olarak vermek yerine ana kaynağa atıf yapılmaktadır) gibi yönlerden kontrol edilir. Çalışmada blok alıntı varsa, benzeşiklik bulunan bölümlerin atıfları yapılmamışsa ya da benzeşiklik ana kaynak dışında bir kaynağa aitse ve aktaran ifadesi bulunmuyorsa çalışma değerlendirmeye alınmaz. Etik ihlaller konusunda her türlü sorumluluk

yazarlara aittir. Bu oranı aşan makaleler ayrıntılı olarak incelenir ve gerekli görülürse gözden geçirilmesi ya da düzeltilmesi için yazarlara geri gönderilir, intihal ya da etik dışı davranışlar tespit edilirse yayımlanması reddedilebilir.

Aşağıda etik dışı bazı davranışlar listelenmiştir:

- Çalışmaya fikren katkıda bulunmayan kişilerin yazar olarak belirtilmesi.
- Çalışmaya fikren katkıda bulunan kişilerin yazar olarak belirtilmemesi.
- Makale yazarın yüksek lisans/doktora tezinden ya da bir projeden üretilmişse bunun belirtilmemesi.
- Dilimleme yapılması yani, tek bir çalışmadan birden fazla makale yayımlanması.
- Gönderilen makalelere ilişkin çıkar çatışmalarının bildirilmemesi.
- Çifte körlene sürecinin deşifre edilmesi

Etik İlkeler Uymayan Durumun Editöre Bildirilmesi

AYDIN GASTRONOMY dergisinde editörler, hakemler, yazarlar ile ilgili etik ilkelere uymayan bir davranış ya da değerlendirme sürecindeki, erken görünümdeki ya da yayımlanmış bir makale ile ilgili etik ilkelere aykırı bir durumla karşılaşılması durumunda, lütfen aydingastronomy@aydin.edu.tr adresine ileti yoluyla bildiriniz

Makale Hazırlama Kuralları

1. Makaleler Türkçe veya İngilizce olarak yazılmalıdır.
2. Makale metni ve tablolar MS-Word programında yazılmalıdır.
3. Metin A4 kağıda (210 x 297 mm), sayfa kenar boşlukları soldan, sağdan, alttan ve üstten 2,5'er cm olacak şekilde şekilde, 2 satır aralığıyla, Times News Roman yazı karakterinde ve 12 punto büyüklükte yazılmalıdır.
4. Metin iki yandan hizalanmış olmalıdır.
5. Metin hazırlanırken kapak sayfası hariç sağ alt kısma sayfa numarası ve her sayfada yeniden başlamak koşulu ile satır numaraları verilmelidir.
6. Eserler içinde kullanılacak kısaltmalar uluslararası kabul gördüğü şekli ile verilmelidir.
7. Metin içinde sık tekrarlanan ve birçok kelimedenden oluşan, makalenin çalışma konusuna özgü isimler için kısaltma yapılabilir. Kısaltılacak isim ilk kullanıldığı yerde açık bir şekilde yazılmalı ve parantez içinde kısaltılmış hali belirtilmelidir. Daha sonraki kullanımlarda sadece kısaltılmış hali kullanılmalıdır.
8. Kesirli sayıların belirtilmesinde ondalık ayırıcı olarak Türkçe metinde virgöl, İngilizce metinde ise nokta işareti kullanılmalıdır.

Yazarların soyadları ve adlarının ilk harfi yazılmalıdır. Devamında sırasıyla makalenin yayın yılı, makalenin adı, yayınlandığı derginin açık adı, cilt(varsa), sayı ve sayfa numaraları belirtilmelidir. Varsa doi numarası ilave edilir. Online dergilerdeki makalelerde de sonuna doi numarası, yoksa URL verilir. Yayınlanmak üzere kabul edilen ve DOI numarası bulunan, ancak henüz basılmamış makaleler için; makale künyesinin sonunda DOI adresi belirtilmelidir.

Örnekler

Hafez, A.A. (2012). Physico-chemical and sensory properties of cakes supplemented with different concentration of marjoram. *Journal of Applied Sciences*, 6(13), 463-470.

Bordin, K., Kunitake, M. T., Aracava, K. K., Trindade, C. S. F. (2013). Changes in food caused by deep fat frying- A review. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 63, 5-13.

De Melo, L.L.M.M., Bolini, H.M.A., Efraim, P. (2009). Sensory profile, acceptability, and their relationship for diabetic/reduced calorie chocolates. *Food Quality Preference*, 20, 138-143.

Brock, J., Nogueira, M. R., Zakrzewski, C., Corazza, F. C., Corazza, M. L., Oliveira, J. V. (2008). Experimental measurements of viscosity and thermal conductivity of vegetable oils. *Food Science and Technology*, 28, 564–570. doi: 10.1590/S0101-20612008000300010

Okajima, K., Spence, C. (2011). Effects of visual food texture on taste perception. i- Perception, 2(8),966. <http://i-perception.perceptionweb.com/journal/I/article/ic966>.

Marcet, I., Paredes, I., Díaz, M., (2014). Egg yolk granules as low-cholesterol replacer of whole egg yolk in the preparation of gluten-free muffins. *LWT–Food Sci. Technol.*, in press. dx.doi.org/10.1016/j.lwt.2014.08.031

İngilizce hazırlanmış makalelerde orijinal dili Türkçe olan bir makaleye atıf yapıyorsa makale adının köşeli parantez içinde varsa İngilizce karşılığı ile birlikte verilmelidir.

Örnek:

Muştu, Ç. (2020). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Ozon Uygulamaları [Ozone Applications in the Food Beverage Enterprises]. *AYDIN GASTRONOMY*, 2020, 4(1), 45-53

b. Kaynak kitap ise

Yazarların (veya editörün) soyadları ve adlarının ilk harfi yazılmalıdır. Devamında sırasıyla kitabın basım yılı, kitabın adı, yayınlandığı yer ve yayınevi belirtilmelidir. Kaynak, kitaptan bir bölüm ise bölüm yazarlarının isminden sonra sırasıyla bölümün adı, editörün (editörlerin) soyismi ve adının ilk harfi, bölümün alındığı kitabın adı, sayfa numaraları yayınlandığı yer, yayınevi veya kuruluş yazılmalıdır.

Örnekler:

Lawless, H.T., Heymann, H. (2010). Sensory Evaluation of Food-Principles and Practice. NewYork: Springer.

Li-Chan, E.C.Y., Kim, H.O. (2008). Structure and chemical composition of eggs. In: Mine,Y. (Ed.), Egg Bioscience and Biotechnology (pp.1–96). New Jersey: John Wiley and Sons.

c. Kaynak bir tez ise

Tezi yazan kişinin soyadı ve adının ilk harfi koyu olarak yazılmalı, kabul edildiği yıl, tezin başlığı, tezin cinsi (yüksek lisans veya doktora), üniversitesi/enstitüsü, yer belirtilmelidir.

Örnek:

Saraç, Y. (2015). İstanbul'da Satışa Sunulan İçme Sütlerinde Antibiyotik Kalıntı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

d. Kaynak internette bulunan bir web sitesi ise

Yazarların soyadları ve adının ilk harfi (Yazar adı yoksa web sitesinin veya kaynağın adı) yazılır. Daha sonra sonra sırasıyla yılı, makalenin adı, internet adresi belirtilir.

Örnekler:

García-del-Moral, R. (2009). On the Gastronomical Quality of Foie Gras. <http://www.lomejordelagastronomia.com/en/columnist/gastronomical-quality-foie-gras>

National Institute of Health (2017). Dietary Supplement Label Database. <https://www.dslid.nlm.nih.gov/dslid/dailyvalue.jsp>

Food and Drug Administration (2012). Effect of the use of antimicrobials in food-producing animals on pathogen load. Systematic review of the published literature. <http://www.fda.gov/cvm/antimicrobial/PathRpt.pdf>

e. Kaynak bilimsel toplantıda sunulmuş bir bildiri ise

Yazarların soyadı ve adının baş harfinden sonra sırasıyla toplantının yılı, bildirinin başlığı, toplantının adı, toplantının tarihi, toplantı yeri, bildiri kitabındaki sayfa no yazılmalıdır.

Örnek:

Bostan, K., Yılmaz, F., Muratoglu, K., Aydın, A. (2011). Changes in microbial population

numbers during the cooking process of doner kebabs. 57th ICoMST International Congress of Meat Science and Technology. 7 – 12th August 2011, Ghent, Belgium. Abstracts book, s.230

f. Diğer

Resmi Gazete Resmi Gazete’de yayımlanan kanun, yönetmelik, kanun hükmünde kararname gibi resmi belgeler için genel atıf formatı: Başlık. (Yıl, Gün Ay). Resmi Gazete (Sayı: xxx). <http://xxxx>

Örnek:

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, 20 Nisan). Resmi Gazete (Sayı: 29690). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Gönderme (Lisansüstü Eğitim ve Öğretim, 2016)

Metin İçerisinde Gönderme (Atıf) Yapılması

Metin içinde genel bir referans söz konusuysa ve metnin bütününe gönderme yapılıyorsa (yazarın soyadı, yıl) yazmak yeterlidir. Örnek: Barham (2005) tarafından ...

Cümlelerin sonunda atıf yapıldığında ise yazar ismi ve yayın yılı parantez içinde belirtilmelidir. Örnek: ...bildirilmiştir (Barham, 2005).

Bir kaynağın belirli bir bölümüne, sayfasına ya da bu kaynaktaki belli bir şekil, tablo ya da denkleme gönderme yapılacaksa söz konusu unsurun numarası göndermede belirtilir. Sayfa bilgisi s. kısaltması ile verilirken, diğerleri için kısaltma yapılmaz. Örnekler: (Doğan, 2018, s. 42), (Doğan, 2015, Bölüm 2) (Doğan, 2012, Tablo 1)...

Tek yazarlı eserlere göndermeler yazarın soyadını ve tarih bilgisini içerir. Jr. gibi son ekleri içermemeleri gerekir. Örnek: ... (Doğan, 2018).

Metin içinde iki yazarlı bir kaynak belirtiliyorsa her seferinde iki yazarın soyadı da belirtilir. Örnekler: Brownell ve Horgen (2009) tarafından...;...dir (Brownell ve Horgen, 2009).

Üç, dört ve beş yazarlı çalışmalara gönderme yapılırken sadece metin içindeki ilk göndermede tüm yazarların soyadları verilir. Diğer göndermeler için ilk yazarın soyadının yanına ve diğerleri (vd) ifadesi eklenmelidir.

Örnek:

İlk gönderme (El Hafid, Blade, Hoyano,2002)

İkinci ve sonraki göndermeler (El Hafid vd.,2004)

Yazar sayısı altı ya da daha fazlaysa o zaman ilk kullanımda da sadece ilk yazarın soyadı ve diğerleri şeklinde kısaltma yapılır (Colombo vd., 2015).

İngilizce çalışmalarda Türkçe bir kaynağa gönderme yapılıyorsa "ve" yerine "and" ifadesi, Türkçe bir çalışmada İngilizce bir kaynağa gönderme yapılıyorsa "and" yerine "ve" ifadesi kullanılmalıdır. Örnek: ... (Gupta ve Singh, 2012);(Doğan and Şencan, 2001).

Aynı yazara ait farklı çalışmalar aynı parantezde verilecekse, geçmişten güncel yıl sırası takip edilir ve yazar soyadı göndermenin en başına bir kez yazılır. Örnek: (Doğan, 2000, 2004).

Aynı yazar(lar)ın aynı yıl yayınları söz konusu ise her biri "a" harfinden başlayarak küçük harflerle işaretlenmelidir. Örnekler: (Barham, 2009a; Barham, 2009b).

Kaynakçada soyadları ve adlarının ilk harfleri aynı olan farklı iki yazar yer alıyorsa, yazarların adları künyede köşeli parantez içerisinde verilmeli (Örnek: Doğan, G. [Gözde]. (1996). ...; Doğan, G. [Güleda]. (2010). ...), gönderme ise yazarların ad ve soyadlarına yapılmalıdır. Örnek: (Gözde Doğan, 1996), ... (Güleda Doğan, 2010).

Birden çok kaynağa atıf yapılması durumunda önce alfabetik sonra kronolojik sıralama yapılmalı, aralarına noktalı virgül konulmalıdır. Örnekler: ...bildirilmiştir (Barham, 2005; Barham, 2006; Brownell ve Horgen, 2009; Doyle vd., 2015; Nielsen ve Engberg, 2006).

İkincil kaynaklar ancak orijinal (birincil) kaynağın baskıdan kaldırıldığı, bilinen kaynaklardan erişilemediği ve orijinal dilinin Türkçe ya da İngilizce olmadığı gibi istisnai durumlarda kullanılabilir. İkincil kaynağa yapılacak göndermeler aşağıdaki örnekte gösterildiği biçimde olmalıdır. Örnekler: (Goffman'dan aktaran Ress, 2009); Goffman'ın çalışmasında (aktaran Ress, 2009).... İkincil kaynak (yani Ress,2009), kaynak listesinde bütün künye bilgileri ile yer alır, birincil kaynak (yani (Goffman) almaz.

E-maile, telefonla, yüzyüze ya da başka biçimlerde yapılan kişisel görüşmelere dayalı bilgiler, metin içinde gösterilir, ancak kaynakçaya yazılmazlar. Örneğin: Aslı Baysal, söyledi (Aslı Baysal, kişisel görüşme, 22 Mayıs 2019).

Yazar olarak bir grup/tüzel kişi (dernekler, şirketler, devlet kurumları ve diğer çalışma grupları gibi) ifade ediliyorsa bu gruba ilişkin ad bilgisi metin içindeki göndermede oldukça açık ve anlaşılır biçimde verilmelidir. Eğer grup adı uzunsa, kısaltma herkesçe anlaşılır oluyorsa veya ada yönelik zaten bilinen bir kısaltma var ise ilk kullanımda hem açık hali hem kısaltma hali kullanılıp, sonraki kullanımlarda ise sadece kısaltma kullanılabilir.

Örnek:

İlk gönderme (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2013),

İkinci ve sonraki göndermeler (TÜBİTAK, 2013).

Eğer grup adı kısa ise veya kısaltması herkesçe anlaşılır olmuyorsa tüm göndermelerde adın açık hali yazılır.

AYDIN GASTRONOMY

Aim

To share the results of scientific research, examination and project studies in the field of gastronomy and culinary arts; to convey current information and developments in this field to the target audience; to provide a basis for discussion of the problems on the subject; to introduce Turkish Culinary culture.

Scope

AYDIN GASTRONOMY is a refereed journal that publishes research and compilation articles written in the fields of Gastronomy and culinary arts (culinary culture, gastronomy and food history, food and beverage science, food technology, nutrition and diet, hygiene and sanitation, food safety, culinary science, culinary arts, industrial cuisine, mixology, Turkish cuisine, world cuisine, fusion cuisine, restaurant management, gastronomy and tourism, menu planning, molecular gastronomy, digital gastronomy, banquet and catering, barista, artisan food, food sociology and anthropology, new trends in gastronomy, functional foods, Ottoman palace cuisine, food styling and photography, product development etc.), and expert opinions as well as articles addressed in the fields of sociology, philosophy, design, education, history, culture and art.

Ethical Guidelines

AYDIN GASTRONOMY is committed to meeting and upholding standards of ethical behaviour at all stages of the publication process. It strictly follows the general ethical guidelines provided by the Committee on Publication Ethics (COPE) and the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA). Depending on these principles and general publication requirements, editors, peer reviewers, and authors must take the following responsibilities in accordance to professional ethics and norms. The proper and ethical process of publishing is dependent on fulfilling these responsibilities.

1. The Responsibilities of Editors

1.1. The General Responsibilities

The editor is accountable for the execution of the publication process of all articles published in their journals.

The editor should make efforts to improve the quality and contribute to the development of the journal.

The editor should support authors' freedom of expression.

1.2. Relations with Readers

Readers should be informed about who has funded research or other scholarly work and whether the funders had any role in the research and its publication and, if so, what this was.

The editor should ensure that the non-peer-reviewed sections of the journal (letter to the editor, invited paper, announcements of conferences, etc.) are clearly identified.

The editor should make efforts to ensure that the articles published align with the knowledge and skills of the readers.

1.3. Relations with Reviewers

The editor should match the knowledge and expertise of the reviewers with the manuscripts submitted to them to be reviewed ensuring that the manuscripts are adequately reviewed by qualified reviewers.

The editor is responsible to obtain the approval of reviewers that there is not any conflict of interest regarding the article before evaluating the article.

The editor should provide necessary information about the review process and what is expected of them to the reviewers.

The editor must ensure that the review process is double-blind and never reveal the identities of the authors to the reviewers or vice versa.

The editor encourages reviewers to evaluate manuscripts in a scientific and objective language. The editor should develop a database of reviewers and update it on the basis of reviewers' performance and timing.

In the reviewer database; the editor should be attentive to have scientists who evaluate the manuscripts objectively, perform the review process on time, evaluate the manuscript with constructive criticism and act in accordance with ethical rules.

1.4. Relations with Authors

The editor should constantly update the publication and writing rules regarding what is expected from authors.

The editor should evaluate the articles submitted to the journal in terms of journal writing and publication rules, importance of the study, originality, and language of expression, and make a positive or negative decision. If the editor decides to reject the article during the first submission process, he/she should clarify the reason of this to the authors in a clear and neutral manner. If the decision is made that the manuscript should be revised by the authors in terms of written language, punctuation, and/or rules in the guidelines (spacing, proper referencing, etc.), the authors should be notified and given time to do the corrections accordingly.

The authors should be provided with necessary information about the process of their review (at which stage is the manuscript at etc.) complying with the rules of double-blind review.

In the case of an editor change, the new editor should not change a decision taken by the previous editor unless it is an important situation.

1.5. Relations with Editorial Board Members

The editor should notify the publication and writing rules of the journal to the new editorial board members and explain what is expected of them.

The editor should evaluate the editorial board members and choose members to the editorial board who can actively contribute to the journal's development.

The editor should constantly be in communication with the editorial board members and inform about developments.

The editor should inform the editorial board members about their roles and responsibilities such as

- Supporting the development of the journal

- Writing reviews in their expertise fields when asked
- Reviewing and improving the publication and writing guidelines
- Taking necessary responsibilities in journal's operation

2. The Ethical Responsibilities of Reviewers

The reviewers must only review the manuscripts which align with their expertise fields.

The reviewers must make the evaluation in neutrality and confidentiality. In accordance with this principle, they should destroy the manuscripts they examine after the evaluation process, but use them only after they are published. Nationality, gender, religious belief, political belief and commercial concerns should not disrupt the neutrality of the assessment.

If reviewers notice any conflict of interest, they should inform the editor about it and decline to review the related manuscript.

Reviewers must fill in the Article Evaluation Form for the manuscripts they evaluate. And they should include their final decision about the manuscript whether or not it should be published and why. Reviewers should indicate their decision on whether the manuscript is publishable or not, and the reasons for their decision on this form.

The suggestions and tone of the reviews should be polite, courteous and scientific. The reviewers should make the assessment in a constructive language in accordance with academic propriety and avoid subjective personal comments including defamation and hostility. When it is determined that the reviewers made such unscientific comments, they are contacted by the editor or the editorial board to revise and correct their comments.

The reviewers should respond in time when a manuscript is submitted to them to be reviewed and they should adhere to the ethical responsibilities declared hereby.

3. The Ethical Responsibilities of Author(s)

To be applied in studies submitted as of the beginning of 2020, ethics committee approval must be obtained for researches in all disciplines including social sciences and for studies on clinical and experimental people and animals that require ethical committee decision, this approval must be specified and documented in the article. In studies requiring ethics committee permission, information about the permit (board name, date, and number) should be included in the method section and also on the first / last page of the article. In case reports, information about the volunteer informed / consent form being signed should be included in the article. Since a retrospective ethics committee decision cannot be taken for the studies containing data collected before 2020 but uploaded to the system in and after 2020, the data collection period should be specified in the manuscript.

The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Submitted manuscripts should be original works in accordance with the specified fields of study.

Manuscripts sent for publication should not contradict scientific publication ethics (plagiarism, counterfeiting, distortion, republishing, slicing, unfair authorship, not mentioning the supporting organization).

The potential conflicts of interest of the author(s) should be stated and the reason should be

explained

The bibliography list should be prepared complete and correctly and the cited sources must be specified.

The names of the people who did not contribute to the manuscript should not be indicated as authors, and should not be suggested to change the author's order, remove the author, or add an author for a manuscript that is submitted for publication. Nevertheless, they should identify individuals who have a significant share in their work as co-authors. A study cannot be published without the consent of all its authors.

Author(s) are obliged to transmit the raw data of the manuscript to the editor upon request of journal editors.

The author(s) should contact the editor to provide information, correction, or withdrawal when they notice an error regarding the manuscript in the evaluation and early view phase or published electronically.

Author (s) must not send manuscripts submitted for publication to another journal at the same time. Articles published in another journal cannot be resubmitted to be published in the AYDIN GASTRONOMY.

With the decision of the editorial board, English or Turkish translations of original articles from foreign languages, which are considered to have contributed in their field, may also be included. It is obligatory to send the permission text to be obtained from the author or the right owner of the original article along with the translation text in order for the translation articles to be published.

The acceptance or rejection of the article is decided according to the reports from the referees. Correction may be requested from the authors in line with the opinions of the referees. The authors are expected to send their corrected articles or explanations related to the subject to the journal editorial board within 1 month at the latest.

The copyright of the articles accepted to be published after the evaluation process is deemed to have been transferred to Istanbul Aydın University. The authors should fill in the "copyright transfer form" for publication at the time of application and be submitted to the journal editorial with a wet signature.

4. The Ethical Responsibilities of Publisher

The publisher acknowledges that the decision making process is the responsibility of the editor at all stages of the article publication process.

The publisher is responsible for protecting the property and copyright of each published article and keeping a record of every published copy.

The publisher is obliged to provide free access to all articles of all issues of the journal in electronic environment.

Plagiarism and unethical behavior

All manuscripts submitted to AYDIN GASTRONOMY are reviewed through iThenticate and Turnitin software before publishing. Studies with more than 20% similarity in the entire study, and more than 5% similarity from a single source as a result of screening are not included in the preliminary study. Studies with a similarity rate below 20% are checked for aspects such as; whether the source is given at the end of each sentence quoted (in some cases, paragraphs

quoted made of 4-5 sentences and a source is given only in the last sentence. In such cases the quoted expression must be enclosed in double-quotes and italicized.), whether the similarity is from the main source (in some cases, different sources are cited and instead of giving as transporter, reference is made to the main source). If there is a block excerpt in the study, if the sections with similarity are not cited, or if the similarity belongs to a source other than the main source and no expressions are available, they will not be evaluated. Any responsibility for ethical violations rests with the authors. Manuscripts which exceed these limits are analyzed in detail and if deemed necessary returned to the authors for revision or correction, if not they could be rejected to be published if any plagiarism or unethical behavior is detected.

Some of the unethical behaviors are listed below:

- Indicating individuals who have not intellectually contributed to the manuscripts as authors.
- Not indicating individuals who have intellectually contributed to the manuscripts as authors.
- Not indicating that a manuscript was produced from author's graduate thesis/ dissertation or a project.
- Salami slicing, producing more than one article from a single study.
- Not declaring conflicting interests or relations in the manuscripts submitted.
- Unveiling the double-blind process.

Notifying The Editor About The Violation Of Ethical Principles

In case of noticing a behavior that does not comply with the ethical principles regarding the editors, referees and authors, or a situation contrary to ethical principles regarding an article in the evaluation process, preliminary assessment or published in the journal AYDIN GASTRONOMY, please report to aydingastronomy@aydin.edu.tr

Article Preparation Rules

1. Articles should be written in Turkish or English.
2. Article text and tables should be written in the MS-Word program.
3. The text should be written on A4 paper (210 x 297 mm), with 2-line spacing, Times News Roman font and 12 font size, with page margins 2.5 cm each from left, right, bottom and top.
4. The text should be aligned on both sides.
5. While preparing the text, the page number should be written on the bottom right except

for the cover page; and line numbers should be provided on each page provided that they are restarted.

6. Abbreviations to be used in the works should be given as accepted internationally.

7. Abbreviations can be made for names that are frequently repeated in the text and are composed of many words, specific to the subject of the article. The name to be abbreviated should be clearly written in the place where it was first used, and its abbreviated form should be specified in parentheses. For later use, only the shortened version should be used.

8. A comma in the Turkish text and a dot in the English text should be used as the decimal separator for the rational numbers.

9. All titles in the article should be written in bold. First level main titles in the text should be centered and only the initials should be written in capital letters. Second level titles should be written left-justified, and only their initials should be capitalized. The third level title should be indented, and only the first word of the title should be capitalized. The fourth level titles should be indented, italic and only the first word of the title should be written in capital letters. All titles and sub titles should be given without numbers. Colon should not be placed at the end of the titles.

10. Latin names should be written in italic typeface. Apart from this, the use of italics should be avoided as much as possible.

11. All dimensions must be given according to SI (Systeme International).

12. Number of pages should not be less than 5 or more than 12, excluding resources (Increased number of pages can be made in articles with wide scope after the approval of the editorial board).

13. Footnotes should not be used to refer to the source in the text. Footnotes should be used only for additional explanatory information and should be numbered on the relevant page.

14. Numeric expressions are given as words when starting sentences (For example: Twenty-six of 45 examples.....).

15. Tables should be numbered according to the order of use, expressed in short titles, and should be cited in the text by giving the table number (e.g. Table 1). Writings in the tables should never be less than 9 points. Vertical lines should be avoided in the tables.

16. Photographs, graphics, maps, charts and drawings used in the text should be used in the text with the name of the figure. Figures should be numbered in order of use and should be expressed in short titles, and should be cited in the text by giving the figure number (e.g. Figure 1).

17. Table titles should be at the top of the table, figure titles should be under the figures. Titles should be written with a space after the table or figure number, and the initials should be capitalized and others should be small. Abbreviations and necessary explanations used in the table and figure should be given under the table and figure.

18. Tables and figures quoted from another source (not produced from the study) should be cited at the end of the table and figure title.

19. The page changes and shifts that may occur during the string should be taken into consideration when referring to the tables/figures in the text, and instead of expressions such as "above / below" or "in the table/figure on page X", as in the example of "according to the data in Table 2/Figure 2 ..." table/figure numbers should be used.

The articles to be sent to the journal should consist of "Cover page", "Main Text" and "Appendix" sections when necessary.

Cover Page

The cover page should contain the title of the article and the information of the authors (authors should be written one below the other, the institution, e-mail address, and ORCID number of each author should be specified), centered respectively; the name and contact information of the author responsible for correspondence should be specified separately.

If necessary, explanations about the article such as the thesis from which the article originated, the congress where it was presented, etc. should be written at the end of the cover page.

.

Main Text

Research articles are original articles based on scientific research, prepared on issues in the journal's publication areas. It should consist of title, abstract, introduction, materials, and methods, findings, discussion, conclusion, and bibliography. There are no materials, methods,

findings, and discussion sections in the compilation articles containing new and updated information about the field prepared by using scientific sources. Instead of these, general information is given as main and subtitles after the introduction.

The title should be clear and understandable to express the subject of the article; It should not exceed 12 words, only the first letter of the words must be uppercase. The entire title should be written in bold letters. If an explanation about the title is desired, explanation should be made at the end of the page by putting a "*" sign at the end of the title.

Abstract

For articles prepared in Turkish, Turkish title and abstract should be written first. Then, the English title and summary (Abstract) of the article should be written. There is no requirement for a Turkish title and summary for works prepared in English. The fact that should be taken into consideration while preparing the abstract is to make the reader have a general idea about the content of the article by reading the abstract. The abstract should include the essential details (purpose, material and method, findings, and conclusion) and reflect the study in research articles. The number of words should not be less than 100 and should not exceed 150 in the abstract section. There should be no reference to paragraphs, footnotes, resources, figures, and tables. Keywords that can vary between 3-5 and are directly related to the study should be written one line under the Turkish and English abstracts. Internationally accepted abbreviations should be followed when choosing keywords.

Introduction

The studies and publications related to the subject are examined by revealing the reason and importance of the study in this section. It should be noted that this section should not be less than half a page or more than two pages in research articles. The purpose of the study should be clearly stated at the end of the section. This section can be enriched by using middle title and subtitles in compilation articles.

Material and Methods

The materials and method(s) used in the article, the analyzes made and the statistical methods used in the study should be given in detail with appropriate references. It may be sufficient to cite the source by giving a brief explanation for known and accepted methods.

Results

The data obtained in the study should be presented in a short, organized, and understandable way. The findings of other researchers should not be included in this section. Table and figure data should not be repeated in the text, important points should be emphasized and unnecessary repetitions should be avoided. Statistical evaluation results of the findings obtained in the study should be stated.

Discussion

The findings obtained in the study are compared with the findings of other studies, similarities and contradictions are interpreted, and points that cannot be clarified are indicated. However, speculative comments should be avoided. It should definitely be stated how the study contributes to science and the original parts of the study should be emphasized in this section. Optionally, "Results" and "Discussion" sections can be written together.

Conclusions

Conclusions based on the research and investigation data should be written clearly and concisely; the result should be consistent with the purpose of the study; suggestions, if any, should be stated.

Thanks

The authors can state their letters of appreciation to the supporting institutions and/or individuals who have contributed to their work in this section.

References

American Psychological Association (APA) style should be used in the references system and arrangement of references in articles sent to AYDIN GASTRONOMY.

All sources used in thesis text or tables / figures should be written in alphabetical order according to the initial letter of the first author's last name.

All references cited in the text should be included in the bibliography, and all references in the bibliography should be referred in the text.

Other authors of publications with more than one author should also be mentioned.

Author names and publication year should be written in bold in the list of references.

If the bibliography has many sources of the same author, the sources are written in order from the past to the new date.

Sorting by letter is made in the resources of the same author with the same date. Barham, K. (2009a), Barham, K. (2009b).

For the authors with the same surname, the first letter of the name is indicated first in the bibliography that comes first alphabetically even if this person's publication is older.

Journal names should be written clearly without any abbreviations. Abbreviations can be made according to the rule in very long journal names.

References should be written as follows:

a. If the reference is an article

Surnames of the authors and the first letter of their names should be written. Subsequently, the publication year of the article, the name of the article, the full name of the journal in which it was published, volume (if any), number and page numbers should be specified. If available, DOI number is added. Articles in online journals are also given a DOI number or URL at the end. The DOI address should be specified at the end of the article tag for articles accepted for publication and having a DOI number but not yet published.

Examples:

Hafez, A.A. (2012). Physico-chemical and sensory properties of cakes supplemented with different concentration of marjoram. *Journal of Applied Sciences*, 6(13), 463-470.

Bordin, K., Kunitake, M. T., Aracava, K. K., Trindade, C. S. F. (2013). Changes in food caused by deep fat frying- A review. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 63, 5-13.

De Melo, L.L.M.M., Bolini, H.M.A., Efraim, P. (2009). Sensory profile, acceptability, and their relationship for diabetic/reduced calorie chocolates. *Food Quality Preference*, 20, 138-143.

Brock, J., Nogueira, M. R., Zakrzewski, C., Corazza, F. C., Corazza, M. L., Oliveira, J. V. (2008). Experimental measurements of viscosity and thermal conductivity of vegetable

oils. *Food Science and Technology*, 28, 564–570. doi: 10.1590/S0101-20612008000300010

Okajima, K., Spence, C. (2011). Effects of visual food texture on taste perception. *i- Perception*, 2(8),966. <http://i-perception.perceptionweb.com/journal/I/article/ic966>.

Marcet, I., Paredes, I., Díaz, M., (2014). Egg yolk granules as low-cholesterol replacer of whole egg yolk in the preparation of gluten-free muffins. *LWT–Food Sci. Technol.*, in press. dx.doi.org/10.1016/j.lwt.2014.08.031

If the articles in English are referred to an article that original language is Turkish, the name of the article should be given in square brackets with the English equivalent, if any.

Example:

Muştu, Ç. (2020). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Ozon Uygulamaları [Ozone Applications in the Food Beverage Enterprises]. *AYDIN GASTRONOMY*, 2020, 4(1), 45-53

b. If the reference is a book

Surnames and first letters of names of the authors (or editor) should be written. Subsequently, the year of publication of the book, the title of the book, the place where it was published and the publishing house should be respectively specified. If the source is a section from the book, the name of the section, the surname of the editor (editors) and the first letter of the name, the name of the book from which the section was taken, the place where the page numbers, place of publication, the publisher or organization should be written, respectively after authors' names of the section.

Examples:

Lawless, H.T., Heymann, H. (2010). *Sensory Evaluation of Food-Principles and Practice*. New York: Springer.

Li-Chan, E.C.Y., Kim, H.O. (2008). Structure and chemical composition of eggs. In: Mine, Y. (Ed.), *Egg Bioscience and Biotechnology* (pp.1–96). New Jersey: John Wiley and Sons.

c. If the reference is a thesis

The surname of the person who wrote the thesis and the first letter of the name should be written in bold. The year of admission, the title of the thesis, the type of the thesis (master or

doctorate), university / institute, and place should be specified.

Example:

Saraç, Y. (2015). İstanbul'da Satışa Sunulan İçme Sütlerinde Antibiyotik Kalıntı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. Postgraduate Thesis, İstanbul Aydın University, Institute of Science and Technology, İstanbul

d. If the reference is a website

The surnames of the authors and the first letters of their names (If the name of the author is not available, the name of the website or source) are written. Then, the year, the name of the article and the internet address are indicated respectively.

Examples:

García-del-Moral, R. (2009). On the Gastronomical Quality of Foie Gras. <http://www.lomejordelagastromia.com/en/columnist/gastronomical-quality-foie-gras>

National Institute of Health (2017). Dietary Supplement Label Database. <https://www.dslid.nlm.nih.gov/dslid/dailyvalue.jsp>

Food and Drug Administration (2012). Effect of the use of antimicrobials in food-producing animals on pathogen load. Systematic review of the published literature. <http://www.fda.gov/cvm/antimicrobial/PathRpt.pdf>

e. If the reference is a paper presented at a scientific meeting

The year of the meeting, the title of the paper, the name of the meeting, the date of the meeting, the place of the meeting, the page number in the book of proceedings should be written respectively after the surnames and the first letters of the names of authors.

Example:

Bostan, K., Yilmaz, F., Muratoglu, K., Aydin, A. (2011). Changes in microbial population numbers during the cooking process of doner kebabs. 57th ICoMST International Congress of Meat Science and Technology. 7 – 12th August 2011, Ghent, Belgium. Abstracts book, s.230

f. Other

General citation format for official documents published in the Official Gazette such as law,

regulation, decree law: Title. (Year, Day, Month). Official Gazette (Issue: xxx). Address: <http://xxxx>

Example:

Postgraduate Education and Training Regulation. (2016, April 20). Official Gazette (Number: 29690). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Reference (Graduate Education and Training, 2016)

Making a Reference Within a Text

It is sufficient to write (author's surname, year), if there is a general reference in the text and reference is made to the whole text. Example: by Barham (2005)

The name of the author and the year of publication should be indicated in parentheses when cited at the end of the sentence. Example: ... reported (Barham, 2005).

If a reference is made to a particular section, page of a resource, or to a certain shape, table or equation in that resource, the number of the item in question is indicated in the citation. While page information is given with the abbreviation p., no abbreviation for the others. Examples: (Doğan, 2018, p. 42), (Doğan, 2015, Section 2) (Doğan, 2012, Table 1)...

Citations to single author works include the author's surname and date information. It should not include suffixes such as Jr. Example: ... (Doğan, 2018).

If a reference with two authors is cited in the text, the last name of the two authors is indicated each time. Examples: ... by Brownell and Horgen (2009); ... (Brownell and Horgen, 2009).

When citing to publications with three, four and five authors, the surnames of all authors are given only in the first citation in the text. For other citations, the expression of others (et al) should be added next to the surname of the first author. Examples:

First citation (El Hafid, Blade, Hoyano, 2002)

Second or next citations (El Hafid et. al.,2004)

If the number of authors is six or more, only the surname of the first author and the expression of others (et al) should be added also in the first citation (Colombo et al., 2015).

If different publications by the same author will be given in the same parenthesis, the year order is followed from the past to the present, and the author's last name is written once at the beginning of the citation. Example: ... (Doğan, 2000, 2004).

In case of publications by the same author(s) in the same year, each should be marked in lowercase letters, starting with the letter "a". Examples: ... (Barham, 2009a; Barham, 2009b).

If there are two different authors in the bibliography whose surnames and the first letters of their names are the same, the authors' names must be given in square brackets in the tag (Example: Doğan, G. [Gözde]. (1996). ...; Doğan, G. [Güleda]. (2010). ...), citation should be made to the names and surnames of the authors. Example: (Gözde Doğan, 1996), ... (Güleda Doğan, 2010).

In case of citation to more than one reference, it should be arranged first in alphabetical order and then chronological order, a semicolon should be placed between them. Examples: ... reported (Barham, 2005; Barham, 2006; Brownell & Horgen, 2009; Doyle et al., 2015; Nielsen & Engberg, 2006).

Secondary references can only be used in exceptional circumstances, such as the original (primary) source has been removed from printing, is not available from known sources, and its original language is not Turkish or English. Citations to the secondary source should be as shown in the example below. Examples: (Ress from Goffman, 2009); In Goffman's study (cited in Ress, 2009) The secondary resource (ie. Ress, 2009) is included in the reference list with all the imprint information, the primary resource (ie. Goffman) does not.

Information based on personal conversations via e-mail, telephone, face-to-face or in other formats are shown in the text, but they are not written in the bibliography. For example: Aslı Baysal said (Aslı Baysal, personal conversations, 22 May 2019).

If a group / legal person (such as associations, companies, government agencies and other working groups) is mentioned as the author, the name information regarding this group should be given in a clear and understandable way in the text. If the group name is long, the abbreviation is clear to everyone, or there is an already known abbreviation for the name, both the open form and the abbreviation form can be used in the first use, and only the abbreviation can be used in the subsequent uses. Example:

The first citation (Scientific and Technological Research Council of Turkey [TUBİTAK], 2013), the second and subsequent citations (TUBİTAK, 2013).

If the group name is short or its abbreviation is not understandable to everyone, the name is written clearly in all citations.