



**Journal of Academic Tourism Analysis**

***Akademik Turizm Analizi Dergisi***

**e-ISSN: 3023-8986**

**🌀 Volume Cilt 5**

**🌀 Issue Sayı 2**

**JournalATA.com**



**Journal of Academic Tourism Analysis**  
**(Journal ATA)**

**Akademik Turizm Analizi Dergisi**  
**(ATA Dergisi)**

e-ISSN: 3023-8986

<b>Year</b>	Yıl	2024
<b>Volume</b>	Cilt	5
<b>Issue</b>	Sayı	2

<b>Previous Name</b>	Eski Adı		
Journal of Eurasia Tourism Research	Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi		
<b>Previous e-ISSN</b>	Eski e-ISSN	<b>Years of Publication</b>	Yayım Yılları
2757	8429	2020	2023

**Publisher**    Yayıncı    Bayram KANCA

**Editor**    Editör    editor@journalata.com

**Author Support**    Yazar Destek    info@journalata.com

**Web Address**    İnternet Adresi    JournalATA.com

**Social Media**    Sosyal Medya    linkedin.com/company/journalata

**Contact Address**    Yazışma Adresi    Giresun Üniversitesi Turizm Fakültesi  
Uğurca Mah. Yayla/5 Sk. No: 3  
PK: 28902    Keşap/Giresun TÜRKİYE

## Presentation Sunuş

Dear Stakeholders, Sayın Paydaşlarımız,

The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) aims to contribute to the tourism discipline by publishing research focused on tourism or interdisciplinary research with a tourism-related subject. With your support and contributions, Journal ATA continues to grow and contribute to tourism discipline every year. In this context, as Journal ATA, we published the second issue of the fifth volume. There are four articles in this issue.

In the first study, Savaş and Karagöz aimed to reveal the experience extensions that surround and create the experiences of tourists on food sharing platforms. Within the scope of the research, the content created by users on the Eatwith food sharing platform was examined. As a result of the analysis, the food sharing experience extensions were determined as hospitality, originality, food quality, interaction, atmosphere, storytelling, personalization and co-production.

In the second study, Akbaş examined the social effects of fast food culture and focused on the sociological dimensions of this eating style. In this context, a qualitative descriptive method and a sociological analysis approach were used. The researcher emphasized that the global spread of fast food chains accelerated cultural homogenization by replacing local cuisines and food cultures.

In the third study, Kaya examined the principles, advantages and applications of ohmic heating in food preparation by comparing it with traditional methods. The researcher highlighted the potential of ohmic heating as an innovative, efficient and sustainable technique for the food industry.

In the fourth study of this issue, Keskin and Kara examined the existing literature on olive oil and focused on olive oil dishes in Turkish culinary culture. As a result of the study, the researchers emphasized that olive oil consumption and recipes related to olive oil are limited in Turkey, and that in some regions, less healthy oils are preferred compared to olive oil.

Journal ATA expects the contributions and support of you, our esteemed stakeholders.

On the way of science to a beautiful tomorrow.

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), turizm disiplini içerisindeki veya turizmle ilişkili bir konuya sahip disiplinler arası araştırmaları yayınlamaktadır. Siz değerli paydaşlarımızın destekleri ve katkılarıyla ATA Dergisi her geçen yıl büyümeye ve turizm disiplinine katkı sunmaya devam ediyor. Bu bağlamda, ATA Dergisi olarak beşinci cildin ikinci sayısını yayınladık. Bu sayıda dört makale bulunmaktadır.

İlk çalışmada Savaş ve Karagöz, turistlerin yemek paylaşım platformlarındaki deneyimlerini çevreleyen ve yaratan deneyim uzantılarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında, Eatwith yemek paylaşım platformunda kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler incelenmiştir. Analiz sonucunda, yemek paylaşım deneyimi uzantıları misafirperverlik, özgünlük, yemek kalitesi, etkileşim, atmosfer, hikaye anlatımı, kişiselleştirme ve ortak üretim olarak belirlenmiştir.

İkinci çalışmada Akbaş, fast food kültürünün toplumsal etkilerini incelemiş ve bu yeme biçiminin sosyolojik boyutlarına odaklanmıştır. Bu bağlamda nitel betimsel bir yöntem ve sosyolojik bir analiz yaklaşımı kullanılmıştır. Araştırmacı, fast food zincirlerinin küresel yayılımının yerel mutfakları ve yemek kültürlerini değiştirerek kültürel homojenleşmeyi hızlandırdığını vurgulamıştır.

Üçüncü çalışmada Kaya, ohmik ısıtmanın gıda hazırlamadaki prensiplerini, avantajlarını ve uygulamalarını geleneksel yöntemlerle karşılaştırarak incelemiştir. Araştırmacı, ohmik ısıtmanın gıda endüstrisi için yenilikçi, verimli ve sürdürülebilir bir teknik olarak potansiyelini vurgulamıştır.

Bu sayının dördüncü ve son çalışmasında Keskin ve Kara, zeytinyağı ile ilgili mevcut literatürü incelemiş ve Türk mutfak kültüründeki zeytinyağlı yemeklere odaklanılmışlardır. Çalışmanın sonucunda araştırmacılar, Türkiye'de zeytinyağı tüketiminin ve zeytinyağı ile ilgili tariflerin sınırlı olduğunu, bazı bölgelerde zeytinyağına göre daha az sağlıklı yağların tercih edildiğini vurgulamışlardır.

ATA Dergisi siz değerli paydaşlarımızın katkılarını ve desteklerini beklemektedir.

Bilimin yolunda güzel yarınlara.

Editor-in-Chief on Behalf of the Journal ATA ATA Dergisi Adına Baş Editör

Kamil UNUR



**Contents İçindekiler**

Presentation <i>Sunuş</i>	ix
Contents <i>İçindekiler</i>	x
About <i>Hakkında</i>	xi
Publication Policy <i>Yayın Politikası</i>	xii
Ethical Principles <i>Etik İlkeler</i>	xv
People <i>Kişiler</i>	xxiii
Boards <i>Kurullar</i>	xxiv
Reviewers of Issue <i>Sayı Hakemleri</i>	xxv
<b>Research Article Araştırma Makalesi</b>	
<b>Nesrin SAVAŞ, Deniz KARAGÖZ</b> Meal Sharing Platform Experiencescape: An Exploratory Analysis <i>Yemek Paylaşım Platformu Deneyim Uzantıları: Keşifsel Bir Analiz</i>	67-83
<b>Arif AKBAŞ</b> Culture of Fast Food and Consumption Habits: Changing Eating Practices in Modern Society <i>Hazır Yemek Kültürü ve Tüketim Alışkanlıkları: Modern Toplumun Değişen Beslenme Pratikleri</i>	84-99
<b>Review Article İnceleme Makalesi</b>	
<b>Zeliha KAYA</b> A Study on the Use of Ohmic Heating Technique in Cooking Foods <i>Ohmik Isıtma Tekniğinin Gıdaların Pişirilmesinde Kullanımı Üzerine Bir İnceleme</i>	100-107
<b>Gizem Sena KESKİN, Hasan Hüseyin KARA</b> Different Flavors, Shared Theme: Olive Oil <i>Farklı Tatlar Ortak Tema: Zeytinyağı</i>	108-119

## About Hakkında

The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) aims to advance the tourism discipline by publishing studies focused on tourism or interdisciplinary research with a tourism-related subject and/or application. Journal ATA seeks to contribute to the tourism field, provide scientific insights for practitioners, and promote the development of the tourism sector through scholarly work. It considers studies related to tourism, particularly those in the fields of Tourism Management, Gastronomy and Culinary Arts, Tourism Guidance, and Recreation Management, as well as interdisciplinary, theoretical, empirical, and/or case studies within the tourism sector.

### History of the Journal

Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) began its publication journey as the Journal of Eurasian Tourism Research in 2020. It is a scientific, peer-reviewed journal that was initially published once a year, and later twice a year, through the TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark system. In its fifth year, the journal changed its name to Journal of Academic Tourism Analysis to better align with the international tourism academy.

### Aim and Scope

The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) aims to contribute to the development of the tourism discipline by publishing studies focused on tourism or interdisciplinary research with tourism-related subjects and/or applications. The journal seeks to provide scientific insights for practitioners in the tourism sector and contribute to the advancement of the tourism industry through scholarly work.

The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) will consider studies related to tourism, particularly those in the fields of Tourism Management, Gastronomy and Culinary Arts, Tourism Guidance, and Recreation Management, as well as interdisciplinary, theoretical, empirical, and/or case studies within the tourism sector.

### Publication Months

July, December

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), turizm odaklı çalışmaları veya turizmle ilgili konu ve/veya uygulamayı içeren disiplinler arası araştırmaları yayınlamak için turizm disiplini geliştirmeyi amaçlamaktadır. ATA Dergi, turizm alanına katkıda bulunmayı, uygulayıcılara bilimsel bakış açısı sağlamayı ve bilimsel çalışmalar yoluyla turizm sektörünün gelişimini desteklemek istemektedir. ATA Dergi, Turizm İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm Rehberliği ve Rekreasyon Yönetimi alanları başta olmak üzere turizmle ilgili çalışmaların yanı sıra turizm sektörü içerisindeki disiplinler arası, teorik, ampirik ve(ya) vaka çalışmalarını da dikkate alır.

### Derginin Tarihçesi

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), 2020 yılında "Avrasya Turizm Araştırmaları Dergisi" adıyla yayın hayatına başlamış, bilimsel ve hakemli bir dergi olarak ilk yıl yılda bir kez, sonraki yıllarda ise yılda iki kez TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemi üzerinden yayımlanmıştır. ATA Dergisi, beşinci yılında uluslararası turizm akademisine daha kolay hitap edebilmek amacıyla isim değişikliğine giderek Akademik Turizm Analizi Dergisi adını almıştır.

### Amaç ve Kapsam

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), çalışma konusu ve(ya) uygulaması "turizm" olan turizm disiplinindeki veya disiplinlerarası çalışmalara yer vererek, turizm disiplininin gelişimine katkı sunmayı amaçlamaktadır. Böylece turizm disiplinine katkı sunmak başta olmak üzere, turizm sektöründeki ve(ya) alanındaki uygulayıcılara bilimsel katkı sunmak ve turizm sektörünün bilim ışığında gelişmesini sağlamak amaçlanmaktadır.

Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları gibi alanlarda yapılan çalışmalar başta olmak üzere, çalışma konusunun ve/veya uygulamasının 'turizm' ile ilgili olması şartıyla, disiplinlerarası, kuramsal, ampirik ve/veya turizm sektörüne ait örnek olay çalışmaları Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) yayın alanı kapsamında yer almaktadır.

### Yayımlanma Ayları

Temmuz, Aralık

## Publication Policy Yayın Politikası

**Journal Definition and Frequency:** The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) is a peer-reviewed, international scientific journal published bi-annually. The journal is available in both English and Turkish and is accessible through the TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark system: [Journal ATA](#).

**Open Access:** The journal follows an open-access policy, promoting the dissemination of knowledge to the academic community and researchers. All articles are freely available without requiring user registration.

**Fees:** All articles are published openly and accessible to everyone without any fees. The journal does not charge authors any submission or publication fees, and it also does not pay any fees to authors.

**Licensing:** Journal ATA is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). This license allows the sharing, reproduction, and adaptation of the work for non-commercial purposes, provided the original work is appropriately attributed. Authors retain all commercial rights to their published articles.

**Ethical Guidelines:** Journal ATA adheres to universal scientific and publishing ethics standards. Every phase of the publication process, from submission to publication, is based on academic integrity, transparency, originality, and impartiality. The journal enforces a zero-tolerance policy towards plagiarism, data fabrication, ethical violations, and authorship manipulation. Furthermore, it publishes using a double-blind peer review system, ensuring the transparent and reliable dissemination of scientific knowledge.

**Participant Confidentiality:** Confidentiality of participants must be strictly maintained in submitted studies. In cases where participants' identities are identifiable, informed consent must be obtained for publication, or information must be anonymized. The manuscript must explicitly state whether informed consent was obtained or if data was anonymized.

**Ethical Approval and Participant Consent:** For research involving humans or animals, ethical committee approval is mandatory. Studies without participant consent or ethical committee approval will not be considered for review.

**Dergi Tanımı ve Yayın Sıklığı:** Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), yılda iki kez yayımlanan, hakemli ve uluslararası çapta tanınan bilimsel bir dergidir. Dergi, Türkçe ve İngilizce olarak yayımlanır ve TÜBİTAK ULAKBİM DergiPark sistemi üzerinden erişilebilir durumdadır: [ATA Dergisi](#).

**Açık Erişim:** Dergi, açık erişim ilkesini benimsemektedir. Bu açık erişim, akademik topluluk ve araştırmacılar için bilgi paylaşımını teşvik eder. Makalelere, kullanıcı kaydı olmadan erişilebilmektedir.

**Ücret:** Tüm makaleler, herhangi bir ücret olmaksızın herkesin erişebileceği şekilde yayımlanır. Dergi, yazarlardan herhangi bir makale gönderim veya yayımlama ücreti talep etmez. Ayrıca, yazarlara herhangi bir ücret ödemez.

**Lisanslama:** ATA Dergisi, Creative Commons Atıf-Ticari Olmayan 4.0 Uluslararası (CC BY-NC 4.0) lisansı ile lisanslanmıştır. Bu lisans, orijinal çalışmaya uygun şekilde atıfta bulunulması koşuluyla, çalışmanın ticari olmayan amaçlarla paylaşılmasına, çoğaltılmasına ve uyarlanmasına izin verir. Yazarlar, yayımlanan makalelerinin tüm ticari haklarını saklı tutar.

**Etik Kurallar:** ATA Dergisi, evrensel bilimsel ve yayıncılık etiği standartlarını kabul eden bir dergidir. Makale kabulünden yayımlanmasına kadar olan her aşama, akademik dürüstlük, şeffaflık, özgünlük ve tarafsızlık ilkelerine dayanmaktadır. Dergi, intihal, veri sahteciliği, etik ihlaller ve yazarlıkta manipülasyon gibi durumlara sıfır tolerans gösterir. Ayrıca, dergi, çift-kör hakem değerlendirme sistemi ve açık erişim ilkesine göre yayın yaparak, bilimin şeffaf ve güvenilir bir şekilde paylaşılmasını sağlamaktadır.

**Katılımcı Gizliliği:** Dergiye sunulan çalışmalarda katılımcıların gizliliğine özen gösterilmelidir. Katılımcıların kimliklerinin belirlenebilir olduğu durumlarda, bilgilerin yayımlanması için katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmalı ya da bilgiler anonim hale getirilmelidir. Katılımcı onamının alındığı ya da verilerin anonimleştirildiği, makalede açıkça belirtilmelidir.

**Etik Onay ve Katılımcı Onamı:** İnsan ve hayvan katılımlı araştırmalarda etik kurul onayının alınması zorunludur. Katılımcı ya da vekil/vasi rızası alınmayan, etik kurul onayı bulunmayan çalışmalar değerlendirmeye alınmaz.

**Data Sharing and Research Transparency:** The journal encourages the open sharing of data, when applicable. Authors may be requested to provide open-access links to research data, code, and materials used in their studies.

**Veri Paylaşımı ve Şeffaflık:** Dergi, makalelerde kullanılan verilerin, uygun olduğunda ve mümkünse, okuyucuların erişimine açık hale getirilmesini teşvik eder. Yazarların veri, kod ve araştırma materyalleri için açık erişim bağlantıları sağlaması talep edilebilir.

**Artificial Intelligence Use:** The journal only allows certain levels of AI use. These areas are translation, text tagging, image tagging, data protection, language control, error/inconsistency differences, difference differences, and data analysis (using models trained by the authors). Artificial intelligence use outside of these areas is strictly prohibited and related articles will not be published. The journal monitors compliance with this policy and if inappropriate uses are detected, the article will be rejected.

**Yapay Zeka Kullanımı:** Dergi, yalnızca belirli yapay zeka kullanım alanlarına izin verir. Bu alanlar, çeviri, metin etiketleme, görsel etiketleme, veri kalitesinin değerlendirilmesi, dil kontrolü, hata/tutarsızlık tespiti, taraflılık tespiti ve veri analizi (yazarların eğittiği modellerle). Bu alanlar dışında yapay zeka kullanımına kesinlikle izin verilmez ve ilgili makaleler yayımlanmaz. Dergi, bu politikaya uyumun denetimini yapar ve uygun olmayan kullanımlar tespit edilirse makale reddedilir.

**Plagiarism and Similarity Checks:** All submitted manuscripts are checked for plagiarism and similarity. Articles with detected plagiarism may be revised or rejected, depending on the severity. If plagiarism or ethical violations are identified in published articles, the paper may be retracted and publicly announced.

**İntihal ve Benzerlik Kontrolleri:** Dergiye gönderilen tüm makaleler, intihal ve benzerlik açısından kontrol edilir. İntihal tespit edilen çalışmalarda, duruma göre revizyon veya reddetme kararı alınabilir. Yayımlanan makaleler için intihal veya etik ihlaller tespit edilmesi durumunda, makale geri çekilebilir ve kamuoyuna açıklama yapılabilir.

**Corresponding Author and Author Changes:** Changes to the author list must be made with written approval from all authors, and under normal circumstances, no changes can be made after article acceptance. The corresponding author is responsible for managing communication and the review process.

**Sorumlu Yazarın Belirlenmesi ve Yazar Değişikliği:** Yazar listesinde yapılacak değişiklikler, tüm yazarların yazılı onayı ile mümkündür ve istisnai durumlar dışında makale kabulü sonrası değişiklik yapılamaz. Sorumlu yazar, tüm iletişim ve değerlendirme sürecini yönetmekle yükümlüdür.

**Authorship and Contribution Declaration:** The journal accepts only manuscripts submitted by the actual authors of the work. A contribution statement detailing each author's role is required. Ghost authorship or guest authorship is strictly prohibited, and such practices, if identified, will lead to article rejection.

**Yazarlık ve Katkı Beyanı:** Dergi, yalnızca çalışmaların gerçek yazarları tarafından gönderilen makaleleri kabul eder. Katkı beyanı, yazarların makaleye nasıl katkıda bulunduğunun ayrıntılı bir şekilde belirtilmesini gerektirir. Dergi, hayalet yazarlık ve hediye/misafir yazarlık gibi etik dışı yazarlık uygulamalarına karşıdır ve bu tür durumlar tespit edildiğinde makale reddedilir.

**Conflict of Interest and Impartiality:** The journal is strictly committed to the principles of impartiality and confidentiality. To avoid violating the principle of impartiality in the selection of reviewers, reviewers are not chosen from the same institution as the authors or from individuals with whom they have recently collaborated. If a member of the journal staff or their colleagues or relatives submits an article to the journal, they will not participate in any phase of the article's review process to ensure confidentiality, impartiality, and prevent conflicts of interest.

**Çıkar Çatışması ve Tarafsızlık:** Dergi, tarafsızlık ve gizlilik ilkesine sıkı şekilde bağlıdır. Hakemlerin seçiminde, tarafsızlık ilkesini ihlal etmemek için, yazarlar ile aynı kurumdan veya yakın geçmişte birlikte çalıştıkları kişilerden hakem seçilmez. Dergi personeli, dergi personelinin çalışma arkadaşları ya da akrabaları dergiye bir makale gönderirse, gizliliği, tarafsızlığı sağlamak ve çıkar çatışmalarını önlemek için ilgili personel gönderilen makalenin hiçbir aşamasına katılamaz.

**Manuscript Acceptance and Process:** Journal ATA uses a double-blind peer review system. Manuscripts are first reviewed by editors for preliminary evaluation, and then sent to two or more independent reviewers who are experts in the relevant subject. Authors and reviewers are kept anonymous to each other. Reviewers assess the manuscripts anonymously, focusing rigorously on content and methodology. Authors are required to make necessary revisions based on the reviewers' comments. At least two reviewers must give a "publishable" decision for the manuscript to be accepted for publication. The timelines at each stage of this process are strictly followed in accordance with the principles of transparency and continuity: [Timelines](#).

**Makale Kabulü ve Süreçler:** ATA Dergisi, çift-kör hakem değerlendirme sistemini kullanır. Makaleler, editörler tarafından ön inceleme yapılır ve ardından konularına uygun, bağımsız iki veya daha fazla hakeme gönderilir. Yazarlar ve hakemler birbirlerinin kimliklerinden haberdar edilmez. Hakemler anonim olarak, ancak içerik ve yöntem açısından titizlikle değerlendirirler. Yazarlar, hakemlerin yorumlarına dayanarak gerekli revizyonları yaparlar. Makalenin yayımlanması için en az iki hakemin "yayımlanabilir" kararı gereklidir. Bu sürecin her aşamasında belirlenen süreler şeffaflık ve süreklilik ilkeleri doğrultusunda titizlikle uygulanır: [Süreler](#).

**Role of Reviewers:** Reviewers evaluate manuscripts based on scientific, methodological, and ethical standards. Reviewers must act impartially and avoid conflicts of interest. They also ensure the originality of the work and assess ethical issues, including plagiarism and data manipulation. The identities of the reviewers are kept anonymous by both the authors and other reviewers.

**Hakemlerin Rolü:** Hakemler, makalelerin bilimsel, metodolojik ve etik standartlara uygunluğunu denetler. Hakemlerin, çıkar çatışması ve tarafsızlık ilkesine uygun hareket etmeleri beklenir. Ayrıca, derginin etik kuralları çerçevesinde hakemler, çalışmanın orijinalliğini ve etik ihlalleri (örneğin intihal, veri sahteciliği) denetler. Hakemlerin kimlikleri, hem yazarlar hem de diğer hakemler tarafından anonim olarak tutulur.

**Article Rejection and Withdrawal Process:** Articles may be rejected following the peer review process. Authors must accept the rejection decision. Additionally, authors may request to withdraw their article, but if the evaluation process has started, such a request will only be accepted with the editor's approval.

**Makale Ret ve Çekilme Süreci:** Dergiye gönderilen makaleler, hakem değerlendirme süreci sonrası ret edilebilir. Makale ret kararı almışsa, yazarlar bu kararı kabul etmek durumundadırlar. Aynı zamanda, yazarlar makalelerini geri çekme talebinde bulunabilir, ancak değerlendirme süreci başlamışsa bu talep yalnızca editör onayı ile kabul edilir.

**Updates to Published Articles:** The journal evaluates requests for corrections, retractions, or error rectifications in published articles. Such requests are handled in line with the journal's transparency and accuracy policies and are subject to peer review and editor decisions.

**Yayımlanmış Makalelerle İlgili Güncellemeler:** Dergi, yayımlanan makaleler için yapılacak düzeltme, geri çekilme ve hata düzeltme taleplerini uygun bir şekilde değerlendirir. Bu tür talepler, derginin şeffaflık ve doğruluk politikaları doğrultusunda yerine getirilir.

**Scope and Special Issues:** The journal promotes innovative and original research on topics such as sustainable tourism, sustainable gastronomy, tourism-environment relationships, and interdisciplinary studies. The journal accepts articles for special issues based on predefined topics, which must align with the journal's general themes and publication policies.

**Konu Kapsamı ve Özel Sayı:** Dergi, özellikle sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir gastronomi, turizm-çevre ilişkisi ve disiplinlerarası araştırmalar gibi yenilikçi ve özgün çalışmaları teşvik etmektedir. Dergi, önceden ilan edilmek koşuluyla yalnızca belirli özel konular için makale kabul etmekte olup, kabul edilen çalışmalar derginin genel temaları ve yayın ilkeleri ile uyumlu olmalıdır.



## Ethical Principles Etik İlkeler

The Journal of Academic Tourism Analysis (Journal ATA) adopts universal scientific and publishing ethics standards, including the RESPECT Guidelines for Socio-Economic Research in the EU, the “Best Practices in Academic Publishing and Transparency” and the “Code of Conduct for Journal Publishers” established by the Committee on Publication Ethics (COPE). Additionally, journal complies with the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Guidelines. Based on these principles and rules, specific responsibilities and guidelines have been established for the parties involved in publication processes.

### Journal Roles and Responsibilities

**Transparency:** The journal commits to ensuring transparency throughout all publishing processes.

**Neutrality:** The journal commits to managing published content independently from conflicts of interest and ensuring that editors make decisions in an unbiased environment.

**Protection of Freedom of Expression:** The journal commits to respecting the freedom of expression of both authors and reviewers and avoiding censorship.

**Access to Published Content:** The journal commits to using appropriate archiving systems to ensure long-term access to published content and making these resources accessible to the academic community.

**Confidentiality and Data Protection:** The journal commits to protecting the confidentiality of authors, reviewers, and participants, and to securely storing their data.

**Plagiarism and Publication Ethics Violations:** The journal adopts a zero-tolerance policy toward plagiarism, data fabrication, and other ethical violations and commits to taking necessary actions upon detecting such violations.

**Artificial Intelligence Use:** The journal monitors the use of artificial intelligence and permits its use only for appropriate purposes, including translation, text labeling, visual labeling, data quality assessment, language control, error detection, bias detection, and data analysis (using models trained by the authors). The journal does not accept any AI usage beyond these approved applications. The journal reserves the right to reject manuscripts if AI usage does not comply with ethical standards.

**Correction of Publication Errors:** The journal commits to clearly addressing any errors in published articles, including corrections or retractions, as required.

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi), RESPECT'in Sosyo-Ekonomik Araştırmalar için AB Etik Kuralları, Yayın Etiği Komitesi (COPE) tarafından belirlenen “Akademik Yayıncılıkta Şeffaflık ve En İyi Uygulama İlkeleri” ve “Dergi Yayıncıları için Davranış Kuralları” gibi evrensel bilimsel ve yayıncılık etiği standartlarını benimsemektedir. Ayrıca dergi, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi'ne de uygunluk göstermektedir. Bu ilke ve kurallar doğrultusunda, derginin yayın süreçlerinde yer alan taraflar için belirli sorumluluklar ve kurallar belirlenmiştir.

### Dergi Rolü ve Sorumlulukları

**Şeffaflık:** Dergi, tüm yayın süreçlerinde şeffaflık sağlamayı kabul eder.

**Tarafsızlık:** Dergi, yayımlanan içerikleri çıkar çatışmalarından bağımsız bir şekilde yönetmeyi ve editörlerin tarafsız bir ortamda karar almalarını sağlamayı kabul eder.

**İfade Özgürlüğünün Korunması:** Dergi, yazarların ve hakemlerin ifade özgürlüğüne saygı göstermeyi ve sansür uygulamalarından kaçınmayı kabul eder.

**İçeriklere Erişim:** Dergi, yayımlanan içeriklerin uzun vadeli erişimini sağlamak için uygun arşivleme sistemleri kullanmayı ve bu içeriklerin akademik topluluk tarafından erişilebilir olmasını sağlamayı kabul eder.

**Gizlilik ve Veri Koruma:** Dergi, yazarlar, hakemler ve katılımcıların gizliliğini korumayı ve verilerini güvenli bir şekilde muhafaza etmeyi kabul eder.

**İntihal ve Yayın Etiği İhlalleri:** Dergi, intihal, veri uydurma ve diğer etik ihlallere karşı sıfır tolerans politikası izlemeyi ve bu tür ihlalleri tespit ettiğinde gereken adımları atmayı kabul eder.

**Yapay Zeka Kullanımı:** Dergi, yapay zeka kullanımını denetler ve yalnızca çeviri, metin etiketleme, görsel etiketleme, veri kalitesinin değerlendirilmesi, dil kontrolü, hata tespiti, tarafsızlık tespiti ve veri analizi (yazarlar tarafından eğitilen modeller ile) gibi uygun kullanımlara izin verir. Bunlar dışındaki yapay zeka kullanımları, dergi tarafından uygun bulunmaz. Dergi, etik kurallara uyumu sağlamak amacıyla yapay zeka kullanımını izler ve uygun olmayan kullanımları tespit ettiğinde makaleyi reddetme hakkına sahiptir.

**Yayın Hatalarının Düzeltilmesi:** Dergi, yayımlanan makalelerdeki hataların düzeltilmesi veya geri çekilmesi süreçlerini açık bir şekilde tamamlamayı kabul eder.

### Editor Roles and Responsibilities Editör Rolü ve Sorumlulukları

**Transparency and Neutrality:** Editors should act in accordance with the principles of transparency and neutrality in publishing. They should clearly define the roles of authors and reviewers and manage potential conflicts of interest effectively.

**Şeffaflık ve Tarafsızlık:** Editörler, derginin şeffaflık ve tarafsızlık ilkesine uygun hareket etmelidir. Editörler, yazarların ve hakemlerin rollerini net bir şekilde belirlemeli ve çıkar çatışmalarını yönetmelidir.

**Conflict of Interest Management:** Editors must take care to prevent conflicts of interest in the publishing process. They should identify and manage potential conflicts between authors and reviewers. If a conflict exists, editors should isolate it appropriately and make objective decisions.

**Çıkar Çatışması Yönetimi:** Editörler, yayın süreçlerinde çıkar çatışmalarının önüne geçmek için özen göstermelidir. Yazarlar ve hakemler arasında potansiyel çıkar çatışmalarını belirlemeli ve yönetmelidir. Çıkar çatışması varsa, editörler doğru bir şekilde bu durumu izole etmeli ve objektif kararlar almalıdır.

**Protection of Freedom of Expression:** Editors must respect the freedom of expression of authors and reviewers, avoiding censorship. The work of authors should be evaluated solely based on scientific and academic merit.

**İfade Özgürlüğünün Korunması:** Editörler, yazarların ve hakemlerin ifade özgürlüğüne saygı göstermeli, sansür uygulamalarından kaçınmalıdır. Yazarların çalışmaları, yalnızca bilimsel ve akademik değerlere göre değerlendirilmelidir.

**Confidentiality and Anonymity:** Editors must protect the confidentiality of authors, reviewers, and participants. Anonymity should be maintained in the review process, and all research data should be securely stored.

**Gizlilik ve Anonimlik:** Editörler, yazarların, hakemlerin ve katılımcıların gizliliğini korumalıdır. Hakem değerlendirmelerinde anonimlik sağlanmalı ve araştırmalara dair tüm veriler güvenli bir şekilde muhafaza edilmelidir.

**Ethical Approval and Informed Consent:** Editors must ensure that submitted articles have received approval from ethics committees. Informed consent must be obtained from individuals participating in the research, and these consents should be documented in the article.

**Etik Onay ve Katılımcı Onamı:** Editörler, yayımlanacak makalelerin etik kurullardan onay aldığından emin olmalıdır. Araştırmaya katılan bireylerden bilgilendirilmiş onam alınmış olmalıdır ve bu onamlar makalede belirtilmelidir.

**Research Integrity:** Editors should verify the accuracy of research data in the articles to be published and ensure that researchers have collected and reported data truthfully. Misleading information should not be allowed.

**Araştırma Bütünlüğü:** Editörler, yayımlanacak makalelerde araştırma verilerinin doğruluğunu denetlemeli ve araştırmacıların verileri doğru bir şekilde topladığı ve raporladığına emin olmalıdır. Yanıltıcı bilgilere izin vermemelidir.

**Social Responsibility:** Editors must ensure that the published content benefits society and that the social responsibility of the research is taken into account.

**Sosyal Sorumluluk:** Editörler, yayımlanan içeriklerin topluma fayda sağlayacak şekilde kullanılmasını sağlamalıdır. Araştırmaların sosyal sorumluluğu gözetilmelidir.

**Application of Ethical Principles:** Editors must ensure compliance with the journal's ethical principles and publication policies. It is the editor's responsibility to ensure that published content adheres to ethical guidelines.

**Etik İlkelerin Uygulanması:** Editörler, derginin etik ilkelerine ve yayın politikalarına uygunluğunu sağlamalıdır. Yayınlanan içeriklerin etik kurallara uygunluğunu kontrol etmek, editörlerin sorumluluğudur.

**Plagiarism and Publication Ethics Violations:** Editors must address any instances of plagiarism, data fabrication, or other ethical violations, taking appropriate actions. Necessary procedures should be followed when ethical violations are reported.

**İntihal ve Yayın Etiği İhlalleri:** Editörler, intihal, veri uydurma ve diğer etik ihlalleri tespit ettiğinde, bu durumları ele almalı ve uygun adımları atmalıdır. Etik ihlaller bildirildiğinde gerekli prosedürler izlenmelidir.



**Correction of Publication Errors:** If errors are identified in published articles, editors must initiate correction or retraction processes and carry them out transparently.

**Yayın Hatalarının Düzeltilmesi:** Editörler, yayımlanan makalelerdeki hataları tespit ettiğinde, düzeltme veya geri çekme süreçlerini başlatmalı ve bu süreçleri şeffaf bir şekilde yürütmelidir.

**Monitoring Artificial Intelligence Usage:** Editors must ensure that the journal's ethical standards regarding artificial intelligence usage are properly followed. They should carefully review any suspicious cases of inappropriate AI use in submitted articles and request authors to explain how and for what purposes AI was used.

**Yapay Zeka Kullanımının Takibi:** Editörler, yapay zeka kullanımı konusunda derginin etik standartlarının doğru bir şekilde izlenmesini sağlamalıdır. Yazarlardan gelen makalelerde yapay zekanın uygunsuz kullanımıyla ilgili şüphe taşıyan durumları dikkatle incelemeli ve yazarlardan yapay zekanın nasıl ve ne amaçla kullanıldığını açıklamalarını istemelidir.

**Authorship and Contribution Statement:** Editors should ensure that authors provide an accurate statement of their contributions to the article, requesting that authors clarify their specific contributions to the work.

**Yazarlık ve Katkı Beyanı:** Editörler, her makalede yazarların katkılarını doğru şekilde beyan etmelerini sağlamak için gerekli düzenlemeleri yapmalı ve yazarların makaleye nasıl katkı sağladıklarını açıklamalarını istemelidir.

**Adherence to Authorship Policies:** Editors must ensure that the journal's authorship policies are adhered to. If issues such as authorship disputes or ghostwriting are identified, the editor must intervene according to the journal's policies. Any suspicious authorship issues must be investigated, and necessary adjustments should be made.

**Yazarlık Politikalarının İzlenmesi:** Editörler, yazarlık politikalarının dergide belirlenen standartlara uygun şekilde izlenmesini sağlamalıdır. Yazarlıktan feragat veya hayalet yazarlık durumlarının tespit edilmesi halinde dergi politikalarına uygun şekilde müdahale edilmelidir. Yazarlıkla ilgili herhangi bir şüpheli durumu araştırmalı ve gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.

**Timely Decision Making:** Editors must make decisions regarding articles (acceptance, revision, rejection) within a reasonable time frame and in accordance with the journal's policies. Timely feedback should be provided to authors and reviewers.

**Zamanında Karar Verme:** Editörler, makale kararlarını (yayınlama, revizyon, reddetme) belirli bir zaman dilimi içinde ve derginin politikalarına uygun bir şekilde vermelidir. Yazarlar ve hakemler için zamanında geri bildirim sağlanmalıdır.

**Monitoring the Revision Process:** It is the editor's responsibility to ensure that revisions required for articles are made in a timely manner by authors. Editors should closely monitor this process and review the necessary adjustments.

**Revizyon Sürecinin Takibi:** Revizyon gereken makalelerin yazarlar tarafından zamanında düzeltilmesini sağlamak editörün sorumluluğundadır. Editörler, bu süreci dikkatlice izlemeli ve gerekli düzenlemeleri kontrol etmelidir.

## Reviewer Role and Responsibilities

**Accepting or Rejecting Review Invitations:** Reviewers should evaluate whether the manuscript aligns with their area of expertise before accepting the review. If they do not have sufficient knowledge or expertise, they should decline the review. If they cannot contribute to the evaluation process or complete it on time, they should inform the editor as soon as possible and decline the review.

**Content of the Review Report:** Reports should be clear, structured, and well-justified. Reviewers should use a constructive and developmental language when providing criticism, ensuring that feedback points out areas where authors can make improvements.

**Qualified Evaluation:** Reviewers should evaluate only within their area of expertise. They should focus on the scientific quality of the research and point out its strengths and weaknesses.

**Timely Feedback:** Reviewers should complete the evaluation process within the specified time frame. If there is a delay, they should inform the editor.

**Multiple Evaluations and Conflicting Roles:** Reviewers who have previously evaluated a version of the same manuscript in another journal should inform the current journal and should not accept the review unless explicitly permitted.

**Constructive Feedback:** Comments should be constructive and help authors improve their work, avoiding personal criticism.

**Improving the Quality of the Manuscript:** Reviewers should not only evaluate the scientific accuracy of the manuscript but also inform authors about writing issues, logical errors, and omissions. Reviewers' suggestions should help improve the quality of the manuscript.

**Identification of AI Usage:** Reviewers should report to the editor if they notice any inappropriate use of artificial intelligence in the manuscript. They should also check whether the AI techniques used in the manuscript are transparently and correctly stated.

**Language and Cultural Sensitivity:** Reviewers should respect cultural and linguistic diversity, avoid biased comments toward authors, and use constructive language that pays attention to cultural sensitivities.

## Hakem Rolü ve Sorumlulukları

**Hakemlik Teklifini Kabul Etme veya Reddetme:** Hakemler, değerlendirmeyi kabul etmeden önce, çalışmanın kendi uzmanlık alanlarına uygun olup olmadığını değerlendirmelidir. Eğer yeterince bilgi veya uzmanlığa sahip değillerse, değerlendirmeyi kabul etmemelidirler. Değerlendirme sürecine katkı sağlayamayacak veya zamanında tamamlayamayacaklarsa, editörü en kısa sürede bilgilendirip değerlendirme görevini reddetmelidirler.

**Hakemlik Raporunun İçeriği:** Raporlar açık, yapılandırılmış ve iyi gerekçelendirilmiş olmalıdır. Hakemler, eleştiri yaparken yazarları geliştirmeye yönelik ve yapıcı bir dil kullanmaya özen göstermelidir. Geri bildirimler, yazarın düzeltme yapabileceği alanları net bir şekilde belirtmelidir.

**Değerlendirmenin Niteliği:** Hakemler, sadece uzman oldukları konularda değerlendirme yapmalıdır. Araştırmanın bilimsel kalitesine odaklanarak, çalışmanın güçlü ve zayıf yönlerini belirtmelidir.

**Zamanında Geri Bildirim:** Hakemler, değerlendirme sürecini belirlenen zaman çerçevesinde tamamlamalıdır. Gecikme yaşanacaksa editörü bilgilendirmelidir.

**Çoklu Değerlendirmeler ve Çatışan Görevler:** Daha önce aynı makalenin bir versiyonunu başka bir dergide değerlendirmiş olan hakemler, mevcut dergiyi bilgilendirmeli ve açıkça izin verilmediği sürece incelemeyi kabul etmemelidir.

**Yapıcı Geri Bildirim:** Yorumlar, yazarların çalışmalarını geliştirmelerine yardımcı olacak şekilde yapıcı olmalı ve kişisel eleştirilerden kaçınılmalıdır.

**Kalitenin Artırılması:** Hakemler, yalnızca makalenin bilimsel doğruluğunu değerlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda yazım, mantık hataları ve eksiklikler konusunda da yazarları bilgilendirmelidir. Hakemlerin önerileri, makalenin kalitesinin artırılmasına yardımcı olmalıdır.

**Yapay Zeka Kullanımının Belirlenmesi:** Hakemler, makalede uygun bulunmayan yapay zeka kullanımına dair herhangi bir belirti gördüklerinde, durumu editöre bildirmelidir. Ayrıca, hakemler, makalede kullanılan yapay zeka tekniklerinin şeffaf ve doğru bir şekilde ifade edilip edilmediğini kontrol etmelidir.

**Dil ve Kültürel Duyarlılık:** Hakemler, kültürel veya dilsel çeşitliliklere saygı göstermeli, yazarlara yönelik önyargı içeren yorumlardan kaçınmalı ve yapıcı bir dil kullanarak kültürel hassasiyetlere dikkat etmelidirler.

**Objectivity:** Reviewers should provide an impartial evaluation, free from personal bias.

**Objektiflik:** Hakemler, kişisel önyargılardan uzak, tarafsız bir değerlendirme yapmalıdır.

**Confidentiality:** Information from the evaluation process should not be used for personal gain or shared. Information obtained during the review process should not be shared with others or used in the reviewer's own research.

**Gizliliğin Korunması:** Değerlendirme sürecindeki bilgiler, hakemlerin kişisel çıkarları veya bilgileri için kullanılmamalı, gizli tutulmalıdır. Değerlendirme sırasında elde edilen bilgiler, başkalarıyla paylaşılmamalı veya kendi araştırmalarında kullanılmamalıdır.

**Avoiding Conflicts of Interest:** Reviewers should not accept a review if there is a conflict of interest (e.g., personal or professional relationships with the authors).

**Çıkar Çatışmasından Kaçınma:** Hakemler, çıkar çatışması durumunda (örneğin, yazarlarla kişisel veya profesyonel ilişkiler varsa) değerlendirmeyi kabul etmemelidir.

**Sensitivity to Plagiarism and Misleading Information:** If reviewers identify data fabrication, manipulation, or unethical conduct in a manuscript, they should report it to the editor immediately.

**İntihal ve Yanıltıcı Bilgilere Karşı Duyarlılık:** Hakemler, eğer bir çalışmada veri uydurma, manipülasyon ya da etik dışı bir durum tespit ederse, bunu derhal editöre bildirmelidir.

**Reporting Doubts about Authorship:** Reviewers are obligated to report any concerns regarding the authorship process of the manuscript. If they detect any issues related to guest authorship or ghostwriting, they must inform the editor.

**Yazarlık Hakkında Şüphelerin Bildirilmesi:** Hakemler, makalenin yazarlık süreciyle ilgili şüpheler taşıması durumunda, etik ihlalleri bildirme yükümlüdür. Hediye/misafir yazarlık veya hayalet yazarlıkla ilgili şüpheleri tespit ettiklerinde, bu durumu editöre bildirmelidir.

**Improvement:** It is important for reviewers to stay updated on research methodologies, ethical standards, and new developments to perform their role effectively in the evaluation process.

**İyileştirme:** Hakemlerin, değerlendirme sürecindeki rollerini daha iyi yerine getirebilmeleri için araştırma yöntemleri, etik standartlar ve yeni bilgiler konusunda kendilerini güncellemeleri önemlidir.

**Contributing to Publication Ethics:** Reviewers are expected to actively contribute to maintaining the journal's publication ethics. This ensures the dissemination of reliable and valid information within the academic community. Journal ATA encourages reviewers to act honestly, ethically, constructively, and within the framework of confidentiality.

**Yayın Etiğine Katkı Sağlama:** Hakemlerin, dergi yayın etiğini korumada aktif bir rol alması beklenir. Bu, akademik camiada güvenilir ve geçerli bilgi yayılımını sağlar. ATA Dergisi, hakemleri dürüst, etik, yapıcı ve gizlilik çerçevesinde hareket etmeye teşvik eder.

### Author Roles and Responsibilities Yazar Rolü ve Sorumlulukları

**Research Integrity and Accuracy:** Authors must collect, analyze, and report all data accurately and honestly. They should avoid presenting misleading or manipulated data.

**Araştırma Bütünlüğü ve Doğruluk:** Yazar, çalışmanın tüm verilerini doğru ve dürüst bir şekilde toplamalı, analiz etmeli ve rapor etmelidir. Yanıltıcı veya manipüle edilmiş veriler sunmaktan kaçınmalıdır.

**Identifying the Target Audience:** Authors should use clear, understandable, and readable language to ensure that their work is accessible not only to the academic community but also to the intended audience.

**Hedef Kitlenin Belirlenmesi:** Yazar, çalışmasının akademik camianın bir parçası olmasının yanı sıra, hedef kitlesinin anlamasına yardımcı olacak şekilde açık, anlaşılır ve okunabilir bir dil kullanmalıdır.

**Plagiarism and Citation:** Authors must properly cite sources when referencing others' works and avoid plagiarism. Ideas or data from other research must be used with proper attribution. It is the author's responsibility to verify the validity and reliability of the sources.

**İntihal ve Atıf:** Yazar, başkalarının çalışmalarından alıntı yaparken uygun bir şekilde kaynak belirtmeli ve intihalden kaçınmalıdır. Başka araştırmaların fikirleri veya verileri, doğru şekilde atıf yapılarak kullanılmalıdır. Ayrıca, bu kaynakların geçerliliği ve güvenilirliğini kontrol etmek yazarın sorumluluğundadır.

**Intellectual Property Rights:** Authors must comply with all legal regulations concerning intellectual property rights. The work should not infringe upon anyone's copyright, and authors must obtain all necessary permissions.

**Fikri Mülkiyet Hakları:** Yazar, çalışmaya ait fikri mülkiyet haklarıyla ilgili tüm yasal düzenlemelere uymalıdır. Çalışma, başka bir kişinin telif hakkını ihlal etmemeli ve yazar, tüm ilgili izinleri almalıdır.

**Research Participants' Safety:** If human subjects are involved, the author must take all necessary precautions to protect their safety and rights. If animal subjects are involved, ethical guidelines must be followed.

**Katılımcıların Güvenliği:** İnsan denekler kullanıyorsa, yazar bu katılımcıların güvenliğini ve haklarını korumak için gerekli tüm önlemleri almalıdır. Araştırmada hayvan kullanımı varsa, etik kurallara uygun hareket edilmelidir.

**Ethical Approval and Informed Consent:** Authors must obtain ethical approval from relevant committees and ensure that informed consent has been acquired from all research participants. These consents must be clearly stated in the article.

**Etik Onay ve Katılımcı Onamı:** Yazar, araştırma sırasında etik kurullardan onay almalı ve araştırmaya katılan bireylerden bilgilendirilmiş onam almalıdır. Bu onamlar, makalede açıkça belirtilmelidir.

**Detection of Data Manipulation:** Authors must report any fraudulent activities (such as plagiarism, data fabrication, or manipulation) to the journal and provide explanations. Authors are also responsible for identifying ethical violations.

**Veri Manipülasyonu:** Yazar, çalışma boyunca yapılan herhangi bir hileli davranışı (intihal, veri uydurma veya manipülasyonu gibi) dergiye bildirmeli ve bu konuda açıklamalar yapmalıdır. Yazar, etik ihlalleri tespit etme konusunda da sorumludur.

**Disclosure of Artificial Intelligence Usage:** Authors should clearly indicate any data, analyses, or written content derived from artificial intelligence. AI-generated content should be properly cited, and if AI was used for research data, text writing, or analysis, this should be disclosed to the journal.

**Yapay Zeka Kullanımının Açıklanması:** Yazarlar, yapay zeka kullanarak elde edilen verileri, analizleri veya yazılı içeriği açıkça belirtmelidir. Yapay zeka tarafından üretilen içerikler, uygun şekilde alıntılanmalı ve kaynak olarak gösterilmelidir. Eğer yapay zeka, araştırma verileri, metin yazımı ya da analizlerde kullanıldıysa, bunu dergiye beyan etmek gerekir.

**Responsibility for AI-Generated Content:** Authors must evaluate whether the content provided by AI is ethically sound and reliable. They must ensure that the AI-generated data is accurate, trustworthy, and suitable for the research.

**Yapay Zeka ile Üretilen İçeriğin Sorumluluğu:** Yazarlar, yapay zeka tarafından sağlanan içeriklerin etik açıdan doğru ve güvenilir olup olmadığını değerlendirmelidir. Yapay zeka aracılığıyla sağlanan verilerin doğru, güvenilir ve araştırmaya uygun olduğundan emin olunmalıdır.

**Responsibility for Published Content:** Authors bear full responsibility for the content of the published article and must continuously ensure that the work adheres to academic and ethical standards.

**Yayımlanan İçeriğin Sorumluluğu:** Yazar, yayımlanan makalenin içeriği hakkında tüm sorumluluğu üstlenmeli ve çalışmanın akademik ve etik değerler çerçevesinde olup olmadığını sürekli olarak kontrol etmelidir.

**Social Responsibility of Research Findings:** Authors should ensure that the results of their research contribute positively to society and consider their social responsibilities.

**Araştırma Sonuçlarının Sosyal Sorumluluğu:** Yazar, araştırma sonuçlarının toplum yararına kullanılmasına özen göstermeli ve toplumsal sorumluluklarını dikkate almalıdır.

**Innovation and Contribution to the Field:** Authors should clearly state the contribution of their research to the literature, demonstrating its originality and innovation. The work must be clearly differentiated from previously published studies.

**Yenilik ve Katkı:** Yazar, araştırmasının literatüre katkısını açıkça belirtmeli ve bu katkının özgün ve yenilikçi olduğunu gösterebilmelidir. Çalışma, daha önce yayımlanmış çalışmalardan açıkça ayrılmalıdır.

**Data Access and Sharing:** Authors should securely store research data and provide open access to it when necessary. Proper data management systems should be used to ensure that others can verify the data.

**Veri Erişimi ve Paylaşımı:** Yazar, araştırma verilerini güvenli bir şekilde depolamalı ve gerektiğinde bu verilere açık erişim sağlamalıdır. Verilerin başkaları tarafından doğrulanabilir olması için uygun veri yönetim sistemleri kullanılmalıdır.

**Author Contributions:** Authors must accurately report the contributions of all individuals involved in the work, clearly defining each author's role. The order of authorship should reflect the level of contribution, and authors should adopt a fair and transparent approach. Authors should not include individuals who did not contribute significantly to the work.

**Yazar Katkıları:** Yazar, çalışmada yer alan tüm kişilerin katkılarını doğru şekilde belirtmeli ve her bir yazarın rolünü açıkça tanımlamalıdır. Yazarlar, yazarlık sırasını yalnızca katkıları ve katılım seviyelerine göre belirlemeli ve bu konuda açık ve adil bir yaklaşım sergilemelidir. Yazarlar, katkı sağlamayan kişilere yazarlık hakkı tanımamalıdır.

**Permissions from Other Authors:** Authors must obtain full consent from all other contributors regarding the publication and submission of the content. Authors should respect the contributions of others and act in agreement with them.

**Diğer Yazar İzinleri:** Yazar, çalışmada yer alan tüm yazarların, içeriğin yayımlanması ve başvurulması konusunda tam rızasını almalıdır. Yazarlar, diğer yazarların çalışmalarına ve katkılarına saygı göstermeli ve onlarla fikir birliği içinde hareket etmelidir.

**Authorship Waiver:** In the case of articles based on master's or doctoral theses, the student and advisor (and secondary advisor, if applicable) are considered the primary authors. If the student wishes to prepare a single-author article based on the thesis, they must submit a "Waiver of Authorship" from the advisor along with the article. Similarly, if the thesis advisor wishes to prepare a single-author article, a "Waiver of Authorship" from the student must be submitted. If authors wish to withdraw from authorship before publication, this must be clearly stated, and agreement with all involved parties (other authors and editors) must be obtained. No new authors can be added in place of the withdrawn author.

**Yazarlık Feragatı:** Dergiye sunulan yüksek lisans veya doktora tezlerinden hazırlanan makalelerde, tezi hazırlayan öğrenci ve danışman (varsa ikinci bir danışman) makalenin doğal yazarları olarak kabul edilir. Tez öğrencisi, tez çalışmasına dayalı tek yazarlı bir makale hazırlamak isterse, danışmanından yazarlıktan feragat ettiğini belirten bir "Yazarlık Feragatnamesi" belgesi alarak makale ile birlikte dergiye sunmalıdır. Aynı şekilde, tez danışmanı da teze dayalı tek yazarlı bir makale hazırlamak istediğinde, tez öğrencisinden alınan bir "Yazarlık Feragatnamesi" belgesini dergiye sunmalıdır. Yazarlar, makalenin yayımlanması öncesinde yazarlıktan feragat etmek istiyorlarsa, bu durum açıkça belirtilmeli ve tüm ilgili taraflarla (diğer yazarlar ve editörler) mutabık kalınmalıdır. Feragat edilen yazarın yerine başkası eklenmemelidir.

**Declaration of Conflicts of Interest:** Authors must disclose any financial, professional, or personal conflicts of interest related to their work. Transparency in declaring potential conflicts of interest is essential.

**Çıkar Çatışmalarının Beyanı:** Yazar, çalışmasına ilişkin herhangi bir finansal, profesyonel veya kişisel çıkar çatışmasını dergiye bildirmelidir. Ayrıca, potansiyel çıkar çatışmalarını açıklamak, dergiye karşı şeffaf olmayı sağlar.

**Article Withdrawal and Correction:** If authors discover an error in a published article, they should inform the journal and make the necessary corrections. If the article needs to be retracted, the proper procedures should be followed.

**Makale Geri Çekme ve Düzeltme:** Yazar, yayımlanan bir makalede hata fark ettiğinde bunu dergiye bildirmeli ve gerekli düzeltmeleri yapmalıdır. Ayrıca, makale geri çekilmesi gerekiyorsa, bunun doğru prosedürlere göre yapılması sağlanmalıdır.

**Avoiding Duplicate Publication and Submission:** Authors should avoid submitting the same work to multiple journals simultaneously. If a work has been published elsewhere, the author must inform the journal and follow the appropriate procedure.

**Çift Basım ve Çift Gönderimden Kaçınma:** Yazar, aynı çalışmayı birden fazla dergiye aynı anda göndermekten kaçınmalıdır. Aynı çalışmanın başka bir dergide yayımlanması durumunda, bu durum dergiye bildirilmeli ve bu prosedür izlenmelidir.

**Article Process and Timeline:** Authors must contribute to the article's evaluation process on time. All revision requests should be responded to after submission, and authors should adhere to the provided timeline.

**Makale Süreci ve Zaman Çizelgesi:** Yazar, makalesinin değerlendirme sürecine zamanında katkı sağlamalıdır. Makale, dergiye gönderildikten sonra tüm revizyon taleplerine yanıt verilmeli ve yayın süreciyle ilgili verilen zaman çizelgesine sadık kalınmalıdır.

## People Kişiler

### Editor-in-Chief Baş Editör

Kamil UNUR  
Mersin University, Mersin, TÜRKİYE  
*Mersin Üniversitesi, Mersin, TÜRKİYE*

### Assistant Editor Yardımcı Editör

Çağdaş ERTAŞ  
Şırnak University, Şırnak, TÜRKİYE  
*Şırnak Üniversitesi, Şırnak, TÜRKİYE*

### Editor of Tourism Management Turizm İşletmeciliği Alan Editörü

Ferhat SEKER  
Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Adana, TÜRKİYE  
*Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Adana, TÜRKİYE*

Vahid GHASEMI  
European University of Lisbon, Lisbon, PORTUGAL  
*Lisbon Avrupa Üniversitesi, Lisbon, PORTEKİZ*

### Editor of Recreation Management Rekreasyon Yönetimi Alan Editörü

Bayram KANCA  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*

Salar KUHZADY  
University of Kurdistan, Sanandaj, Iran  
*Kürdistan Üniversitesi, Sanandaj, İran*

### Editor of Tourism Guidance Turizm Rehberliği Alan Editörü

Volkan GENÇ  
Batman University, Batman, TÜRKİYE  
*Batman Üniversitesi, Batman, TÜRKİYE*

### Editor of Gastronomy and Culinary Arts Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alan Editörü

Ramazan KARAMAN  
Dicle University, Diyarbakir, TÜRKİYE  
*Dicle Üniversitesi, Diyarbakir, TÜRKİYE*

### Editor of Statistic İstatistik Alan Editörü

Ali Zafer DALAR  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*

### Editor of Turkish Language Türkçe Dil Editörü

Ayşe MUTLUAY  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*

### Editor of English Language İngilizce Dil Editörü

Koray ŞAHİN  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*

### Layout Editor Mizanpaj Editörü

Kerem ÇIRAK  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*

### Graphic Designer Grafik Tasarımcı

Fatih Mehmet GÖK  
Giresun University, Giresun, TÜRKİYE  
*Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE*



## Boards Kurullar

### Editorial Board Editör Kurulu

Kamil UNUR	Mersin University, Mersin, TÜRKİYE <i>Mersin Üniversitesi, Mersin, TÜRKİYE</i>
Çağdaş ERTAŞ	Şırnak University, Şırnak, TÜRKİYE <i>Şırnak Üniversitesi, Şırnak, TÜRKİYE</i>
Bayram KANCA	Giresun University, Giresun, TÜRKİYE <i>Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE</i>
Volkan GENÇ	Batman University, Batman, TÜRKİYE <i>Batman Üniversitesi, Batman, TÜRKİYE</i>
Ferhat SEKER	Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Adana, TÜRKİYE <i>Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Adana, TÜRKİYE</i>
Sibel OĞUZ	Adana Alparslan Türkeş Science and Technology University, Adana, TÜRKİYE <i>Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Adana, TÜRKİYE</i>
Vahid GHASEMI	European University of Lisbon, Lisbon, PORTUGAL <i>Lisbon Avrupa Üniversitesi, Lisbon, PORTEKİZ</i>
Ali Zafer DALAR	Giresun University, Giresun, TÜRKİYE <i>Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE</i>
Ramazan KARAMAN	Dicle University, Diyarbakir, TÜRKİYE <i>Dicle Üniversitesi, Diyarbakir, TÜRKİYE</i>
Salar KUHZADY	University of Kurdistan, Sanandaj, Iran <i>Kürdistan Üniversitesi, Sanandaj, İran</i>
Ayşe MUTLUAY	Giresun University, Giresun, TÜRKİYE <i>Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE</i>
Koray ŞAHİN	Giresun University, Giresun, TÜRKİYE <i>Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE</i>
Kerem ÇIRAK	Giresun University, Giresun, TÜRKİYE <i>Giresun Üniversitesi, Giresun, TÜRKİYE</i>

### Advisory Board Danışma Kurulu

A. Celil ÇAKICI	Mersin University, Mersin, TÜRKİYE <i>Mersin Üniversitesi, Mersin, TÜRKİYE</i>
Dilek ATÇI	Mersin University, Mersin, TÜRKİYE <i>Mersin Üniversitesi, Mersin, TÜRKİYE</i>
Doğan GÜRSOY	Washington State University, Pullman, USA <i>Washington Eyalet Üniversitesi, Pullman, ABD</i>
Erdinç KARADENİZ	Mersin University, Mersin, TÜRKİYE <i>Mersin Üniversitesi, Mersin, TÜRKİYE</i>
İzzet KILINÇ	Düzce University, Düzce, TÜRKİYE <i>Düzce Üniversitesi, Düzce, TÜRKİYE</i>
Lütfi ATAY	Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale, TÜRKİYE <i>Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale, TÜRKİYE</i>
Murat HANCER	University of Central Florida, Orlando, USA <i>Central Florida Üniversitesi, Orlando, ABD</i>
Orhan İÇÖZ	Yaşar University, İzmir, TÜRKİYE <i>Yaşar Üniversitesi, İzmir, TÜRKİYE</i>
Serhat HARMAN	Mardin Artuklu University, Mardin, TÜRKİYE <i>Mardin Artuklu Üniversitesi, Mardin, TÜRKİYE</i>
Yılmaz AKGÜNDÜZ	Dokuz Eylül University, İzmir, TÜRKİYE <i>Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, TÜRKİYE</i>
Zafer ÖTER	İzmir Kâtip Çelebi University, İzmir, TÜRKİYE <i>İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir, TÜRKİYE</i>

## Reviewers of Issue Sayı Hakemleri

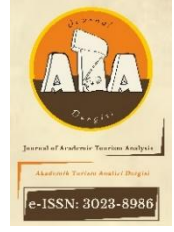
Çiğdem YEL	Sivas Cumhuriyet University, Sivas, TÜRKİYE <i>Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, TÜRKİYE</i>
İlkay YILMAZ	Başkent University, Ankara, TÜRKİYE <i>Başkent Üniversitesi, Ankara, TÜRKİYE</i>
Mehmet Fatih KAYRAN	Harran University, Şanlıurfa, TÜRKİYE <i>Harran Üniversitesi, Şanlıurfa, TÜRKİYE</i>
Melike DEMİRKOL	Tokat Gaziosmanpaşa University, Tokat, TÜRKİYE <i>Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat, TÜRKİYE</i>
Neslihan ONUR	Akdeniz University, Antalya, TÜRKİYE <i>Akdeniz Üniversitesi, Antalya, TÜRKİYE</i>
Selda UCA	Kocaeli University, Kocaeli, TÜRKİYE <i>Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, TÜRKİYE</i>
Serhat BİNGÖL	Bilecik University, Bilecik, TÜRKİYE <i>Bilecik Üniversitesi, Bilecik, TÜRKİYE</i>
Suat AKYÜREK	Gümüşhane University, Gümüşhane, TÜRKİYE <i>Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane, TÜRKİYE</i>
Şaban KARGİGLİOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University, Muğla, TÜRKİYE <i>Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla, TÜRKİYE</i>
Yeliz PEKERŞEN	Konya Necmettin Erbakan University, Konya, TÜRKİYE <i>Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, TÜRKİYE</i>
Yener OĞAN	Artvin Çoruh University, Artvin, TÜRKİYE <i>Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin, TÜRKİYE</i>



# Journal of Academic Tourism Analysis

## Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



### Meal Sharing Platform Experiencescape: An Exploratory Analysis

Yemek Paylaşım Platformu Deneyim Uzantıları: Keşifsel Bir Analiz

Nesrin SAVAŞ<sup>1\*</sup>, Deniz KARAGÖZ<sup>2</sup>

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : December 23, 2024

Revised : December 28, 2024

Accepted : December 30, 2024

Available : December 31, 2024

Keywords:

Sharing Economy  
Meal-Sharing Experience  
Experiencescapes  
Meal-Sharing Experiencescapes

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 23 Aralık 2024

Düzeltilme : 28 Aralık 2024

Kabul : 30 Aralık 2024

Yayımlanma : 31 Aralık 2024

Anahtar Kelimeler:

Paylaşım Ekonomisi  
Yemek Paylaşım Deneyimi  
Deneyim Uzantıları  
Yemek Paylaşım Deneyim Uzantıları

#### ABSTRACT

This study aims to explore the experiencescapes that encompass and shape tourists' experiences on meal-sharing platforms. As part of the research, user-generated content on the Eatwith meal-sharing platform was examined. To discover the experiencescapes of meal-sharing, 2,839 online reviews posted on Eatwith by visitors who participated in meal-sharing experiences in Istanbul, Rome and Paris were analyzed using word analysis and content analysis methods. According to the findings, the experiencescapes of meal-sharing were identified as "hospitality, authenticity, food quality, interaction, atmosphere, storytelling, personalization, and co-creation." This research is among the pioneering studies addressing experiencescapes in the context of meal-sharing platforms and makes significant contributions to the existing literature.

#### ÖZ

Bu çalışma, yemek paylaşım platformlarında turistlerin deneyimlerini kuşatan ve oluşturan deneyim uzantılarını keşfetmeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Eatwith yemek paylaşım platformunda kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikler incelenmiştir. Araştırmada yemek paylaşım deneyim uzantılarını keşfetmek amacıyla İstanbul, Roma ve Paris'te yemek paylaşım deneyimine katılan ziyaretçiler tarafından Eatwith'te yayınlanan 2839 çevrimiçi yorum, kelime analizi ve içerik analizi yöntemleriyle değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre yemek paylaşım deneyim uzantıları "misafirperverlik, özgünlük, yiyecek kalitesi, etkileşim, atmosfer, hikâye anlatımı, kişiselleştirme ve birlikte üretim" olarak belirlenmiştir. Bu araştırma, yemek paylaşım platformları bağlamında deneyim uzantılarını ele alan öncü çalışmalar arasında yer almakta ve mevcut literatüre önemli katkılar sunmaktadır.

## 1. GİRİŞ

Dijital teknolojiler ve sosyal medyanın gelişimi, bireylerin mal ve hizmetleri paylaşmasını kolaylaştırarak paylaşım ekonomisinin hızla büyümesini sağlamıştır (Puschmann & Alt, 2016). Paylaşım ekonomileri, konaklama ve turizm endüstrisinde nerede kaldığımızı (Airbnb, HomeAway), nasıl seyahat ettiğimizi (Uber, Lyft) ve ne yediğimizi (Eatwith, Deliveroo) önemli ölçüde etkileyen bir yenilik olarak (Puram & Gurusurthy, 2023) deneyim kavramının yeniden tasarlanmasına ve yeni turizm trendlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Heo, 2016). Bu bağlamda, turistlerin seyahatleri süresince "yemek" deneyimlerinde öne çıkan popüler trendlerden biri, yemek paylaşım platformlarıdır.

Lect., Department of Hotel, Restaurant and Catering Services, Diyarbakir Social Sciences Vocational School, Dicle University, Diyarbakir, TÜRKİYE

1 Öğr. Gör. Dr., Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, Diyarbakir Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dicle Üniversitesi, Diyarbakir, TÜRKİYE

Prof., Department of Tourism Management, Faculty of Tourism, Anadolu University, Eskişehir, TÜRKİYE

2 Prof. Dr., Turizm İşletmeciliği Bölümü, Turizm Fakültesi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, TÜRKİYE

\* Corresponding author  
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.  
ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

ORCID 0000-0002-5131-5550



nesrin.savas@dicle.edu.tr

ORCID 0000-0003-2868-8567



dkaragoz@anadolu.edu.tr



10.5281/zenodo.14579354

Yemek paylaşım platformları, turistlerin günlük yeme alışkanlıklarının ötesine geçerek ev sahipleri tarafından hazırlanan ve servis edilen özgün yerel yemekleri tatmalarına olanak sağlamaktadır (Zurek, 2016). Bununla birlikte bu platformlar, turistlerin günlük yaşamı ev sahipleri birlikte deneyimleyerek destinasyonun yerel gelenekleri, kültürü, tarihi ve etnik yönleri hakkında bilgi edinmelerini mümkün kılmaktadır (Atsız vd., 2021). Ayrıca bu platformlar geleneksel restoranlardan farklı olarak, yemek deneyimini yerel bir ev ortamında sunarak post-modern turistlerin özgünlük arayışına yanıt olmaktadır (Zurek, 2016). Bu platformlar aracılığıyla ev sahipleri, turistler ile bir araya gelerek birlikte alışveriş yapma, yemek pişirme, yemek yeme, yemek ve şarap turları düzenleme gibi farklı etkinlikler sunarak turistleri özgün deneyimlerine çekmek ve turistlerin bu etkinliklere aktif katılımlarını sağlamak için yoğun çaba sarf etmektedirler (Sotiriadis & Nduna, 2019). Bu çabanın başarıya ulaşması ise turist deneyiminin oluşum sürecini etkileyen ve bu deneyimi kuşatan somut ve soyut faktörlerin, diğer bir anlatımla deneyim uzantılarının kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını gerektirmektedir (Mossberg, 2007).

Turizm araştırmacıları, farklı tüketim bağlamlarında, arzu edilen olumlu sonuçları ve unutulmaz deneyimleri ortaya çıkaran, turistlerin deneyimlerini kuşatan ve oluşturan somut ve soyut bileşenler olarak deneyim uzantılarını araştırmaktadırlar (Mossberg, 2007; Pizam & Tasci, 2019; Chen vd. 2020; Kandampully vd., 2023). Deneyim uzantıları, deneyimlerin sahnelenebilmesi ve tüketilebilmesi için tasarlanmış fiziksel üretim ve tüketim mekânları olarak tanımlanmakta (Hall, 2008), tüketicilerin yaşam amaçlarına ve sosyokültürel bağlamlarına uygun, anlamlı ve unutulmaz deneyimler geliştirmeleri için somut ve soyut kaynaklar sunmaktadır (Pizam & Tasci, 2019). Bağlamına ve içeriğine bağlı olarak deneyimlerin doğası ve içeriği farklılık gösterdiğinden deneyim uzantıları da farklılık göstermektedir (Ji & Yan, 2023). Bu nedenle turizm araştırmacıları; oteller (Mody vd., 2017; Alfakhri vd., 2018), restoranlar (Radic vd., 2021), destinasyonlar (Lin vd., 2022) kırsal turizm (Mei vd., 2020) ve soyut kültürel miras turizmi (Chen vd., 2020) gibi farklı tüketim bağlamlarına özgü deneyim uzantılarını keşfetmeye yönelik araştırmalar gerçekleştirmişlerdir.

Paylaşım ekonomisinin turizm sektöründe hızla büyümesi ve turistler tarafından artan kullanım oranlarıyla birlikte deneyim uzantıları araştırmaları, bu alana kaymış ve araştırmacılar son yıllarda deneyim uzantılarını paylaşım ekonomisi platformları bağlamında incelemeye başlamışlardır (Mody vd., 2017; Mody vd., 2019a; Lin, 2021). Ancak bu araştırmalar genel olarak Pine ve Gilmore'un (1998) deneyim ekonomisi çerçevesini temel almışlardır. Bu yaklaşım deneyim uzantılarının anlaşılmasına önemli katkılar sağlasa da deneyim uzantılarının tümünü ele almakta yetersiz kalmıştır. Bu nedenle, deneyim uzantılarının incelenmesinde daha geniş bir kavramsallaştırmanın uygulanması önerilmektedir (Chen, 2022). Ayrıca paylaşım ekonomisinde deneyim uzantıları araştırmalarının büyük ölçüde konaklama sektörüne odaklandığı görülmektedir (Mody vd., 2019a; Mody vd., 2019b). Bu durum, yemek paylaşım deneyim uzantılarının turist davranışları üzerindeki etkileri ve bu platformların turizm endüstrisine katkıları konusunda önemli bir bilgi boşluğuna işaret etmektedir.

Yemek paylaşım platformları bağlamında turistlerin yemek deneyimlerini anlamaya yönelik -sınırlı sayıda da olsa- kavramsal ve ampirik çalışmalar bulunmaktadır. Araştırmacılar, turistlerin yemek paylaşım deneyimlerinin boyutlarını belirlemiş (Atsız vd., 2021; Atsız vd., 2022) ve yemek paylaşım deneyimlerinin ortaya çıkardığı sonuçları incelemişlerdir (Cifci vd., 2023). Ancak bu araştırmalar yemek paylaşım deneyimlerinin doğasını açıklamaya yönelik bilgi üretmesine rağmen yemek paylaşım platformlarının deneyim uzantılarına ilişkin bir araştırma bulunmadığından bu deneyimi kuşatan ve oluşturan unsurlara yönelik bilgi yetersiz kalmıştır.

Bu doğrultuda bu araştırmanın amacı, yemek paylaşım platformları bağlamında deneyim uzantılarına ilişkin mevcut bilgi boşluğuna odaklanarak yerel bir evde gerçekleştirilen yemek paylaşım platformları deneyim uzantılarını keşfetmektir. Araştırma, yemek paylaşım deneyim uzantılarını keşfederek ve deneyim uzantılarına derinlemesine bir iç görü kazanmayı hedeflemektedir. Bu tür platformlarda turistlerin deneyimlerini şekillendiren deneyim uzantılarının boyutlarının incelenmesi, turistler için olumlu ve unutulmaz deneyimlerin üretilmesinde ve yönetilmesinde önemli bir rol oynayabilir. Bu bağlamda, yemek paylaşım deneyim uzantılarının keşfedilmesi ile hem teorik olarak alandaki bilgi boşluğunu doldurmak hem de uygulamada bu tür deneyimlerin tasarlanması ve yönetiminde uygulanabilir stratejiler geliştirebilmek mümkün olacaktır.

## 2. YAZIN İNCELEMESİ

### 2.1. Yemek Paylaşım Ekonomisi

Paylaşım ekonomisi, kullanılmadığı ya da henüz paraya çevrilmediği için tipik olarak yeterince kullanılmayan varlıkların kiraya verilmesi, takas edilmesi, ödünç verilmesi ve devredilmesini içeren uygulamalar şeklinde tanımlanmaktadır (Felländer vd., 2015). Paylaşım ekonomisi çağında yemek tüketimi ele alındığında yiyecek üretimi, dağıtımı ve tüketimine alternatif bir yaklaşım olarak yemek paylaşımı ortaya çıkmaktadır. Tüketim alanında yemek paylaşımı, pop-up restoranlar ve sosyal yemek pazarlarında, sosyal yemek deneyimleri için yerel halkı ve turistleri ev sahipleri ve şeflerle buluşturmaktadır (Privitera, 2016). Bu paylaşım genellikle bir platform aracılığıyla gerçekleştirilmekte ve bu platformlar yemek paylaşım platformları olarak adlandırılmaktadır (Zurek, 2016).

Yemek paylaşım platformları belirli bir ücret karşılığında turistlerin ev sahibi ve diğer turistlerle birlikte yerel pazarlardan malzeme alışverişi yapmasına, keyifli sohbetler eşliğinde yemek pişirmesine ve birlikte yemek yemesine olanak sağlamak için tasarlanmıştır (Veen & Dagevos, 2019). Bu platformlarda yemek paylaşımı, misafirlerin yerel halkın evlerinde ya da yerel halk tarafından seçilmiş ticari restoranlarda amatör veya profesyonel şeflerle mobil uygulamalar veya internet aracılığıyla bağlantı kurması fikrine dayanmaktadır (Zurek, 2016). Ticari restoran ortamlarının barındırdığı uyarıların ev ortamından farklı olacağından bu çalışmada yalnızca yerel halkın, kendi ev ortamında sunduğu deneyimlere odaklanılmaktadır. Yemek paylaşım platformları, kaynakların (becerilerin ve yemeklerin) birlikte kullanımını ve başlangıçta birbirine yabancı olan katılımcılar arasındaki etkileşimi içermektedir (Hart & Dagevos, 2017). Atsız vd., (2022) yemek paylaşım deneyiminin bileşenlerini özgünlük, sosyal etkileşim, yerel misafirperverlik, hayranlık, yerel kültür, hizmet uzantıları ve yenilik olarak tanımlamaktadır.

## 2.2. Deneyim Uzantıları

O'Dell (2007) deneyim uzantılarını, çeşitli paydaşlar arasındaki etkileşimlere izin veren ve deneyimlerin anlamlı bir bütün halinde nasıl üretildiğini ve tüketildiğini bütünüyle ele alan stilize mekânlar olarak tanımlamaktadır. Deneyim uzantıları, üreticilerin, tüketicilerle bağlantılarını kolaylaştıran tüm üretim ve tüketim ortamını kapsamaktadır (Pralhad & Ramaswamy, 2004). Dolayısıyla deneyim uzantıları, deneyimlerin sahnelendiği ve tüketildiği bağlamı ve aktörler arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Deneyim uzantıları yalnızca üreticiler (destinasyon pazarlamacıları, şehir planlamacıları, yerel özel girişimler vb.) tarafından tasarlanmamaktadır. Aynı zamanda tüketiciler tarafından da bilişsel ve duygusal olarak üretilmeye devam etmektedir (O'Dell, 2007). Dolayısıyla deneyim uzantıları, hizmet sağlayıcılarının kontrolü dışındaki bileşenleri ve ortamları da kapsamaktadır. Böylece hizmet uzantılarından daha karmaşık bir kavram olarak kabul edilmektedir (Fossgard & Fredman, 2019).

Literatürde yer alan deneyim uzantıları araştırmaları incelendiğinde, araştırmacıların genel olarak deneyim ekonomisiyle ilişkili dört alan (Mody vd., 2017; Mody vd., 2019a; Mody vd., 2019b; Piramanayagam vd., 2020; Lin, 2021) ve Pizam ve Taşçı'nın (2019) deneyim uzantıları araştırması için özel olarak önerdiği altı bileşeni (Kandampully vd., 2023; Awan vd., 2023) benimsedikleri görülmektedir (Ji & Yan, 2023). Pizam ve Tasci (2019), Bitner'in hizmet uzantıları kavramını tüketicilerin, çalışanların ve diğer paydaşların davranışlarını açıklayan çağdaş teorilerle genişleterek; deneyim uzantılarını duyuşsal, işlevsel, sosyal, doğal, kültürel ve misafirperverlik kültüründen oluşan altı boyutta incelemektedir. Duyuşsal bileşen, bir mekânın duyuşsal nitelikleriyle ilgili olan ambiyans ve estetik uyarılara; işlevsel bileşen, mobilya ekipmanlarının ve diğer öğelerin boyutunu, şeklini ve düzenini içeren mekânsal düzen ve işlevselliğe; sosyal bileşen, deneyimin gerçekleştiği mekânda yer alan sosyal faktörlere (örn. çalışanlar, diğer misafirler ve sosyal kalabalık); doğal bileşen, turistlerin karşılaştığı coğrafi görünüm, doğal yapılar ve doğal ve inşa edilmiş yapılar arasındaki dengeye açıklık getirmektedir. Kültürel bileşen, kültürel karşılaşmalar, kültürel semboller, benzerlikler ve farklılıklar gibi unsurlardan oluşmaktadır. Son olarak misafirperverlik kültürü bileşeni ise tüm organizasyon paydaşlarına olağanüstü hizmet ve unutulmaz deneyimler sağlama amacıyla paylaşılan normlar, değerler, inançlar, gelenekler ve beklentiler sistemini ifade etmektedir.

Paylaşım ekonomisi platformlarında deneyim uzantıları araştırmaları incelendiğinde; Mody vd., (2017), Pine ve Gilmore'un (1998) deneyim ekonomisi modelini konaklama endüstrisi bağlamında ele alarak konaklama ile ilgili deneyimsel tüketimi tanımlayan bir ekonomik çerçeve geliştirmiştir. Çalışmada konaklama deneyim uzantıları eğlence, eğitim, kaçış, estetik, şans, yerellik, topluluklar ve kişiselleştirme boyutlarıyla incelenmiştir. Ayrıca Mody vd. (2019) konaklama deneyim uzantılarını (eğlence, eğitim, kaçış, estetik) misafirperverlik boyutunu da içerecek şekilde genişleterek gelişmiş deneyim uzantılarının duyuşsal ve unutulmaz tüketim deneyimleri ve marka sadakati üzerindeki etkisini de incelemiştir. Lin (2021), özel sosyal yemek mekânları ve restoranlarda deneyim uzantılarını odaklanmış, Pine ve Gilmore'un deneyim çerçevesini genişleterek deneyim uzantılarının, unutulmazlık ve davranışsal niyetlere etkisini araştırmıştır. Çalışmada deneyim uzantıları eğlence, estetik, eğitim, kaçış, özgünlük, mutfak, yabancılarla ilişkiler ve konuklarla ilişkiler, kısıtlamasız alan, macera ve kişiselleştirme boyutları altında incelenmiştir.

## 3. YÖNTEM

Yemek paylaşım platformlarının deneyim uzantılarını keşfetmek amacıyla, platform kullanıcıları tarafından oluşturulan içeriklere metin madenciliği ve içerik analizi uygulanmıştır. Metin madenciliği basit bir ifadeyle, veri madenciliğinin metinlere uygulanması olarak tanımlanmakta, metin belgelerinden ilginç ve önemli kalıpların veya bilgilerin çıkarılmasına olanak sağlamaktadır (Gaikwad vd., 2014). Bu nedenle, mevcut çalışmada bilgi çıkarımı amacıyla öncelikle metin madenciliğinden yararlanılmıştır. Daha sonra kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikleri derinlemesine incelemek amacıyla içerik analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırma verileri en popüler yemek paylaşım platformlarından biri olarak ifade edilen (Atsız vd., 2021) Eatwith platformundan elde edilmiştir. Araştırmada, yerel pazar turlarına katılarak yemek pişirme ve yerel bir evde yemek paylaşmayı deneyimleme kategorilerinde sunulan deneyimlere odaklanılmıştır. Eatwith platformunda örneklemin çeşitliliğini ve temsil edilebilirliğini artırmak amacıyla İstanbul, Roma ve Paris'te yemek paylaşım deneyimine dahil





Kelime sıklık analizi sonucunda frekansı en yüksek ilk beş kelime yiyecek (3714), pişirme (1288), ev sahibi (1199), eğlenceli (1055) ve insanlar (933) olarak belirlenmiştir. Dokümanlara yapılan kelime sıklık analizi sonucunda verideki çok boyutluluğu indirgemek ve metinlere ilişkin daha fazla bilgi edinmek amacıyla kelimelere bigram (iki kelimenin yan yana gelmesi) ve trigram (üç kelimenin yan yana gelmesi) metodu uygulanmıştır.

Dokümanlara uygulanan bigram metodu sonucunda anlam ifade eden 102 kelime saptanmıştır. Bigram metodu sonucunda frekansı en yüksek ilk beş kelime harika ev sahibi (285), harika yemek (269), sıcak karşılama (208) ve lezzetli yemek (189) ve güzel insanlar (129) olarak belirlenmiştir. Birliktelik değeri 100'den büyük ve sıklığı en yüksek olan birliktelikler Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Bigram Kelime Birliktelik Sonuçları

Kelime Birlikteliği	f	%	Belgeler	Belgeler %
Harika ev sahibi	285	250,00	285	10,02
Harika yemek	269	235,96	248	8,72
Sıcak karşılama	208	182,46	200	7,03
Lezzetli yemek	189	165,79	182	6,40
Güzel insanlar	129	113,16	127	4,46
Yeni arkadaş	116	101,75	110	3,87
Şaşırtıcı yemek	115	100,88	110	3,87

Kelime gruplarının birbirleriyle olan ilişkisinden daha hassas sonuçlar elde etmek amacıyla üç kelimenin bir arada yer almasını inceleyen trigram analizi uygulanmıştır. Kelimeler arasındaki birliktelik değeri üçten büyük olarak belirlenmiştir. Trigram analizi sonucunda anlam ifade eden 31 kelime birlikteliği belirlenmiştir (Tablo 2). En sık tekrar eden kelime birliktelikleri ise harika insanlarla tanışma (7), iyi yemek şarap (6), evde pişirilmiş yemek (6), çok nazik ev sahibi (6) ve lezzetli yemekler yeme (5) olarak belirlenmiştir.

**Tablo 2.** Trigram Kelime Birliktelik Sonuçları

Kelime Birliktelikleri	f	%	Belgeler	Belgeler %	Kelime Birliktelikleri	f	%	Belgeler	Belgeler %
Harika insanlarla tanışma	7	22,58	7	0,25	Özgün İtalyan deneyimi	3	9,68	3	0,11
İyi yemek şarap	6	19,35	6	0,21	Güzelce hazırlanmış masa	3	9,68	3	0,11
Evde pişirilmiş yemek	6	19,35	6	0,21	İnsanları bir araya getirme	3	9,68	3	0,11
Çok nazik ev sahibi	6	19,35	6	0,21	İtalyan yemekleri pişirme	3	9,68	3	0,11
Lezzetli yemekler yeme	5	16,13	5	0,18	Rüyaların gerçek olması	3	9,68	3	0,11
Evde yemek pişirme	5	16,13	5	0,18	Şaşırtıcı yemek yeme	3	9,68	3	0,11
İtalyan ev yemekleri	5	16,13	5	0,18	Güzel yemeğin tadını çıkarma	3	9,68	3	0,11
İlginç insanlarla tanışma	5	16,13	5	0,18	Fransız ev yemekleri	3	9,68	3	0,11
Otantik İtalyan yemekleri	4	12,90	4	0,14	Yemek şarap sohbeti	3	9,68	3	0,11
Harika sohbetle yemek	4	12,90	4	0,14	Yemek harika bir şirket	3	9,68	3	0,11
Harika bir atmosfer	4	12,90	4	0,14	Michelin yıldızı kalitesi	3	9,68	3	0,11
Çok özel bir deneyim	4	12,90	4	0,14	Çok dost canlısı ev sahibi	3	9,68	3	0,11
Farklı insanlarla tanışma	4	12,90	4	0,14	Çok yetenekli şef	3	9,68	3	0,11
Makarna yapma sınıfı	4	12,90	4	0,14	Çok samimi ev sahibi	3	9,68	3	0,11
Gerçek Paris deneyimi	4	12,90	4	0,14	Sınırsız şarap servisi	3	9,68	3	0,11
Özgün Fransız yemeği	3	9,68	3	0,11					

Dokümanlara uygulanan bigram ve trigram metodu sonucunda elde edilen kelime birlikteliklerinden hareketle misafirperverlik, özgünlük, yiyecek kalitesi, atmosfer ve etkileşim olmak üzere beş alt kategori belirlenmiştir.

## 4.2. İçerik Analizi Sonucu Elde Edilen Bulgular

Bu bölümde Eatwith yemek paylaşım platformunda kullanıcı tarafından oluşturulan içerikleri derinlemesine incelemek ve iç görü sağlamak amacıyla gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.



### 4.2.1. Misafirperverlik

Platform kullanıcılarının yorumlarına uygulanan kelime analizi ve içerik analizi sonucunda yemek paylaşım deneyim uzantılarının bir bileşeni olarak misafirperverlik belirlenmiştir. Turistlerin bir destinasyonu ya da çekiciliği ziyaret ederken deneyimledikleri genel karşılama duygusu olarak ifade edilen misafirperverlik, turist ile ev sahibi arasında paylaşılan normlar, değerler, inançlar, gelenekler ve beklentilerle oluşmaktadır (Pizam & Tasci, 2019). Tablo 3’ de misafirperverlik bileşenine ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 3.** Misafirperverlik Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Misafirperverlik	Sıcak, samimi karşılama	504
	Harika ev sahibi	446
	Sıcak, samimi ev sahibi	186
	Eğlenceli ev sahibi	148
	Mükemmel ev sahibi	127
	Kendini evinde hissetme	121
	Rahat ettirmek için çabalama	120
	Ev sahibinin işini tutkuyla yapması	104
	Arkadaş canlısı ev sahibi	102

Yemek paylaşımı bağlamında, misafirler ev sahibi tarafından sıcak ve samimi bir şekilde, şarap ve aperatiflerle karşılanmanın kendileri için önemli olduğunu belirtmişlerdir. Ariffin ve Magzi’e göre (2012) karşılama sırasında misafirlere, karşılama içecekleri veya hediyeler gibi simgeler sunulması misafirler için sürpriz ve heyecan yaratmanın yollarından biridir. Yazarlara göre ev sahiplerinin misafirlere rehberlik etmesi (Ulaşımında yardımcı olmak gibi) ve birlikte yürüyüşe çıkmaları durumunda misafirler karşılamayı daha fazla deneyimlemektedir. Mevcut araştırmada, yemek paylaşım deneyimlerinde katılımcılar misafirperverlik temasına ilişkin görüşlerini aşağıdaki gibi ifade etmişlerdir.

*“Debora ve Fieema!!! Siz kızlar, yürek ısıtan karşılama ile bizi suskun bıraktınız! (Meytal)”*

*“Atmosfer harikaydı ve Barbara herkesi kapıda tonlarca neşe ve bir kadeh şarapla karşıladı. Bu unutulmazdı. (Monika)”*

Yemek paylaşım deneyiminde turistlerin çoğu ev sahiplerini harika, mükemmel, muhteşem, olağanüstü ve büyüleyici olarak ifade etmiş ve ev sahiplerinin çekici ve güzel bir görünüşe sahip olduklarını vurgulamışlardır. İnsanların görünüşünü çekici buldukları bireylerle ilişki kurma eğiliminde oldukları (McGrath & Otnes, 1995, s. 269) ve bu insanlara karşı daha olumlu özellikler attiklerini (Eagly vd., 1991, s. 119), fiziksel çekiciliğin de memnuniyet, uyarılma ve baskınlık gibi temel duyguları tetiklediği bilinmektedir (Mehrabian & Russel, 1974). Araştırma bulgularında katılımcılar ev sahibi özelliklerine ilişkin aşağıdaki yorumlarda bulunmaktadır.

*“Paris’te akşam yemeğine katılmaktan çok mutlu oldum. O kadar harika bir ev sahibiydi ki yemek paylaşımı mükemmeldi. O akşam, o ve diğer misafirlerle bir araya gelebildiğimiz için çok şanslıyız. (Nava)”*

*“Roma’nın kesinlikle gitmeye değer bir parçasıydı ve Barbara bir sürü kişiliğe ve cömertliğe sahip mükemmel bir ev sahibi. Onunla tanışmak eğlenceliydi, saf bir zevkti ve hayatın zevklerinden biriydi. (Annie)”*

Temel olarak misafirperverlik, deneyimin sunulduğu fiziksel mekânların misafirlere konfor sağlaması gereken tüm yönlerini ifade etmektedir (Ariffin, 2013). Konfor, sadece fiziksel rahatlığa değil, aynı zamanda misafirin mekânda kaldığı süre boyunca yaşadığı psikolojik rahatlığa da odaklanmaktadır. Deneyimin gerçekleştiği mekânda misafirlerin kendilerini evlerinde gibi hissetmeleri ve ev sahibinin deneyimi gerçek bir tutkuyla sunması, misafirlerini rahat ettirmek için çabalaması, misafirlerin beklentileriyle ilgilenmesi ve ihtiyaçlarında yardımcı olması da misafirperverlik temasını temsil eden örneklerdir. Katılımcıların bu temayla ilişkili yorumları şu şekildedir:

*“O kadar sıcaktı ki kendimizi evimizde pişen bir yemeği yemek için eve dönmüş gibi hissettik. (Sarah)”*

*“Ülkeler arası bir uçuştan hemen sonra akşam yemeği için evine gittim ve biraz yorgundum ama evinde anında rahatladım. (My Lee)”*

Ayrıca katılımcılar, ev sahibinin samimi, eğlenceli, arkadaş canlısı, kibar, zarif, sevimli, bilgili, şaşırtıcı, yetenekli, profesyonel, cömert, anlayışlı ve sabırlı olması gibi özelliklerini sıklıkla vurgulamışlar ve ev sahiplerinin bu özelliklerinin yemek paylaşım deneyimleri için önem arz ettiğini ifade etmişlerdir.

### 4.2.2. Özgünlük

Özgünlük, turizm araştırmalarında en eski ve en çok incelenen kavramlardan biridir ve turistleri seyahat etmeye ve farklı aktiviteleri deneyimlemeye motive eden önemli bir itici güç olarak kabul edilmektedir (Ramkissoon ve Uysal, 2011; Liang vd., 2018). Tablo 4’te özgünlük bileşenine ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 4.** Özgünlük Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Özgünlük	Yerel, özgün yiyecekler deneyimleme	148
	Gerçek bir yerel gibi davranma	94
	Benzeri olmayan bir deneyim elde etme	52
	Yeni tatlar keşfetme	45
	Alışılmışın dışında bir şeyler deneme	33
	Yerel bir evde pişirilmiş yemekleri deneyimleme	30
	Özgün bir atmosferde bulunma	25
	Yiyeceklerin geleneksel pişirme yöntemleriyle hazırlanması	24
	Farklı mutfak türlerinden yiyecekler deneyimleme	21
	Gerçek bir yerel daireyi görme	14
	Yerel pazarları gezme	14
	Yerel pazarlardan alışveriş yapma	13

Yerellik algısı genellikle turist deneyimi için bir özgünlük kaynağıdır (Tsai, 2016). Bu araştırma kapsamında bulgular, özgünlüğün en önemli bileşeninin yerel, özgün yiyecekleri deneyimleme olduğunu göstermektedir. Yemek paylaşım deneyimi katılımcıları yerel, özgün yiyecekler hakkındaki deneyimlerini şu şekilde ifade etmişlerdir:

*“Bu benim EatWith ile ilk deneyimimdi ve daha fazla tatmin olamazdım. Annem ve ben ilk kez Paris'teydik ve özgün bir Fransız yemeği arıyorduk. Bir arkadaşın tavsiyesi üzerine EatWith ile karşılaştık. Süreç baştan sona basitti. Françoise harika bir ev sahibi oldu. Dairesi çok güzeldi. Ancak deneyimin asıl yıldızı yemekti. (Emily)”*

*“...Barbara, bir restoranda bulamayacağınız pazardan taze olarak alınmış ürünleri, kusursuz evinde lezzetli ev yapımı yerel yemeklere dönüştürüyor. Bu sadece en iyi EATWITH deneyimi değil, tüm İtalya'daki en iyi YEMEK deneyimlerinden biridir. (Lainie)”*

Araştırma bulguları, yemek paylaşım platformlarında gerçek bir yerel gibi davranmanın, yerel bir evde geleneksel yöntemlerle pişirilmiş yiyecekleri deneyimlemenin, özgün bir atmosferde bulunmanın, gerçek bir yerel daireyi görmenin, yerel pazarları gezme ve alışveriş yapmanın katılımcılar tarafından özgün deneyimler olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmada yeni tatlar keşfetme, alışılmışın dışında bir şeyler deneme, farklı mutfak türlerinden yiyecekler deneyimleme ve benzeri olmayan bir deneyim elde etme de özgünlük bileşenini temsil etmektedir. Katılımcılar yemek paylaşım deneyimlerinde özgünlüğüne ilişkin düşüncelerini;

*“...Barbara bizi yemeğin üstüne bir kahve içmek için bir bara bile götürdü ve böylece Trastevere gece hayatını yerli bir Romalı ile deneyimledik. Barbara ile bir akşam geçirmenizi şiddetle tavsiye ederim. (Sara)”*

şeklinde ifade etmektedir.

### 4.2.3. Yiyecek Kalitesi

Yiyecek kalitesi, yiyeceklerin müşteri ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik genel performansını ifade etmekte ve yemek deneyiminin önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir (Namkung & Jang, 2007). Yiyecek kalitesi literatürde lezzet, menü çeşitliliği, sunum, tazelik ve sıcaklık gibi birçok özellik ile tanımlanmaktadır (Kivela vd., 1999). Sulek ve Hensley (2004) restoranın çevresel bileşenleri ve hizmet kalitesi gibi diğer yönleriyle karşılaştırıldığında yiyecek kalitesinin, müşteri memnuniyetinin en önemli unsuru olduğunu belirtmektedir. Tablo 5’te yiyecek kalitesi temasına ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

Katılımcılar sıklıkla yiyecek ve içeceklerin lezzetine, miktarına, çeşidine ve kalitesine vurgu yapmakta, bu bileşenlerin deneyimlerini kuşattığını ifade etmektedir. Örneğin, bir katılımcının görüşü şu şekildedir:

*“Balıkları çıtır bir deriyi koruyacak şekilde nasıl yapabildiğine hala şaşkınım. Üstelik balık çok nemli ve lezzetliydi. Bizi ağırladığınız ve böyle harika bir yemek hazırladığınız için teşekkür ederiz! Hayal kırıklığına uğratmayacağı için bu deneyimi rezerve etmekte tereddüt etmeyin. (Cheryl Mike)”*

**Tablo 5.** Yiyecek Kalitesi Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Yiyecek Kalitesi	Yiyecekleri lezzetli bulma	869
	Harika yiyecekler	474
	Lezzetli şaraplar deneyimleme	184
	Yiyecek içecek miktarının fazla olması	158
	Mükemmel yiyecekler	113
	Olağanüstü yiyecekler	83
	Yiyecek çeşidinin fazla olması	68
	Sıcak yiyecekler hazırlama	67
	Üstün kaliteli yiyecekler hazırlama	58
	Şaşırtıcı yiyecekler hazırlama	56
	Yaratıcı, yenilikçi yiyecekler hazırlama	52
	Taze yiyecekler hazırlama	52

Yemek deneyiminde çeşitlilik katılımcıların en sık vurguladığı unsurlardan biri olarak belirlenmiştir. Çeşitlilik, farklı menü öğelerinin sayısını veya çeşitliliğini içermektedir. Menü öğesi çeşitliliği, müşteri tatmini yaratmada yiyecek kalitesinin çok önemli bir özelliğidir (Kivela vd., 1999). Katılımcıların çeşitlilik konusundaki yorumları aşağıdaki şekilde olmuştur:

*“Debora, İtalya'daki yiyecek çeşitliliğini temsil eden harika yemekler yapan, harika bir şef. Yiyecek temini ve hazırlama tekniklerini anlattı. Harika servis ve unutulmaz, eşsiz bir ortam. Deneyimi şiddetle tavsiye ederim. (Robert)”*

*“Françoise ile inanılmaz bir deneyim! Çok çeşitli, baştan çıkarıcı yiyecekler, güzel bir şekilde sergilenmiş ve kesinlikle lezzetli! (Emilie)”*

Ayrıca katılımcılar sunum, tazelik, yaratıcılık ve sağlıklı seçenekler üzerinde de durmuşlardır. Sunum, müşterinin kalite algısı için somut bir ipucu olarak yiyeceklerin ne kadar çekici bir şekilde sunulduğunu ve dekore edildiğini ifade etmekte, tazelik ve sağlıklı seçenekler ise mevsimsel ve organik ürünlerden yararlanarak yiyeceklerin hazırlanmasını vurgulamaktır (Namkung & Jang, 2007). Yiyeceklerin sunumu, yemek memnuniyeti ve tekrar ziyaret etmede önemli bir özellik olarak kabul edilmektedir (Kivela, vd., 1999). Katılımcılarda söz konusu bileşenlerin memnuniyetlerini etkilediğini aşağıda gibi aktarmaktadır:

*“Loly, beklenmedik lezzetlerle damağınızı da memnun edecek keyifli bir ev sahibi. Loly'nin yemeklerini sevmek için vegan ya da vejetaryen olmanıza gerek yok. Bize diğer üç keyifli konuk eşlik ettiği için özellikle şanslıydık. Bu bizim EatWith ile ilk deneyimimizdi ama kesinlikle son olmayacak! (Larry)”*

#### 4.2.4. Etkileşim

Mevcut araştırmada yemek paylaşım deneyim uzantılarının bir diğer bileşeni “etkileşim” olarak belirlenmiştir. Tablo 6’ da yemek paylaşım platformlarında etkileşim temasına ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 6.** Etkileşim Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Etkileşim	Misafirlerle iletişimde bulunma	417
	Yeni insanlarla tanışma	355
	Farklı kültürlerden misafirlerle bir araya gelme	223
	Deneyimi (Yemeği) paylaşma	135
	Arkadaşlarla birlikte gibi hissetme	125
	Aileyle birlikte gibi hissetme	72
	Kültürel etkileşimde bulunma	41
	Misafirler arasında bağlantı kurma	38
	Kahkahaları paylaşma	33
	Yeni dostluklar edinme	28

Diğer misafirlerle iletişimde bulunma, yeni insanlarla tanışma, farklı kültürlerden veya farklı yaş gruplarından misafirlerle bir araya gelme ve deneyimi paylaşma araştırma kapsamında etkileşim temasının önemli bileşenleri arasında yer almaktadır. Araştırmada katılımcılar, diğer turistler veya ev sahipleri ile bir araya gelmenin kendileri için harika bir deneyim olduğunu ve unutulmaz bir yemek paylaşım deneyimi yarattığını ifade etmektedir. Ayrıca katılımcılar etkileşimler sırasında kendilerini ev sahiplerinin evinde arkadaş ya da aile üyesi gibi hissettiklerini ve etkileşim sonucunda yeni dostlukların meydana geldiğini dile getirmektedir. Katılımcılar bu görüşlerini yorumlarında şu şekilde aktarmışlardır:

“Esra'nın evinde sıcak bir şekilde karşılanmak, lezzetli, bol ve özgün yemeklerini yemek ve onunla ve arkadaşlarıyla güzel sohbetler yapmak harika bir akşam geçirmemizi sağladı. İyi arkadaşlarla birlikteymişiz gibi hissettik. Bu, İstanbul'da bir akşam geçirmek için harika bir yoldu. (Martin)”

“...Dört kişilik bir grup artı Florence ile yemek yiyen yalnız bir gezgindim ve birkaç dakika içinde hepimiz aile gibi hissettik. (Alix)”

Etkileşimi katılımcılar açısından önemli kılan diğer bir unsur ise ev sahibinin misafirler arasında bağlantı kurmasıdır. Katılımcılar, ev sahibinin misafirleri birbirleriyle tanıştırmasının ya da bir sohbet ortamı yaratmasının duygularını etkilediğini belirtmişlerdir. Aşağıda bu görüşe ilişkin ifadeler yer almaktadır.

“İnanılmaz bir deneyim! Gabriel en zarif ev sahibiydi... ve özellikle yalnız seyahat ettiğim için beni çok hoş karşıladı. Misafirleri birbirine bağladığından ve harika sohbetleri kolaylaştırdığından emin oldu. Tüm bunlar harika! (Bridget)”

“İlk gelen bizdik ve Larry bizi kapıda kocaman bir kucaklama ve bir kadeh şarapla karşıladı. Her misafiri geldiklerinde birbirleriyle tanıştırdı ve sohbet ortamı yarattı. Bu hepimize çok hoş hissettirdi..... İtalyan müziği çalıyordu ve atmosfer çok eğlenceliydi. İlginç insanlarla tanıştık ve biz farkına varmadan dört saat geçti. (Patricia)”

#### 4.2.5. Atmosfer

Atmosfer, önceki araştırmalarda (Mei vd., 2020; Cheng & Chen, 2023) müşterileri satın almaya ikna etmek amacıyla, duyguları geliştirmek ve uyandırmak için duyuşal unsurları kullanarak satın almanın gerçekleştiği fiziksel mekânı tasarlama süreci olarak tanımlanmaktadır. Atmosfer, önceki araştırmalarda görsel, işitsel, koku ve dokunma boyutlarıyla (Kotler, 1973) ve dış mekân, genel iç mekân, mağaza içi yerleşim ve satış noktası dekorasyonu gibi boyutlarla incelenmiştir (Turley & Milliman, 2000). Bu boyutlar bir fiziksel mekânda yer alan müzik, koku, renk, kullanılan dekorasyon ürünleri ve mobilyalar gibi fiziksel mekân (Holbrook, 1994) ve fiziksel mekânın çekici, rahatlatıcı ve samimi algılanmasını (Kotler, 1973) kapsamaktadır. Tablo 7’de atmosfer temasına ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 7.** Atmosfer Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Atmosfer	Dairenin dekoru	275
	Sofra düzeni- Sunum	146
	Çekici bir ortamda bulunma	118
	Rahatlatıcı bir ortamda bulunma	93
	Harika bir ortamda bulunma	87
	Samimi bir ortamda bulunma	62
	Müzik	58
	Manzara	54
	Eğlenceli bir ortamda bulunma	51
	Sıcak bir ortamda bulunma	33
	Temizlik	26
	Genişlik	22

Katılımcılar yemek paylaşım deneyimine ilişkin yorumlarında sıklıkla konuk oldukları dairenin dekoru ve sofraya düzeni ve sunum üzerinde durmaktadır. Ayrıca katılımcılar yemek paylaşım deneyiminin gerçekleştiği dairelerin dekorasyonu ve yemeklerin uyum içerisinde olmasının deneyimlerini kuşattığını ifade etmektedir. Katılımcılar bu görüşlerini;

“Ne harika bir deneyim! Şef Jean Yves ile EatWith öğle yemeğim kesinlikle Paris gezimin en önemli noktasıydı. Jean.....misafirleri ağırlamak için hazırladığı, zevkli bir şekilde dekore edilmiş konforlu dairesinde bizi ağırladı..... Atmosfer, servis, yiyecek ve şarap, üst düzey bir Paris restoranında umduğunuz gibiydi. (Larry)”

“Türk kültürünü yansıtan harika döşenmiş bir evde, harika yemekler, harika bir masa ve mükemmel bir uyum. Bu mükemmel yemek için çok teşekkürler. (Hulda Björk)” ifadeleriyle açıklamaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılar sıklıkla ortamın çekici, rahatlatıcı, samimi, harika, eğlenceli, büyüleyici ve sıcak yönüne vurgu yapmaktadır.

#### 4.2.6. Hikâye Anlatımı

Hikâye anlatımı, insanların öğrenme, kavramları anlama ve nedensellikleri iletme amacıyla hikâyeler ve anlatılar aracılığıyla bilgi ve deneyim paylaşmalarını sağlayan bir iletişim süreci olarak tanımlanmaktadır (Sole &

Wilson, 2002). Mossberg'e (2007) göre deneyim uzantıları; tüketici, personel, diğer müşteriler ve ürünlerin yanı sıra temalar ve hikâyelerin sembollerle zenginleştirildiği fiziksel mekânı içermektedir.

Turistler için ilgi çekici bir deneyim mekânı yaratmanın yollarından biri, hikâye anlatımı ile yerel yemekleri birleştirmektir (Mossberg & Eide, 2018) Yerel yemekler, bir bölgenin özgün mutfak kültürünü yansıtmakta ve bu kültürün aktarılması, o bölge için bir çekicilik ve farkındalık unsuru oluşturmaktadır (Bucak & Aracı, 2013). Son yıllarda gastro-turistler, bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin kültürel özelliklerini, bu ürünlerin yerel halk için taşıdığı anlamları, hikâyelerini, içeriklerini ve hazırlanma süreçlerini öğrenme arzusunda (Atsız vd., 2021). Bu bağlamda, belirli bir yemeğe ilişkin deneyim ve tarihi bir araya getiren hikâyeler, özgün ve çekici yemek deneyimleri yaratabilmektedir (Engeset & Elvekrok, 2015). Yerel yemeklerle ilişkilendirilerek oluşturulan ya da ortaya çıkarılan bir hikâye, tüketiciyle bir bağ kurarak yaşanan deneyime ekstra anlam veya değer katabilmektedir (Van Laer vd., 2014). Tablo 8, hikâye anlatımı temasına ilişkin kodlar ve frekansları göstermektedir.

**Tablo 8.** Hikâye Anlatımı Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Hikâye anlatımı	Yemek ve geleneklerle ilgili hikâyeler anlatma	81
	Yemeklerin içeriği ve kökeni hakkında açıklama yapma	67
	Unutulmaz anılar yaratma	52
	Özel anılara sahip olma	41
	Anekdote paylaşma	24
	Seyahat hikâyeleri anlatma	18
	Yemeklerin tasarımı ve süreci hakkında bilgi verme	16
	Yemeklerin farklı lezzet kombinasyonlarını açıklama	16

Araştırmada, katılımcıların yemek paylaşma deneyimlerine yönelik sıklıkla, yemek ve geleneklerle ilgili hikâyeler anlatma ve yemeklerin içeriği ve kökeni hakkında açıklama yapma unsurları üzerinde durdukları görülmektedir. Mevcut araştırmada ayrıca ev sahibinin yemek tasarımı, yemeğin hazırlanma süreci hakkında bilgi vermesi ve farklı lezzet kombinasyonlarını açıklamasının katılımcıların deneyimlerini kuşattığı belirlenmiştir. Katılımcıların ilgili boyut ile ilişkili deneyimleri ve yorumları:

*“Çok ilginç bir akşam geçirdik, Asude bize hazırladığı yemeğin kökenini ve büyükannesinin bunları (özellikle çorbayı) nasıl hazırladığını anlattı. Hatta bize Türk "kahve" ve "çayı"nın nasıl hazırlanacağını öğretti. (Alain)”*

*“Ata ve kuzeni ayrıntılara, profesyonelliğe ve bu üst düzey yemeklerin arkasındaki hikâyelere dikkat edilerek yapılan özgün Türk mutfağı arzumuzu yerine getiren harika ev sahipleriydi. İyi vakit geçirmek, kaliteli yemek ve baharatların olduğu bazı yerler için değerli ipuçları aldık. Bu deneyimi kaçırmayın! (Yana)”*

*“Anne ve kızıyla harika bir öğleden sonra geçirdik ve sadece iyi İtalyan yemekleri hakkında değil, aynı zamanda Roma ve İtalyan yaşamı hakkında da hikâyelerini dinlemekten keyif aldık. (Wencke)”* şeklindedir.

#### 4.2.7. Kişiselleştirme

Kişiselleştirme, hizmet sunucularının uyarlanabilir davranışları yoluyla hizmetlerin bireysel bir müşteriye göre özelleştirilmesi anlamına gelmektedir (Mody vd., 2017). Yemek paylaşım deneyimi katılımcıların yorumları incelendiğinde, katılımcıların yiyecek alerjisi, vegan ve vejetaryen beslenme vb. nedenlerle yemek deneyiminin ve mekânın kişiselleştirildiğine dair bulgular belirlenmiştir. Tablo 9'da kişiselleştirme temasına ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 9.** Kişiselleştirme Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Kişiselleştirme	Özel beslenme tarzına uyum sağlama	53
	Özel hissettirme	52
	Kişiyeye özel deneyim yaratma	43
	Her ayrıntının ihtiyaçlara yönelik olarak planlanması	29
	İhtiyaçlara karşı özenli olma	17
	Seçim yapmalarına olanak sağlama	15

Vegan, vejetaryen, yiyecek alerjisi gibi özel beslenme tarzına uyum sağlama, misafirleri özel hissettirme, kişiyeye özel deneyim yaratma, ayrıntıların ihtiyaçlara yönelik olarak planlanması, ihtiyaçlara karşı özenli olma ve misafirlerin seçim yapmalarına olanak sağlama bu araştırmada kişiselleştirmeyi temsil eden unsurlardır. Aşağıda katılımcıların kişiselleştirme temasına ilişkin yorumları yer almaktadır.

“Akşam yemeğine gitmeden önce, Asude herhangi bir alerjinin yanı sıra yiyecek için herhangi bir kişisel tercihimin olup olmadığından emin oldu. Daha sonra kendisinin vejeteryan olduğunu öğrendim ama denemem için bazı ek et yemekleri hazırlama yoluna girdi. Akşam yemeğinde kendimi onun iki sevimli kedisinin yanı sıra şu anda ev sahipliği yaptığı bir Japon/Avustralyalı bayanla birlikte buldum. (Louie)”

“...Ayrıca çölyak hastası olduğumu ve Barbara'nın katı glütensiz ihtiyaçlarımı neşeyle ve yetkinlikle karşıladığını belirtmek isterim. Sadece rezervasyondan önce ona mesaj attım ve menüsünü sorunsuz bir şekilde uyarladı. Roma'da iken şansınız varsa Barbara ile yemek yemenizi şiddetle tavsiye ederim. Unutamayacağınız bir deneyim olacak. (Jane)”

#### 4.2.8. Birlikte Üretim

Birlikte üretim, tüketicilerin, üreticilerin veya hizmet sağlayıcıların değer yaratmak için iş birliği yaptığı süreci ifade etmektedir (Pralhad & Ramaswamy, 2004). Yemek paylaşım platformlarında birlikte üretim süreci, turistlerin fiziksel çevre (düzen, ekipman ve yiyecek vb.) ve kişilerarası boyutlar (turist- turist etkileşimi, ev sahibi misafirperverliği vb.) gibi deneyim uzantıları unsurlarıyla etkileşimiyle başlamaktadır (Pizam & Tasci, 2019). Daha sonra turistler bir üretici haline gelmekte ve daha faydalı hizmet ve unutulmaz deneyimlerle değer yaratılmaktadır (Prebensen vd., 2013). Tablo 10'da birlikte üretim temasına ilişkin kodlar ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 10.** Birlikte Üretim Temasına İlişkin Kodlar ve Frekansları

Tema	Kodlar	f
Birlikte Üretim	Yiyecekleri birlikte hazırlama	57
	Deneyimin birlikte tasarlanması	14
	Yiyeceklerin hazırlanışını izleme	13
	Misafirler tarafından yapılmış yemekleri tatma	6

Yiyecekleri ev sahibiyle birlikte hazırlama, yiyecekleri planlanma sürecine dahil olma, yiyeceklerin hazırlanışını izleme sansı bulma ve diğer misafirler tarafından hazırlanmış yiyecekleri deneyimleme bu araştırmada birlikte üretimi temsil eden unsurlardır. Aşağıda katılımcıların birlikte üretme temasına ilişkin görüşleri yer almaktadır.

“Çok güzel bir deneyimdi...Başlangıç yemeğimizi, birkaç çeşit pizza ve bir tatlı hazırladık. Her şey organik malzemelerden yapıldı. Ayrıca yemek tarifleri de aldık. ...O gerçekten iyi bir öğretmen, bize her şeyi gösterdi ve ihtiyacımız olduğunda bize yardımcı oldu. ...Yemek pişirmeyi gerçekten çok sevdim. (Lucie)”

“Janice ve Francesca harika ev sahipleriydi. Evlerine vardığımızda gnocchi yapmak üzere bir aşçılık dersi veriyorlardı. Chicago'dan başka bir ABD'li çift de beş çeşit yemeğimizin bir parçası olan bu yemeği hazırladı. Ev sahiplerimizin de dâhil olduğu altı kişilik küçük bir misafirlik. Teşekkürler Janice ve Francesca, Roma gezimizi gerçekten tamamladınız! (Cecille)”

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın temel amacı, turistlerin yemek paylaşım deneyimlerini geliştiren ve şekillendiren yemek paylaşım deneyim uzantılarını keşfetmektir. Bu kapsamda çalışmada, yemek paylaşım deneyim uzantıları: “misafirperverlik, özgünlük, yiyecek kalitesi, etkileşim, atmosfer, hikâye anlatımı, kişiselleştirme ve birlikte üretim” olarak belirlenmiştir. Bu araştırma, yemek paylaşım platformları deneyim uzantılarını ele alan ilk çalışmalardan biri olarak mevcut literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda, çalışma, teorik açıdan yemek paylaşım platformları bağlamında mevcut kavramsallaştırmaları genişleterek yemek paylaşım deneyiminin daha iyi anlaşılmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, araştırma bulguları yemek paylaşım platformlarında deneyim uzantılarını keşfederek yemek paylaşım ekonomisindeki deneyim sağlayıcılarının (ev sahipleri) hizmetlerini iyileştirmek ve misafir memnuniyetini artırmak için stratejiler geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.

Turizmde rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmelerin ve platformların, unutulmaz ve anlamlı deneyimler tasarlayarak farklılaşması gerektiği bilinmektedir (Pine & Gilmore, 1998). Hwang ve Seo, (2016) hizmet satan bir ekonomiden unutulmaz deneyim odaklı bir ekonomiye geçişe dikkat çekerken, Pralhad ve Ramaswamy (2004) ise metalaştırmadan, kişiselleştirilmiş ve birlikte üretilen tüketim deneyimlerine doğru bir geçişin önemini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, turistlerin algıladığı değeri artırmak için işletmelerin olumlu deneyim mekânları yaratması ve kaynakları etkin bir şekilde birleştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Mevcut araştırma, yemek paylaşım platformları deneyim uzantılarının unutulmaz deneyimler yaratmada nasıl kullanılabileceğini dair bir perspektif sunmaktadır. Önceki araştırmalarda turistlere kişiselleştirilmiş deneyimler sunmanın turist deneyimlerini kuşattığı belirlenmiştir (Piramanayagam, 2020; Lin, 2021). Mevcut araştırmada yemek paylaşım deneyim uzantıları olarak belirlenen “birlikte üretim ve kişiselleştirme” önem kazanmaktadır. Araştırmada katılımcılar, yemek paylaşım mekânlarında özel beslenme tarzlarına göre tasarlanmış ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunulmasının

memnuniyetlerini etkilediğini, ayrıca bu mekânların yiyecek üretimine aktif katılma şansı tanıyarak kendi ihtiyaçlarına göre kişiselleştirilmiş, benzersiz deneyim yaratmalarını sağladığını ifade etmiştir. Dolayısıyla mevcut araştırma, kişiselleştirme ve birlikte üretme arasında açık bir bağlantı olduğunu (Park & Widyanta, 2022) doğrulamaktadır. Ayrıca yemek deneyiminin yalnızca yiyecekleri tatma süreciyle sınırlı kalmadığını, yemek ile ilgili faaliyetler veya deneyim yaratma süreciyle de şekillendiğini (Gregorash, 2018) desteklemiştir. Yazarların bilgisi dahilinde, daha önce hiçbir çalışma yemek paylaşım deneyiminde “kişiselleştirme ve birlikte üretme” bileşenini birlikte incelememiştir. Bu nedenle, bu bileşenler çalışmamızın en önemli bulguları olarak kabul edilmekte ve mevcut araştırma gündemine önemli bir katkı olarak değerlendirilmektedir.

Yemek paylaşım deneyimi bağlamında ayrıca misafirperverlik, yiyecek kalitesi ve etkileşimin yemek paylaşım deneyimini kuşatan temel bileşenler olduğu belirlenmiştir. Turistler yemek paylaşım deneyimine katıldıklarında ilk etkileşimi ev sahibiyile kurmaktadır. Dolayısıyla misafirperverlik, olumlu bir ilk izlenim yaratmak için büyük bir önem arz etmektedir. Mevcut araştırmada belirlenen yiyecek kalitesi ve etkileşim boyutları Björk ve Kauppinen-Räisänen (2019) tarafından gerçekleştirilen destinasyon yemek uzantıları çalışmasıyla örtüşmektedir. Katılımcılar, diğer turistler veya ev sahipleriyle etkileşim kurmanın kendileri için unutulmaz bir yemek paylaşım deneyimi yarattığını ifade etmişlerdir. Önceki araştırmalar, diğer turistler veya ev sahipleriyle doğrudan etkileşim olmasa bile, paylaşılan mekânın ve bu mekânda bulunan diğer kişilerin varlığının, deneyimi olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir (Lin vd., 2022). Ayrıca paylaşılan tüketim etkinliği aracılığıyla turistler birbirleriyle ve deneyim mekânıyla bağlantı kurduklarında, bu bağlantılar -doğrudan etkileşimin yokluğunda bile- bir yere bağlılık ve sadakat duygusunu tetikleyebilmektedir. Böylece, yalnızca başkalarının varlığı, mekânla bir bağlantı duygusu yaratabilmekte ve sosyal ihtiyaçları karşılayabilmektedir (Johnstone, 2012). Atmosfer ve özgünlük yemek paylaşım deneyiminde katılımcıların duygu ve davranışlarını etkileyen diğer bileşenlerdir. Araştırmada dekorasyon ve yemeklerin uyum içerisinde olması, memnuniyeti artıran unsurlar arasında yer alırken, yerel yemeklerin deneyimi zenginleştirdiği ve özgünlük hissi yarattığı belirlenmiştir.

Ayrıca bu araştırma hikâye anlatımının, yemek paylaşım deneyiminde katılımcıların deneyimini kuşatan unsurlar arasında yer aldığını ortaya koymaktadır. Araştırma bulguları, ev sahiplerinin yemek ve gelenekleriyle ilgili hikayeler anlatması ve yemeklerin içeriği ve kökeni hakkında açıklamalar yapmasının katılımcılar üzerinde olumlu etki yarattığını göstermektedir. Mossberg (2007), destinasyonlarla ilgili hikayelerin (Tarihleri ve kültürel gelenekleri gibi), ziyaretçilere özgün ve anlamlı deneyimler sunmada önemli bir rol oynayacağını ifade etmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte turistlerin beklentilerinde meydana gelen değişiklikler, turizm endüstrisini, turistler için unutulmaz deneyimler yaratmaya yönlendirmektedir. Bu deneyimleri başarılı bir şekilde tasarlamamanın en etkili yollarından biri, benzersiz hikâyeleri hikâye anlatımı yoluyla deneyim dünyasına entegre etmektir (Mossberg, 2007). Araştırmada yemek paylaşım deneyiminin hikayelerle kuşatılmasının, katılımcıların deneyimini daha özel ve unutulmaz kıldığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda ev sahipleri yemeğin içeriği, kökeni ve gelenekleri ile ilgili hikayeler anlatarak yemek paylaşımını sadece bir lezzet deneyimi olmanın ötesinde, bir kültür ve toplumun yansımasına dönüştürebilir. Ev sahiplerinin yemekleriyle ilgili anlattıkları hikayeler, misafirlerin yemeği daha derinlemesine anlamalarını ve yerel kültürle daha yakın bir bağ kurmalarını sağlayabilir. Bu şekilde, ev sahipleri misafirlerine benzersiz bir deneyim sunarak yemek paylaşım platformlarının potansiyelini daha da artırabilir.

Özgünlük, turistlerin paylaşım ekonomisi uygulamalarını kullanmalarında temel motivasyonlarından biridir (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Bu çalışmada katılımcılar, yemek paylaşım deneyimleri sırasında yerel pazarları keşfetmek ve alışveriş yapmak için ev sahipleriyle etkileşime girdiklerini bildirmişlerdir. Dahası, katılımcılar bu pazarlardan satın aldıkları ürünleri ev sahipleriyle birlikte özgün yemeklere dönüştürdüklerini ve bunun da onlara destinasyonu yerliler gibi deneyimleme olanağı sağladığını açıklamışlardır. “Yerli biri gibi yaşamak” özgünlüğü sağlamakta kilit bir rol oynamakta ve deneyimin birlikte üretimi, özgünlük algısını desteklemektedir (Paulauskaite vd., 2017). Bu bağlamda, ev sahipleri deneyimlerini tasarlarken konukları üretme sürecine aktif olarak dahil etmeli ve yerel halkın günlük yaşamını yansıtan yerel pazar turları ve yerel ürünler gibi özgün unsurlardan daha fazla faydalanmalıdır. Çünkü yemek paylaşım deneyimlerine katılan turistler, destinasyonun benzersiz yerel kültürünü ve yaşam tarzını aynı ölçüde bağımsız olarak deneyimleyemeyeceklerinin farkındadır. Bu durum, yemek paylaşım deneyiminde önemli bir çekim faktörü olarak düşünülebilir. Son olarak, yemek paylaşım deneyim mekânlarında katılımcılar ev sahiplerinin misafirler arasında bir etkileşim ortamı yaratmasını beklemektedir. Ev sahibinin misafirleri bir araya getirerek veya bir sohbet ortamı oluşturarak bu etkileşimi artırması katılımcıların duygularını olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle, gelecek araştırmalarda misafirler arasında etkileşimin nasıl geliştirilebileceğine ve turist-turist etkileşiminin artırılması için etkili stratejilerin belirlenmesine odaklanılabilir.

Her çalışmada olduğu gibi mevcut araştırmada da bazı sınırlıklar bulunmaktadır. Araştırma verileri yalnızca Eatwith yemek paylaşım platformundan elde edilmiştir. Eatwith, en popüler yemek paylaşım platformu olarak gösterilse de diğer yemek paylaşım platformları da incelenerek araştırma verileri genişletilebilir. Bu araştırmaya yalnızca İngilizce dilinde oluşturulan içerikler üzerinden yürütülmüştür. İngilizce dilinde oluşturulan içeriklerin genellikle daha yaygın olduğu ve daha fazla erişilebilir olduğu göz önüne alındığında, bu yaklaşım veri toplama



sürecini kolaylaştırabilir. Ancak farklı dillerde oluşturulan içeriklerin incelenmesiyle deneyim uzantılarıyla ilgili daha fazla bilgi edinmek mümkündür. Yemek paylaşım platformları, kullanıcılarına deneyimler (yemek deneyimleme, yemek turlarına katılma ve aşçılık eğitimi) ve çevrimiçi deneyimler (çevrimiçi yemek kursları ve çevrimiçi aktiviteler) olmak üzere iki kategoride hizmet sunmaktadır. Bu çalışmada sadece deneyimlere odaklanılmış, çevrimiçi deneyimler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Dolayısıyla, araştırma bulguları çevrimiçi yemek paylaşım uzantılarını tam olarak yansıtmamaktadır. Gelecekteki araştırmalar, çevrimiçi yemek paylaşım uzantılarının mevcut bulgulardan farklılık gösterip göstermediğini araştırabilir. Son olarak, araştırma, nitel veri toplama ve analiz yöntemlerini kullanarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmaların gücü ve zayıflıkları göz önüne alındığında, araştırmacılar tarafından elde edilen bulguların doğruluğu ve geçerliliğini artırmak için nicel yaklaşımlar kullanarak daha geniş kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilebilir.

## DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu çalışma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarın, herhangi bir kurum veya kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi veya katılımı (hibe, eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım, üyelik, istihdam, danışmanlık, hisse senedi sahipliği veya diğer özkaynak payları, uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLIK KATKI BEYANI

Savaş, N.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Nihai onayın verilmesi; Karagöz, D.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Proje yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) *Etik İlkeler ve Yayın Politikası* doğrultusunda, bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## YAPAY ZEKA KULLANIM BEYANI

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) *Etik İlkeler ve Yayın Politikası*'na uygun olarak, bu çalışma için yalnızca çeviri amacıyla OpenAI (2023) yapay zeka aracı kullanılmıştır.

## NOTLAR

Bu makale, Nesrin SAVAŞ'ın Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Deniz KARAGÖZ'ün danışmanlığında tamamladığı 'Yemek Paylaşım Platformları Deneyim Uzantıları, Birlikte Yaratım Deneyim Değeri, Unutulmaz Deneyim, Tatmin ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi' başlıklı doktora tezine dayanmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Alfakhri, D., Harness, D., Nicholson, J., & Harness, T. (2018). The role of aesthetics and design in hotelscape: A phenomenological investigation of cosmopolitan consumers. *Journal of Business Research*, 85, 523-531.
- Ariffin, A. A. M. (2013). Generic dimensionality of hospitality in the hotel industry: A host-guest relationship perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 171-179.
- Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). A Preliminary Study on Customer Expectations of Hotel Hospitality: Influences of Personal and Hotel Factors. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 191-198.
- Atsız, O., Cifci, I., & Law, R. (2021). Understanding food experience in sharing-economy platforms: insights from Eatwith and Withlocals. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-26.
- Atsız, O., Cifci, I., & Rasoolimanesh, S. M. (2022). Exploring the components of meal-sharing experiences with local foods: A netnography approach. *Current Issues in Tourism*, 25(6), 919-936.
- Awan, M. I., Shamim, A., & Saleem, M. S. (2021, November). Re-interpreting 'luxury hospitality' through experience, customer satisfaction, and customer well-being. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 783-804). Cham: Springer International Publishing.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *The Journal of Marketing*, Vol. 56(2): 57-71.

- Savaş, N., & Karagöz, D. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 67–83
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466-475.
- Bucak, T., & Aracı, Ü. E. (2013). Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216.
- Chen, Z. (2022). Visualizing experiencescape—from the art of intangible cultural heritage. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 559-578.
- Chen, Z., Suntikul, W., & King, B. (2020). Constructing an intangible cultural heritage experiencescape: The case of the Feast of the Drunken Dragon (Macau). *Tourism Management Perspectives*, 34, 100659.
- Cheng, T. M., & Chen, M. T. (2023). Creative atmosphere in creative tourism destinations: Conceptualizing and scale development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(3), 590-615.
- Cifci, I., Kahraman, O. C., Tiwari, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2023). Demystifying meal-sharing experiences through a combination of PLS-SEM and fsQCA. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32(7), 843-869.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological bulletin*, 110(1), 109.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- Engeset, M. G., & Elvekrok, I. (2015). Authentic concepts: Effects on tourist satisfaction. *Journal of Travel Research*, 54(4), 456-466.
- Felländer, A., Ingram, C., & Teigland, R. (2015). Sharing economy. In *Embracing Change with Caution. Näringspolitiskt Forum Rapport* (Vol. 11).
- Fossgard K and Fredman P (2019) Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: an explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* 28: 100219.
- Gaikwad, S. V., Chaugule, A., & Patil, P. (2014). Text mining methods and techniques. *International Journal of Computer Applications*, 85(17).
- Gregorash, B. J. (2018). Understanding authenticity within gastronomic experiences. In *Authenticity & tourism* (Vol. 24, pp. 145-163). Emerald Publishing Limited.
- Hall, C. M. (2008). Servicescapes, designscales, branding, and the creation of place-identity: south of Litchfield, Christchurch. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), 233-250.
- Hart, M., & Dagevos, M. (2017). Sociaal ondernemen in het sociale domein is lastiger dan het lijkt. Retrieved from <https://www.socialevraagstukken.nl/sociaal-ondernemen-in-het-sociaal-domein-is-lastiger-dan-het-lijkt>
- Heo, Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of tourism Research*, 58, 166-170.
- Holbrook MB. 1994. The nature of consumer value. In *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Rust RT, Oliver RL (eds). Sage Publications: Newbury Park, CA; 21–71
- Hwang, J., & Seo, S. (2016). A critical review of research on customer experience management: Theoretical, methodological and cultural perspectives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(10), 2218-2246.
- Ji, C., & Yan, L. (2023). The experiencescape of integrated resorts in Macao: Scale development and validation. *Journal of Vacation Marketing*, 13567667231206694.
- Johnstone, M. L. (2012). The servicescape: The social dimensions of place. *Journal of Marketing Management*, 28(11-12), 1399-1418.
- Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 34(2), 316-340
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (1999). Consumer research in the restaurant environment, Part 1: A conceptual model of dining satisfaction and return patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(5), 205-222.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49(4): 48-64.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Lin, P. M. (2021). Dining in the sharing economy: a comparison of private social dining and restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lin, H., Shi, S., & Gursoy, D. (2022). Destination experiencescape: conceptualization and scale development amid COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 25(24), 4047-4074.
- McGrath, M. A., & Otnes, C. (1995). Unacquainted influencers: when strangers interact in the retail setting. *Journal of Business Research*, 32(3), 261-272.

- Savaş, N., & Karagöz, D. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 67–83
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). A verbal measure of information rate for studies in environmental psychology. *Environment and Behavior*, 6(2), 233.
- Mei, X. Y., Hågensen, A. M. S., & Kristiansen, H. S. (2020). Storytelling through experiencescape: Creating unique stories and extraordinary experiences in farm tourism. *Tourism and Hospitality Research*, 20(1), 93-104.
- Mody, M. A., Suess, C., & Lehto, X. (2017). The accommodation experiencescape: a comparative assessment of hotels and Airbnb. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2377-2404.
- Mody M, Suess C and Lehto X (2019a) Going back to its roots: can hospitableness provide hotels competitive advantage over the sharing economy? *International Journal of Hospitality Management* 76: 286–298.
- Mody M, Suess C and Lehto X (2019b) Using segmentation to compete in the age of the sharing economy: testing a core-periphery framework. *International Journal of Hospitality Management* 78: 199–213.
- Mossberg L (2007) A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(1): 59–74.
- Mossberg, L., & Eide, D. (2018). Storytelling and meal experience concepts. In *Nordic Food Transitions* (pp. 84-99). Routledge.
- Namkung, Y., & Jang, S. (2007). Does food quality really matter in restaurants? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 31(3), 387–409.
- O'Dell, T. (2007). Tourist experiences and academic junctures. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 34–45.
- OpenAI. (2023). ChatGPT (GPT-4) model. October 2023 update. Retrieved August 3, 2024, from [https://chatgpt.com/].
- Paulauskaite, D., Powell, R., Coca-Stefaniak, J. A., & Morrison, A. M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International journal of tourism research*, 19(6), 619-628.
- Park, E., & Widyanta, A. (2022). Food tourism experience and changing destination foodscape: An exploratory study of an emerging food destination. *Tourism Management Perspectives*, 42, 100964.
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (1998). "Welcome to the Experience Economy". *Harvard Business Review*, 97-105.
- Piramanayagam, S., Sud, S., & Pratim Seal, P. P. (2020). Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention. *Anatolia*, 31(2), 316–330.
- Pizam A and Tasci A (2019) Experiencescape: expanding the concept of servicescape with a multistakeholder and multi-disciplinary approach (invited paper for 'luminaries' special issue). *International Journal of Hospitality Management* 76: 25–37.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of interactive marketing*, 18(3), 5-14.
- Prebensen, N. K., Vittersø, J., & Dahl, T. I. (2013). Value co-creation significance of tourist resources. *Annals of tourism Research*, 42, 240-261.
- Privitera, D. (2016). Describing the collaborative economy: Forms of food sharing initiatives. In *Economic Science for Rural Development Conference Proceedings* (Vol. 43, No. 43, pp. 92-98).
- Puram, P., & Gurumurthy, A. (2023). Sharing economy in the food sector: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 229-244.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business & Information Systems Engineering*, 58, 93-99.
- Radic, A., Lück, M., Al-Ansi, A., Chua, B. L., Seeler, S., & Han, H. (2021). Cruise ship dining experiencescape: The perspective of female cruise travelers in the midst of the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102923.
- Ramkissoon, H., & Uysal, M. S. (2011). The effects of perceived authenticity, information search behaviour, motivation and destination imagery on cultural behavioural intentions of tourists. *Current Issues in Tourism*, 14(6), 537-562
- Sole, D., & Wilson, D. G. (2002). Storytelling in organizations: The power and traps of using stories to share knowledge in organizations. *LILA, Harvard, Graduate School of Education*, 9(1), 1-12.
- Sotiriadis, M. D., & Nduna, L. T. (2019). Digital platforms for collaborative gastronomy. In *The Routledge handbook of gastronomic tourism* (pp. 302-311). Routledge.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- Sulek, J. M., & Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: the case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235–247.
- Tsai, C. T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548.

- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence. *Journal of business research*, 49(2), 193-211.
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of travel Research*, 55(8), 1022-1040.
- Van Laer, T., De Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014). The extended transportation-imagery model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation. *Journal of Consumer research*, 40(5), 797-817.
- Veen, E. J., & Dagevos, M. (2019). Diversifying economic practices in meal sharing and community gardening. *Urban Agriculture & Regional Food Systems*, 4(1), 1-10.
- Williams, E. N., & Morrow, S. L. (2009). Achieving Trustworthiness in Qualitative Research: A Pan-Paradigmatic Perspective, *Psychotherapy Research*, 19 (4-5): 576- 582.
- Zurek, K. (2016). Food sharing in Europe: Between regulating risks and the risks of regulating. *Special Issue on The Risks and Opportunities of the Sharing Economy*, 4, 675–687.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

The development of digital technologies and social media has led to the rapid growth of the sharing economy, significantly impacting accommodation, transportation, and meal experiences in the tourism industry (Puschmann & Alt, 2016; Heo, 2016). In this context, one of the popular trends that stands out in tourists' "meal" experiences during their travels is meal-sharing platforms. These platforms allow tourists to go beyond their daily eating habits and taste authentic local dishes prepared and served by hosts (Zurek, 2016). Through these platforms, hosts actively engage with tourists by organizing various activities such as shopping together, cooking, dining, and arranging food and wine tours, aiming to attract tourists to their authentic experiences and ensure their active participation (Sotiriadis & Nduna, 2019). The success of these efforts requires a comprehensive understanding of the tangible and intangible factors that influence the formation of tourist experiences and encompass these experiences, in other words, the experiencescapes (Mossberg, 2007).

Tourism researchers have been exploring experiencescapes in various consumption contexts (Mossberg, 2007; Pizam & Tasci, 2019; Chen et al., 2020; Kandampully et al., 2023). With the rapid growth of the sharing economy in the tourism sector and its increasing adoption by tourists, research on experiencescapes has shifted towards this field. In recent years, researchers have begun examining experiencescapes in the context of sharing economy platforms (Mody et al., 2017; Mody et al., 2019a; Lin, 2021). However, it appears that research on experiencescapes within the sharing economy has largely focused on the accommodation sector (Mody et al., 2019a; Mody et al., 2019b). This highlights a significant knowledge gap concerning the impact of meal-sharing experiencescapes on tourist behaviors and the contributions of these platforms to the tourism industry.

In this regard, the purpose of this study is to address the existing knowledge gap concerning experiencescapes in the context of meal-sharing platforms and to explore the experiencescapes of meal-sharing activities hosted in local homes. The research aims to delve into meal-sharing experiencescapes and provide in-depth insights into these dynamics. Examining the dimensions of experiencescapes that shape tourists' experiences in such platforms can play a crucial role in creating and managing positive and memorable experiences for tourists. In this context, exploring the experiencescapes of meal-sharing experiences will not only fill the theoretical knowledge gap in the field but also enable the development of practical strategies for designing and managing such experiences.

### **Method**

The research data was obtained from user-generated content related to meal-sharing experiences on the Eatwith platform in Istanbul, Rome, and Paris. In the research, 3389 user content on the platform was collected between July 1 - July 15, 2023, and 2839 content was evaluated for analysis.

In the first phase of the research, a text preprocessing process was carried out to transform the unstructured textual data into a structured format. Word frequency analysis and co-occurrence analysis were applied to the structured texts. Based on the results of these analyses, the components of the experiencescapes of meal-sharing platforms were identified. In the second phase of the research, content analysis was applied to user-generated content to obtain in-depth and multifaceted results. The data were analyzed using line-by-line coding (or open coding), axial coding, and selective coding, as proposed by Strauss and Corbin (1990). The analysis process was conducted using the Maxqda 22 software.

**Findings**

The primary objective of this research is to explore the meal-sharing experiencescapes that enhance and shape tourists' meal-sharing experiences. Within this scope, the study identifies the components of meal-sharing experiencescapes as hospitality, authenticity, food quality, interaction, atmosphere, storytelling, personalization, and co-creation. In the context of the meal sharing experience, it was also determined that hospitality, food quality and interaction are the key components surrounding the meal sharing experience.

**Conclusion**

This research, as one of the first studies to address the experiencescapes of meal-sharing platforms, makes significant contributions to the existing literature. In this context, the study expands theoretical conceptualizations in the framework of meal-sharing platforms, enabling a better understanding of the meal-sharing experience. Additionally, the research findings explore the experiencescapes of meal-sharing platforms and assist experience providers (hosts) in the meal-sharing economy in improving their services and developing strategies to enhance guest satisfaction.

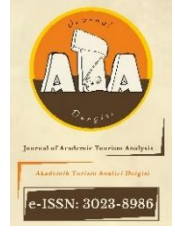
To the best of the authors' knowledge, no prior study has examined the components of personalization and co-creation together in the context of meal-sharing experiences. Therefore, these components are considered the most significant findings of this study and represent an important contribution to the current research agenda. The dimensions of food quality and interaction identified in this study align with the findings of Björk and Kauppinen-Räsänen's (2019) research on destination foodscapes. Participants indicated that interacting with other tourists or hosts created a memorable meal-sharing experience for them. Previous research have also indicated that even in the absence of direct interaction with other tourists or hosts, the shared space and the presence of others in that space can positively influence the experience (Lin et al., 2022).



# Journal of Academic Tourism Analysis

## Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



### Culture of Fast Food and Consumption Habits: Changing Eating Practices in Modern Society

#### Hazır Yemek Kültürü ve Tüketim Alışkanlıkları: Modern Toplumun Değişen Beslenme Pratikleri

Arif AKBAŞ<sup>1,\*</sup>

#### ARTICLE INFO

Research Article

Article history:

Received : August 19, 2024  
Revised : December 20, 2024  
Accepted : December 23, 2024  
Available : December 31, 2024

Keywords:

Food Sociology  
Nutrition Sociology  
Diet  
Obesity  
Food Culture

#### ABSTRACT

This article focuses on examining the global “fast food” eating habits from a sociological perspective. The research explores various impacts of fast food culture on society and addresses the sociological dimensions of this popular eating trend. A qualitative descriptive method combined with a sociological analysis approach has been adopted in this study. Fast food, with its rapid service and low cost, has reached large audiences and become a cultural phenomenon. The societal impacts of this dietary trend are diverse. Firstly, the rise in fast food consumption has led to significant changes in eating habits. The quick preparation and consumption process has influenced traditional food culture, reshaping societal eating behaviors. Furthermore, the widespread proliferation of fast food restaurants has also brought about changes in operational systems and workforce dynamics. The article also focuses on the health impacts of fast food. Fast food consumption has been associated with obesity and various health issues, making it a significant concern for public health. This study provides a framework for understanding the profound effects of fast food culture on society. From eating habits to the business world, fast food has had a wide range of effects, significantly influencing the structural dynamics of society. The culture of fast food aligns with the accelerated lifestyles of modern society, substantially altering eating behaviors. Particularly, the demands of a hectic work pace and limited time have driven individuals toward quicker or more practical meal options.

#### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 19 Ağustos 2024  
Düzeltilme : 20 Aralık 2024  
Kabul : 23 Aralık 2024  
Yayımlanma : 31 Aralık 2024

Anahtar Kelimeler:

Yemek Sosyolojisi  
Beslenme Sosyolojisi  
Diyet  
Obezite  
Yemek Kültürü

#### ÖZ

Bu makalede, dünyadaki hazır yemek beslenme alışkanlığının sosyolojik bir perspektiften incelenmesine odaklanılmaktadır. Araştırma, hazır yemek kültürünün toplum üzerindeki çeşitli etkilerini incelemekte ve bu popüler beslenme biçiminin sosyolojik boyutlarını ele almaktadır. Makalede, nitel betimleyici yöntem ile sosyolojik çözümleme yaklaşımı tercih edilmiştir. Hazır yemek, hızlı servis ve düşük maliyeti ile geniş kitlelere ulaşmış, kültürel bir olgu haline gelmiştir. Bu beslenme biçiminin toplum üzerindeki etkileri çeşitlidir. Öncelikle, hazır yemek tüketiminin artmasıyla birlikte beslenme alışkanlıklarında önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Hızlı hazırlık ve tüketim süreci, geleneksel yemek kültürünü etkileyerek toplumun beslenme alışkanlıklarını şekillendirmiştir. Ayrıca, hazır yemek restoranlarının yaygınlaşmasıyla birlikte işleyiş biçimi ve iş gücü düzeninde de değişiklikler görülmüştür. Makale aynı zamanda hazır yemeğin sağlık üzerindeki etkilerine de odaklanmaktadır. Hazır yemek tüketimi, obezite ve çeşitli sağlık sorunlarıyla ilişkilendirilmiştir. Bu, toplum sağlığı üzerinde önemli bir endişe kaynağıdır. Bu çalışma, hazır yemek kültürünün toplum üzerindeki derin etkilerini anlamak için bir çerçeve sunmaktadır. Beslenme alışkanlıklarından iş dünyasına kadar geniş bir yelpazede etkilere sahip olan hazır yemek kültürü, toplumun yapısal dinamiklerini önemli ölçüde etkilemiştir. Hazır yemek kültürü, modern toplumun hızlanan yaşam tarzlarına uyum sağlamış ve beslenme alışkanlıklarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Özellikle yoğun iş temposu ve zamanın kıtlığı, bireyleri daha hızlı ya da pratik yemek seçeneklerine yöneltmiştir.

## 1. GİRİŞ

Yemek sosyolojisi, sosyoloji disiplini içinde yer alan bir alt dal olarak insanların yemekle ilgili davranışlarını, kültürel pratiklerini, beslenme alışkanlıklarını, sembollerini ve sosyal etkileşimlerini inceleyen bir alandır (Holm, 2013, s. 324). Yemek sosyolojisi, beslenme ve yemek kültürü ile ilgili sosyal dinamikleri anlamaya odaklanır. Yemek sosyolojisi, farklı kültürlerin beslenme alışkanlıklarını inceleyerek insanların yemek seçimlerini, hazırlama yöntemlerini ve tüketim ritüellerini anlamaya çalışır. Yemek, sosyal sınıf ve statü ile ilişkilidir (Palma vd., 2017, s.

Lect., Sivas Cumhuriyet University, Yıldızeli Vocational School, Department of Marketing and Advertising, Sivas, TÜRKİYE

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Yıldızeli Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Sivas, TÜRKİYE

\* Corresponding author  
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.  
ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

ORCID 0000-0002-8480-4350



aakbas@cumhuriyet.edu.tr



10.5281/zenodo.14582841

238). Hangi yiyecekleri tükettiğimiz, nerede yemek yediğimiz ve nasıl yemek hazırladığımız, sosyal sınıfımızla ve statümüzle bağlantılıdır. Yemek, bireylerin ve grupların kimlik oluşturmada önemli bir rol oynar. İnsanlar, yemek yoluyla kültürel bağlantılarını ifade edebilir ve grup kimliğini pekiştirebilirler. Carolan'a göre, yemek birçok kültürde ritüel ve törenlerle ilişkilidir. Özel günlerde veya topluluk etkinliklerinde paylaşılan yemekler, sosyal bağları güçlendirebilir. Medyanın etkisi altında, yemek kültürü ve yemek trendleri değişebilir. Televizyon programları, sosyal medya ve diğer iletişim araçları yemekle ilgili algıları şekillendirebilir. Hızlı tüketim kültürü, hazır yemek zincirlerinin yaygınlaşmasıyla, beslenme alışkanlıklarını ve toplumsal etkileşimleri etkileyen önemli bir konudur. Yemek sosyolojisi, sürdürülebilir beslenme konularını da ele alır. Gıda üretimi, tüketimi ve atıkların yönetimi konularında sosyal etkileri değerlendirir. Yemek sosyolojisi, sosyal ve kültürel bağlamda yeme alışkanlıkları ile beslenme konularını ele alarak insanların yemekle olan ilişkilerini anlamak için çeşitli perspektifler sunar. Bu alandaki araştırmalar, beslenme ve yemek kültürünün toplumsal yapılar üzerindeki etkilerini daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir (Carolan, 2016, s. 33).

Gıda sosyolojisi, gıda ve beslenme konularını sosyolojik bir perspektiften inceleyen bir araştırma alanıdır (Scanlan, 2003, s. 88). Bu disiplin, insanların beslenme alışkanlıklarını, yeme davranışlarını, gıda üretimini, dağıtımını ve tüketimini, kültürel sosyal bağlamı içinde ele alır. Gıda sosyolojisi, farklı kültürlerin beslenme alışkanlıklarını ve yemek kültürlerini inceleyerek bunların nasıl şekillendiğini ya da kültürel bağlam içinde nasıl anlam kazandığını anlamaya çalışır (Aktaş-Polat & Polat, 2020, s. 278-279). Gıda sosyolojisi, beslenme eşitsizliği ve sosyal adaletsizlik konularına odaklanır. Toplumlar da beslenme kaynaklarına ve sağlıklı beslenmeye eşit erişim sağlamak için yapılan çabaları inceleyerek sosyal adalet konularını ele alır (Hinrichs, 2010, s. 1-12). Gıda endüstrisinin yapılanması, büyüklüğü ve işleyişi, gıda sosyolojisinin bir diğer önemli konusudur. Tarım politikaları, endüstriyel tarımın etkileri, gıda güvenliği ve sürdürülebilir tarım konuları bu çerçevede incelenir. Gıda, sosyal etkileşimlerde ve ritüellerde önemli bir rol oynar. Özel günlerde, aile toplantılarında veya topluluk etkinliklerinde paylaşılan yemekler, sosyal bağları güçlendirebilir. Ayrıca, belirli yiyeceklerin sembolik anlamları da incelenir. Gıda, bireylerin ve grupların kimlik oluşturmada önemli bir unsurdur (Murcott, 2005, s. 49). İnsanlar, gıda tercihleri ve yeme alışkanlıkları aracılığıyla kültürel, etnik yahut toplumsal kimliklerini ifade edebilirler. Küreselleşme, farklı kültürler arasında beslenme alışkanlıklarını, yemek tariflerini ve gıda kültürlerini etkiler. Hazır yemek kültürü gibi küresel gıda eğilimleri de gıda sosyolojisinin ilgi alanına girer. Germov'a göre gıda sosyolojisi, cinsiyet rolleri ve ilişkileri bağlamında beslenme alışkanlıklarını ve yeme davranışlarını inceleyebilir. Toplumlar da cinsiyet rollerinin yemek hazırlama, tüketme ve paylaşma üzerindeki etkileri ele alınır. Gıda sosyolojisi, beslenme ve gıda ile ilgili konuları toplumsal, kültürel ve ekonomik bağlamı içinde anlamak için geniş bir perspektif sunar. Bu disiplin, beslenmeyle ilgili sorunları anlamak ve çözmek için multidisipliner bir yaklaşım benimser (Germov, 2016, s. 4-10).

Beslenme sosyolojisi, sosyoloji disiplini içinde yer alan ve beslenme ile toplumsal, kültürel ya da ekonomik faktörler arasındaki ilişkileri inceleyen bir alt alandır. Bu alan, beslenme alışkanlıklarının, gıda tüketimini etkileyen sosyal dinamiklerin ve beslenmeyle ilgili toplumsal yapıların anlaşılması üzerine odaklanır (Bartiaux & Salmón, 2014, s. 204). İnsanların beslenme alışkanlıkları, sosyal sınıfla yakından ilişkilidir. Ekonomik durum, eğitim seviyesi ve sosyal statü gibi faktörler, bireylerin gıda tercihlerini, beslenme alışkanlıklarını, beslenme bilincini etkiler. Beslenme sosyolojisi, farklı kültürlerdeki beslenme alışkanlıklarını ve yemek kültürlerini inceler. Gıda tüketimi, belirli toplumlarda sembolik anlamlar taşıyabilir ve kültürel kimliği şekillendirebilir. İdeolojik faktörler, beslenme alışkanlıklarını ve gıda tüketimini etkileyebilir (Wang, Worsley & Cunningham, 2009, s. 288). İnsanların politik, dini veya etik inançları, beslenme tercihlerini belirleyebilir. Cinsiyet rolleri, gıda hazırlama, tüketme ve paylaşma gibi beslenme ile ilgili aktiviteler üzerinde etkilidir. Toplumların cinsiyet normları, bireylerin beslenme davranışlarını etkiler (Spencer, Rehman & Kirk, 2015, s. 1-10). Beslenme sosyolojisi, beslenme eşitsizliği konusuna odaklanır. Bu, toplum içindeki bireyler veya gruplar arasında besin erişimi ve beslenme durumu açısından meydana gelen eşitsizlikleri ifade eder (Allcott vd., 2019, s. 1793). Ward'ın tespitince, medya, beslenme ve gıda ile ilgili algıları şekillendirir. Reklamlar, televizyon programları ve sosyal medya, beslenme tercihleri üzerinde etkili olabilir. Beslenme sosyolojisi, gıda sisteminin sürdürülebilirliği konusunu da ele alır. Tarım politikaları, gıda üretimi ve tüketimi, çevresel etkiler ya da sürdürülebilirlikle ilgili konular bu bağlamda incelenir. Beslenme sosyolojisi, beslenme ve gıda ile ilgili konuları sosyal bilimler perspektifinden değerlendirerek insanların beslenme tercihlerini ve davranışlarını çeşitli toplumsal, kültürel ya da ekonomik faktörlerle ilişkilendirir. Bu sayede beslenme ve gıda politikalarının toplum üzerindeki etkilerini anlamak ve toplumsal açıdan etkili çözümler üretmek mümkün olabilir (Ward, 2010, s. 347-351).

Yemek ve yeme, sadece biyolojik bir ihtiyaç değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik bağlamı içinde şekillenen karmaşık bir deneyimdir. Beslenme, bireylerin ve toplumların yaşam biçimini, kimliğini, sosyal ilişkilerini ve günlük ritüellerini etkileyen önemli bir sosyal olgudur (McIntosh, 1996, s. 9-10). Beslenme alışkanlıkları, sosyal sınıf ve ekonomik durumla sıkı bir bağ içindedir. Farklı sosyal sınıflara mensup bireylerin beslenme tercihleri, gıda erişimleri ve tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkilerini anlamak, sosyal eşitsizlikleri değerlendirmek açısından önemlidir. Her kültürün kendine özgü bir mutfak kültürü vardır. Geleneksel yemekler, yemek hazırlama yöntemleri, yeme alışkanlıkları bir toplumun değerlerini ve kimliğini yansıtarak kültürün



devamlılığını sağlar (Montanari, 2006, s. 3). Yemek, kültürün taşınabilir bir sembolüdür. Toplumsal cinsiyet rolleri, beslenme alışkanlıkları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Geleneksel olarak belirlenen cinsiyet rolleri, yemek hazırlama, paylaşma ve tüketme süreçlerinde bireyler arasında farklılıklara neden olabilir. Medya, beslenme alışkanlıklarını şekillendiren önemli bir araçtır. Televizyon programları, yemek blogları ve sosyal medya platformları, gıda ve yeme konusundaki algıları etkileyerek kültürel değişimlere yol açabilir (Binder, Naderer & Matthes, 2021, s. 1-11). Murcott'a göre, gıda üretimi ve tüketimi, çevresel sürdürülebilirlikle doğrudan ilişkilidir. Tarım yöntemleri, gıda atıkları ve tüketim alışkanlıkları, çevresel etkiler açısından sosyal sorumluluk gerektiren bir konu olarak ön plana çıkar. Yemek ve yeme, bireylerin ve toplumların sosyal dokusunu şekillendiren karmaşık bir olgudur. Beslenme alışkanlıkları, sadece biyolojik bir gereksinim değil, aynı zamanda kültürel mirasın, toplumsal normların ve bireyler arası etkileşimlerin de yansımasıdır. Beslenme alışkanlıklarının sosyal, kültürel ve ekonomik dinamikleri anlamak, toplumsal değişimlere ve daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunmamıza olanak sağlar (Murcott, 2019, s. 1-29).

Bu çalışmanın konusu, hızlı yemek kültürünün modern toplum üzerindeki etkilerini ve bu kültürün bireylerin tüketim alışkanlıklarını nasıl dönüştürdüğünü incelemektedir. Hazır yemek, artan şehirleşme, hızlanan yaşam tarzı ve küreselleşmenin etkisiyle beslenme pratiklerinin nasıl şekillendiğini ortaya koyar. Çalışmanın amacı, bu yeni beslenme biçiminin bireysel ve toplumsal sağlık, sosyal ilişkiler ve ekonomik yapılar üzerindeki etkilerini analiz etmektir. Aynı zamanda hızlı yemek kültürünün, geleneksel yemek alışkanlıklarıyla karşılaştırıldığında, modern toplumdaki statü, kimlik ve sınıf farklarını nasıl etkilediği de araştırılacaktır.

## 2. KURAM

Bu makale, sosyolojik bir bakış açısıyla hazır yemek tüketiminin toplumsal etkilerini incelemekte ve yemek sosyolojisinin nesnel tarihsel ve yorumlayıcı yöntemini kullanarak derinlemesine bir analiz sunmaktadır. Yemek sosyolojisi, yiyeceklerin ve yeme davranışlarının sosyal yapı ile kültürel kimlik üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik disiplinler arası bir alandır. Nesnel tarihsel yöntem, hızlı yemek kültürünün gelişimini, yayılmasını ve tarihsel bağlamda toplum üzerindeki etkilerini tarafsız bir şekilde incelemeyi amaçlar. Bu yöntem, hazır yemek kültürünün ortaya çıkış sürecini, ekonomik ve toplumsal koşullarını, küreselleşme sürecindeki rolünü analiz eder. Bununla birlikte, yorumlayıcı yöntem, bireylerin ve toplumların hazır yemek tüketimine dair algılarını, bu tüketimin günlük yaşam üzerindeki etkilerini yahut yeme alışkanlıklarındaki dönüşümü anlamaya odaklanır. Yorumlayıcı yöntem, toplumsal yapıları şekillendiren kültürel ve sembolik anlamları çözümlenmeyi amaçlar. Bu yaklaşımlar bir araya getirilerek, hazır yemeğin bireyler arasındaki sosyal ilişkileri nasıl dönüştürdüğü, toplumsal sınıf ve statü farklarına nasıl etki ettiği, modern toplumlarda beslenme pratiklerinin değişiminde oynadığı rol kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. Çalışma, hazır yemek tüketiminin toplumsal yapılar ve kültürel anlamlar üzerindeki çok yönlü etkilerini aydınlatmayı amaçlar. Türkiye’de bu konu; “Yemek sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış” (Beşirli, 2012, s. 184), “Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı” (Sağır, 2012, s. 2675-2695) “Yemek Sosyolojisi Kapsamında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Türkiye Örneği” (Akyürek, Özdemir & Kutukız, 2022) “Yemek sosyolojisi bağlamında üniversite öğrencilerinin yemek yeme alışkanlıklarının değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği” (Gültekin, 2019, s. 5-7) vb. tarafından incelenmiştir.

## 3. YÖNTEM

Bu çalışmada, hızlı yemek kültürünün toplumsal etkilerini incelemek amacıyla literatür taraması ve doküman analizi yöntemleri bir arada kullanılmıştır (Yang & Tate, 2018, s. 37-39). Literatür taraması, yemek sosyolojisi alanındaki araştırmaların sistematik olarak taranmasını ve hızlı yemek kültürüne dair tarihsel, ekonomik, sosyal ve kültürel perspektiflerden elde edilen verilerin derlenmesini hedeflemektedir. Bu yöntem sayesinde, hazır yemek tüketiminin toplumsal yapı, kimlik ve ilişkiler üzerindeki etkilerini ele alan önceki çalışmalar karşılaştırmalı bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Doküman analizi, hızlı yemek kültürüne dair tarihsel çalışmalar, hükümet politikaları, endüstri raporları, akademik makaleler ve popüler kültür temsillerinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Belgeler, hazır yemeğin yayılma süreci, sosyo-ekonomik etkileri ve tüketim alışkanlıklarındaki değişimleri anlamaya yönelik bir kaynak olarak kullanılmıştır. Özellikle hızlı yemek endüstrisinin gelişimini ve toplumun farklı kesimleri üzerindeki etkilerini gösterebilecek tarihsel belgeler öncelikli olarak incelenmiştir. Makale, bu iki yöntemi birleştirerek, hem mevcut literatürdeki bilgileri derinleştirip güncel bir çerçeve sunmayı hem de doküman analizi yoluyla hızlı yemek akımının toplumsal yansımalarını daha somut örneklerle desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

## 4. HIZLI YEMEK KÜLTÜRÜNÜN TOPLUMSAL, EKONOMİK VE KÜLTÜREL ETKİLERİ

Ekonomik açıdan bakıldığında, hazır yemek endüstrisi büyük ölçüde düşük gelirli bireyleri hedef alır (Freeman, 2007, s. 2221). Bu durum, toplum içinde gelir eşitsizliğini derinleştirebilir ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarının yayılmasına neden olabilir. Hazır yemeğin geniş tüketimi, obezite ve obezite ile ilişkili sağlık sorunlarının artması sonucunu doğurabilir. Ayrıca, hazır yemek zincirlerinin küresel yayılması, kültürel homojenleşmeye ve kültürler arası etkileşimin azalmasına yol açabilir. Hazır yemek kültürü, yoğun iş temposu içinde



yaşayan bireyler için hızlı bir beslenme alternatifi sunar. Bu, modern yaşamın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtır ve yemek için harcanan zamanı azaltır. Hazır yemek, küresel bir olgudur (Miller, 2014, s. 249). Birçok ülkede popülerdir ve yerel kültürlerin ötesine geçmiştir. Bu, kültürel değişim ve etkileşimi teşvik ederken aynı zamanda homojenleşme ile standartlaşma endişelerine neden olabilir.

Hazır yemek, genellikle yüksek kalorili, yağlı ve şekerli yiyecekler içerir. Bu, obezite, diyabet ve diğer sağlık sorunlarına katkıda bulunabilir. Hazır yemek tüketimi ile sağlık arasındaki ilişki, sosyal ve tıbbi araştırmaların odak noktası olmuştur. Hazır yemek zincirleri, genellikle agresif reklam ve pazarlama stratejileri kullanır (Bankole vd., 2023, s. 670-680). Bu stratejiler, özellikle çocukları hedef alarak, tüketimi teşvik eder ve marka sadakatini artırır. Hazır yemek endüstrisi, büyük miktarda ambalaj atığı ve kaynak kullanımına bağlı olarak çevresel etkilere neden olabilir. Ambalaj malzemelerinin geri dönüşümü ve sürdürülebilirlik çabaları, bu endüstrinin çevresel etkilerini azaltmaya yönelik çözümler arasındadır. Hazır yemek restoranları, genellikle düşük ücretli işler sağlar. Genellikle gençler için ilk iş deneyimi veya düşük gelirli bireyler için ek gelir kaynağı sağlar. Ancak bu işler çoğunlukla düşük ücret ve sınırlı faydalarla ilişkilendirilir. Hazır yemeğin yaygınlaşmasıyla, geleneksel yemek kültürleri ve ev yemekleri gibi daha yavaş, özenli pişirme yöntemleri ile yemek deneyimleri gerileme riski altındadır. Bu, toplumların yemek kültürleri ve yeme alışkanlıklarının değişimine yol açabilir. Bulgular, hazır yemeğin topluma olan geniş etkilerini anlamamıza yardımcı olurken aynı zamanda alanda yapılacak daha fazla araştırmanın ve politika müdahalelerinin önemini vurgular.

Hızlı yemek kültürü, modern toplumların ekonomik, toplumsal ve kültürel dinamiklerini derinden etkileyen küresel bir olgu. Ekonomik açıdan, hazır yemek endüstrisi düşük maliyetli ve kolay erişilebilir besinler sunarak özellikle düşük gelirli bireyleri hedef alır. Ancak bu durum, gelir eşitsizliğini artırabilir ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarının yaygınlaşmasına neden olabilir. Obezite, diyabet ve diğer sağlık sorunları, hazır yemek tüketiminin kaçınılmaz sonuçlarıdır. Toplumsal olarak hazır yemek kültürü, yoğun iş temposu içinde zaman baskısı altında yaşayan bireyler için hızla beslenme ihtiyacını karşılayan bir alternatif olarak öne çıkar. Söz konusu hız, geleneksel yemek alışkanlıklarının ve aile içi yeme deneyimlerinin gerilemesine yol açarak sosyal ilişkilerde zayıflamaya neden olabilir. Kültürel boyutta, hazır yemek zincirlerinin küresel yayılımı, yerel mutfakların ve yemek kültürlerinin yerini alarak kültürel homojenleşmeye yol açabilir. Süreç, toplumlar arasında kültürel zenginlik ve çeşitliliğin azalmasına neden olur. Bununla birlikte hazır yemek, küresel bir olgu olarak sınırları aşan bir etkileşim yaratır ancak bu etkileşim genellikle standartlaşma ve tüketici alışkanlıklarını tek tipleştirme riskini taşır. Hızlı yemek kültürü, modern dünyanın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtsa da toplumların sağlık, çevre ve kültürel kimlikleri üzerinde kalıcı izler bırakmaktadır.

## 5. DEĞERLENDİRME VE ÇIKARIMLAR

Bir ülkede tüketilen hazır yemek, başka bir ülkede benzer bir menüyle sunulabilir, bu da yerel kültürlerin kaybolmasına neden olabilir. Nihayetinde, “Hazır Yemek Kültürü ve Tüketim Alışkanlıkları: Modern Toplumun Değişen Beslenme Pratikleri” başlıklı makalemizde hazır yemek tüketiminin toplum üzerindeki sosyolojik etkileri incelenmiştir. Bu etkiler, aile dinamikleri, ekonomik eşitsizlik, kültürel homojenleşme gibi alanlarda ortaya çıkan değişimleri içerir. Hazır yemeğin toplumsal etkilerini anlamak, daha sağlıklı ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarını teşvik etmek adına önemli bir adım olabilir. Hazır yemek kültürü, son yüzyılda dünya genelinde hızla yayılan ve derin etkiler bırakan bir olgu haline gelmiştir. Bu kültürün topluma olan etkileri, sosyolojik açıdan çözümlendiğinde, çeşitli boyutlarda incelenmelidir. Makalede, hazır yemeğin topluma etkilerini değerlendirirken sağlık, kültürel değişim, çevresel etkiler, ekonomi ve toplumsal dinamikler gibi önemli unsurlar da ele alınmıştır.

Öncelikle, hazır yemeğin sağlık üzerindeki etkileri tartışılmalıdır. Hazır yemeğin genellikle yüksek yağ ve şeker içeriğine sahip olması, obezite, diyabet ya da diğer sağlık sorunlarına katkıda bulunabilir. Bu durum, tüketim alışkanlıklarının sağlık üzerindeki etkileri konusunda daha geniş bir kamuoyu bilinci ve eğitimi gerektirir. Sonrasında, kültürel değişim üzerinde durulmalıdır. Hazır yemek kültürü, yerel yemek kültürlerinin yerini alabilir veya değiştirebilir. Bu, yerel tatların ve yemek geleneklerinin kaybolmasına neden olabilir. Aynı zamanda, hazır yemeğin küresel bir olgu olması, kültürel homojenleşmeye ve standartlaşmaya yol açabilir. Ayrıca, hazır yemeğin çevresel etkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Ambalaj atığı, kaynak kullanımı ve karbon ayak izi gibi konular, hazır yemek endüstrisinin çevresel etkilerini anlamak, azaltmak için önemli bir sorundur. Geri dönüşüm ve sürdürülebilirlik çabaları, bu endüstrinin çevresel ayak izini azaltmaya yönelik adımlar olabilir. Bunlara ek olarak, hazır yemeğin ekonomi üzerindeki etkileri üzerinde durulmalıdır. Hazır yemek zincirleri genellikle düşük ücretli işler sağlar ve gençler veya düşük gelirli bireyler için birinci iş deneyimi yahut ek gelir kaynağı olarak hizmet eder. Ancak, bu işlerin düşük ücret ve sınırlı faydaları olabilir, toplumsal eşitsizlikleri artırabilir. Son olarak, toplumsal dinamikler üzerindeki etkileri tartışılmalıdır. Hazır yemeğin yaygınlaşması, yeme alışkanlıklarını ve sosyal etkileşim şekillerini değiştirebilir. Ailelerin daha az zaman geçirdiği ve daha az sosyal etkileşimde bulunduğu bir ortam yaratabilir. Aynı zamanda, hazır yemeğin hızlı ve kolay tüketim özellikleri, modern yaşamın hızına uyum sağlama ihtiyacını yansıtabilir. Araştırma, hazır yemeğin topluma olan geniş ve derin etkilerini değerlendirmektedir. Etkileri anlamak; sağlık, kültürel çeşitlilik, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik eşitsizlik ve toplumsal dinamikler gibi çeşitli alanlarda

politika yapıcılar, işletmeler ile bireyler için önemlidir. Bu bağlamda, daha fazla araştırma yapılması ve bilinçlendirme çalışmalarının yürütülmesi gerekmektedir.

## 6. HAZIR YEMEK KÜLTÜRÜ VE TARİHİ

Hazır yemek kültürü, düşük fiyatlar, standartlaştırılmış menüler ve genellikle yemeklerin hızlı bir şekilde servis edildiği bir tüketim tarzını ifade eder. Bu kültür, 20. yüzyılın ortalarında özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış ve kısa sürede dünya geneline yayılmıştır. Hazır yemek kültürünün tarihi, ekonomik, kültürel ve sosyal değişimlerle sıkı bir şekilde ilişkilidir. Hazır yemek kültürü, II. Dünya Savaşı'nın ardından özellikle 1950'lerde Amerika'da hızla gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde askerî personelin büyük bir kısmının sivil hayata dönmesi, büyük ölçekli otomobil kullanımının yaygınlaşması ve şehirleşme gibi faktörler, hazır yemek endüstrisinin büyümesine zemin hazırlamıştır. McDonald's'ın, hazır yemek kültürünün simgelerinden biridir. 1950'lerde Ray Kroc, McDonald kardeşlerin sahip olduğu küçük bir hamburger restoranını satın alarak, standartlaştırılmış bir hızlı servis sistemi geliştirdi. McDonald's'ın başarısı, bu hızlı servis modelini benimseyen birçok diğer hazır yemek zincirinin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir (Wood, 2002, s. 871-880). 1960'lar ve sonrasında hazır yemek kültürü, küresel ölçekte yayılmaya başlamıştır. Amerikan hazır yemek zincirleri, dünya genelinde franchise sistemleri üzerinden yayılarak farklı kültürlerde benimsenmeye başlanmıştır. Bu durum, uluslararası gıda alışkanlıklarında ve tüketim kültürlerinde önemli değişimlere neden olmuştur. Son yıllarda, hazır yemek tüketiminin sağlık üzerindeki olumsuz etkileri ve obezite gibi sorunlar gündeme gelmiştir. Bu durum, hazır yemek endüstrisinin ürün çeşitliliğini genişletme ve daha sağlıklı seçenekler sunma çabalarına yol açmıştır. Günümüzde, hazır yemek endüstrisi sürdürülebilirlik ve çevresel sorumluluk gibi konulara daha fazla odaklanmaktadır. Birçok hazır yemek zinciri, daha sürdürülebilir ve yerel kaynaklara dayalı ürünler sunma çabalarına girişmiştir. Hazır yemek kültürü, tarih boyunca ekonomik değişimlere, toplumsal alışkanlıklara ve kültürel etkileşimlere duyarlı bir şekilde evrimleşmiştir. Gıda endüstrisindeki bu dönüşüm, hızlı yaşam tarzlarına uygun, ekonomik ve hızlı bir beslenme tarzının popülerleşmesine neden olmuştur. Ancak bu eğilim, sağlık ve çevresel konularla birlikte düşünüldüğünde, eleştiri ile değişim arayışlarına da yol açmıştır. Hazır yemek kültürü, günümüzde gıda endüstrisinin ve tüketim alışkanlıklarının önemli bir parçasını oluşturmaya devam etmektedir (Penfold, 2012, s. 279).

Hazır yemek endüstrisi, genellikle hızlı servis, standartlaştırılmış menüler ve düşük maliyetli ürünler sunarak müşterilere hızlı ve uygun fiyatlı bir yemek deneyimi sunan bir sektördür. Ancak bu endüstri, bir dizi avantaj ve dezavantaja sahiptir. Hazır yemek restoranları, müşterilere hızlı bir şekilde yemek servisi yapma avantajına sahiptir. Bu, yoğun bir yaşam tarzına sahip olan kişiler için çekici olabilir. Genellikle düşük maliyetli ürünler sunan hazır yemek zincirleri, ekonomik fiyatlarla geniş bir müşteri kitlesine hitap edebilir. Standartlaştırılmış menüler, sürekli ve tahmin edilebilir bir yemek kalitesi sağlar. Bu, müşterilerin herhangi bir konumda aynı deneyimi yaşamalarını sağlar. Birçok hazır yemek zinciri, dünya genelinde yaygın bir şekilde bulunmaktadır. Bu durum, küreselleşmiş toplumlarda geniş bir tüketici tabanına ulaşma olanağı sağlar (Chukwuemeka, 2018, s. 7-14). Hazır yemekler, yüksek kalorili, yağlı ve şekerli olabilir. Bu tür beslenme alışkanlıkları obezite, tip 2 diyabet ve diğer sağlık sorunlarına yol açabilir. Hazır yemek endüstrisi, büyük ölçüde hayvancılık ve tarım ürünleriyle ilişkilidir ve çevresel sorunlara neden olabilir. Büyük ölçekli hayvancılık su kirliliği, ormansızlaşma ve sera gazı emisyonları gibi çevresel sorunlara neden olabilir. Hazır yemek, düşük gelirli bölgelerde daha yaygın olabilir ve sağlıksız beslenmeye yol açabilir. Çoğunlukla beslenme eşitsizliğine ve sağlıksız toplumların oluşmasına neden olabilir. Hazır yemek endüstrisinde çalışanların genellikle düşük ücretlerle çalıştığı, düşük iş güvenliği ve sınırlı sosyal haklara sahip olduğu bildirilmektedir. Hazır yemek zincirleri, kültürel çeşitliliği azaltabilir ve dünya genelinde benzer menülerin yaygınlaşmasına neden olabilir. Geleneksel türdeki yerel mutfakları tehdit edebilir (Thornton, 2016, s. 1-9).

Sanayileşme öncesi eski dünyada, beslenme alışkanlıkları büyük ölçüde yerel iklim, coğrafya, kültür ve kaynaklara bağlı olarak değişiklik gösterirdi. Beslenme alışkanlıkları, tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yanı sıra doğal kaynaklara erişim imkânlarına dayanmaktaydı. Eski dünyada, temel besin kaynakları genellikle yerel kaynaklara dayanıyordu. Bu kaynaklar arasında tahıllar (buğday, arpa, çavdar), sebzeler, meyveler, balık ve et bulunuyordu. Beslenme, genellikle mevsimsel değişikliklere ve iklim şartlarına bağlı olarak çeşitlilik gösterirdi. Tarım, beslenme alışkanlıklarının temelini oluşturmaktaydı. Tahılların ekimi, hasatı ve depolanması, toplulukların hayatta kalma ve beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için temel bir faaliyetti. Hayvancılık, birçok toplum için önemli bir besin kaynağıydı. Sürülerin veya hayvanların yetiştirilmesi, süt, et, deri ve yün gibi çeşitli ürünlerin elde edilmesini sağlamaktaydı. Deniz kıyılarına ve göl bölgelerine yakın yaşayan topluluklar için balıkçılık önemli bir beslenme kaynağıydı. Balıkların yanı sıra kabuklu deniz ürünleri de tüketilmekteydi. Doğada bulunan çeşitli bitki ve otlar, besin takviyeleri olarak tıbbi amaçlarla da kullanılmaktaydı. Bitkiler, vitamin ve minerallerin yanı sıra çeşitli sağlık sorunlarının tedavisi için de hazırlanmaktaydı. Pişirme yöntemleri genellikle basit ve gelenekseli. Odun ateşinde pişirme, tandırda ekmek yapma, kazan üzerinde kaynatma gibi yöntemler geçerliydi. Besinler genellikle topluluk içinde paylaşırlı ve ortak yemeklerle sosyal bağlar güçlendirilirdi. Topluluk içinde beslenme, birlikte yaşamının ve dayanışmanın bir ifadesi haline gelmişti. Gıdaların korunması ve depolanması, kış aylarında veya zorlu hava koşullarında yiyecek sağlama ihtiyacını karşılamak için önemliydi. Kurutma, salamura, tuzlama gibi yöntemler

geliştirilmişti. Sanayileşme öncesi dönemde, beslenme alışkanlıkları, yerel kaynaklara, iklim koşullarına ve kültürel geleneklere bağlı olarak büyük ölçüde çeşitlilik göstermekteydi. Dönemin insanları doğal kaynaklardan elde ettikleri besinlerle sağlıklı bir yaşam sürdürmeye çalışıyordu (Wacker, 2020, s. 1-17).

Günümüzde, Amerika Birleşik Devletleri'nde hazır yemek zincirleri, hızlı tempolu yaşam tarzını benimseyen ve ekonomik olarak uygun fiyatlı, hızlı bir yemek deneyimi arayan birçok insanın önemli bir tercihidir. McDonald's, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1940'ların sonlarında kurulan ve dünya genelinde yayılan en ikonik hazır yemek zincirlerinden biridir. Standartlaştırılmış menüsü, hızlı servisi ve çocuklar arasında popüler olan oyuncaklarıyla McDonald's, hazır yemek kültürünü küresel bir olgu haline getirmiştir. Big Mac, McNuggets ve Happy Meal gibi ürünler, McDonald's'ın menüsünün yalnızca birkaç örneğidir. Burger King, 1954 yılında Florida'da kurulmuş ve özellikle "Whopper" adlı büyük boy hamburgeriyle tanınan bir hazır yemek zinciridir. Burger King'in menüsünde özel soslarla hazırlanan hamburgerler, tavuk sandviçleri ve özelleştirilebilir menü seçenekleri bulunmaktadır. Flame-grilled (alev üzerinde ızgara) et kullanarak benzersiz bir lezzet sunmaktadır. Subway, hazır yemek dünyasına biraz farklı bir yaklaşım sunan bir zincirdir. Özellikle sandviçleriyle tanınan Subway, müşterilere taze sebzeler, çeşitli ekmek seçenekleri ve özelleştirilebilir malzemeler sunmaktadır. "Build Your Own" (Kendi Yap) konseptiyle müşteriler, sağlıklı ve özelleştirilmiş bir yemek deneyimi yaşayabilirler. Starbucks, sadece kahve zinciri olarak başlamış olabilir ancak zamanla menüsünü genişleterek bir hazır yemek deneyimi sunmaya başlamıştır. Kahve içecekleri, sandviçler, tatlılar ve diğer atıştırmalıkların yanı sıra bir dizi sağlıklı içecek seçeneği sunmaktadır. Starbucks, genç nesillerin sosyal buluşma noktalarından biri haline gelmiştir. Chick-fil-A, özellikle tavuklu sandviçleriyle ünlü bir hazır yemek zinciridir. Şirket, sosyal sorumluluk projelerine ve çeşitli hayır işlerine önem vererek dikkat çeker. Sloganı "Eat Mor Chikin" (Daha fazla tavuk ye!), markanın tavuk odaklı menüsünü vurgular (Block, 2013, s. 1-10).

Birleşik Krallık'ta hazır yemek kültürü, hızlı tempolu yaşam tarzını benimseyen ve ekonomik olarak uygun fiyatlı yemek arayan birçok insanın önemli bir beslenme tercihidir. Birleşik Krallık'ın hazır yemek kültüründe öne çıkan geleneksel bir lezzet, "fish and chips"tir. Bu, genellikle kızartılmış balık ve patates kızartması içeren bir yemektir. Fish and chips, yerel publar, kafeler ve hazır yemek dükkânlarında yaygın bir şekilde sunulur. Bu lezzet, Birleşik Krallık'ın hazır yemek sahnesinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Birleşik Krallık'ta Hint mutfağı, hazır yemek sahnesinde önemli bir yer tutar. Birçok şehirde, Indian takeaways adı verilen restoranlar, baharatlı curry yemekleri, tandoori spesiyaliteleri ve pilav gibi çeşitli Hindistan mutfağı lezzetlerini sunar. Bu tür hazır yemek seçenekleri, genellikle evde yemek yapmak istemeyenler ve hızlı bir atıştırmalık arayanlar için popülerdir. Birleşik Krallık'ta kebab dükkânları, genellikle Türk, Lübnan veya diğer Ortadoğu mutfağından esinlenen yiyecekler sunar. Döner kebablar, falafel, humus ve çeşitli mezeler, kebab dükkânlarının menülerinde sıkça bulunan lezzetler arasındadır. Bu tür yerler genellikle gece saatlerinde ve öğrenci bölgelerinde popülerdir. Birleşik Krallık'ta Amerikan kökenli burger zincirleri de yaygındır. McDonald's, Burger King ve KFC gibi uluslararası markalar, Birleşik Krallık'ta geniş bir müşteri kitlesine hitap eder. Menülerinde hamburgerler, tavuklu ürünler ve hazır yemek tatlıları bulunur. Birleşik Krallık'ta kahve dükkânları, hazır yemek kültürünün bir parçası olarak büyüyen bir trenddir. Starbucks, Costa Coffee ve Pret a Manger gibi zincirler, atıştırmalıklar, sandviçler ve çeşitli içecek seçenekleri sunarak hızlı bir kahve ya da hafif bir öğün deneyimi sağlarlar. Son yıllarda, vegan ve sağlıklı beslenme trendleri Birleşik Krallık'ta da etkili olmuştur. Birçok hazır yemek dükkânı ve zincir, vegan ve vejetaryen seçenekler sunarak çeşitliliği artırmıştır. Salata barları, sağlıklı atıştırmalıklar ve organik içecekler, tüketicilere daha bilinçli beslenme seçenekleri sunar (Schröder, 2005, s. 212-224).

Türkiye'de hazır yemek kültürü, zamanla değişim geçiren, geleneksel Türk mutfağından etkiler taşıyan ve dünya mutfağından birçok lezzeti bünyesinde barındıran dinamik bir yapıya sahiptir. Hızlı tempolu yaşam tarzına uygun, pratik ve genellikle uygun fiyatlı yemek deneyimi sunan hazır yemek kültürü, Türkiye'de geniş bir tüketici kitlesi tarafından benimsenmiştir. Türkiye'nin en bilinen ve geleneksel hazır yemek lezzetlerinden biri olan döner kebab, genellikle sokak köşelerinde, cadde kenarlarında veya restoranlarda bulunan kebabçılarda sunulur. Etin dikey bir şişe monte edilip döndürülerek pişirilmesiyle hazırlanan döner, hızlı servis ve lezzetli bir seçenek sunar. Simit, Türkiye'nin geleneksel bir atıştırmalığıdır ve genellikle simit tezgâhlarından sokaklarda satılır. Aynı zamanda poğaçalar da sıkça karşılaşılan yerlerdir. Peynirli, zeytinli, patatesli gibi çeşitli iç dolgularla yapılan poğaçalar, pratik bir atıştırmalık olarak tercih edilir. Tantuni ve lahmacun gibi Türkiye'nin güneyine özgün lezzetleri de hazır yemek kültürünü şekillendiren unsurlardır. Tantuni, özellikle Akdeniz bölgesinde popüler olan ince kesilmiş et ve sebzelerin dürüm içinde servis edildiği bir tür dürümdür. Lahmacun ise ince hamur üzerine et karışımı sürülen ve fırında pişirilen bir Türk pizzasıdır. Türkiye'de uluslararası hamburger zincirleri, McDonald's, Burger King gibi markaların yanı sıra mahallî kökenli markalar da oldukça popülerdir. Bu zincirler genellikle standartlaştırılmış menüler sunar ve geniş bir tüketici kitlesine hitap eder. Türk mutfağından gelen lezzetler de hazır yemek kültürüne önemli katkılarda bulunur. Pide, kumpir ve çiğ köfte gibi geleneksel Türk yemekleri, hızlı bir şekilde servis edilen ve genellikle sokak lezzetleri olarak tüketilen seçenekler arasındadır. Türkiye'de hazır yemek kültürü sadece öğle veya akşam yemekleriyle sınırlı değildir; aynı zamanda hızlı ve pratik kahvaltı seçenekleri de sunan mekânlar popülerdir. Simit, poğaçalar, börek gibi kahvaltılık atıştırmalıkların yanı sıra menemen ve sucuklu yumurta gibi sıcak kahvaltı seçenekleri de bulunmaktadır.

(Özcan, 2015, s. 238-256). Türkiye'deki hazır yemek kültürü, hem geleneksel Türk mutfağına olan bağlılığını sürdürerek hem de uluslararası lezzetleri benimseyerek çeşitlilik gösterir. Hızlı servis, uygun fiyatlar ve geniş menü seçenekleri, Türkiye'deki hazır yemek kültürünün temel özellikleridir.

Hazır yemek restoranlarında çalışma şartları genellikle yoğun, hızlı tempolu ve fiziksel olarak zorlu olabilir. Sektörde çalışanlar, restoran zincirlerinde, kafelerde veya hazır yemek dükkanlarında görev alır. Hazır yemek işi çoğunlukla uzun çalışma saatlerini içerir. Restoranlar, haftanın her günü ve özellikle hafta sonları ile tatil günlerinde de hizmet verirler. Çalışanlar, esnek çalışma saatlerine uyum sağlamak zorundadır. Hazır yemek restoranlarında hızlı servis esastır. Çalışanlar, siparişleri hızlı bir şekilde hazırlamak, müşterilere hızlı bir şekilde hizmet vermek ve yoğun saatlerde taleplere yetişmek durumundadır. İşleri, zaman zaman yüksek bir stres seviyesine neden olabilir. Hazır yemek çalışanları genellikle uzun süre ayakta durmak, ağır kaldırmak, hızlı tempoda hareket etmek ve sıcak ortamlarda çalışmakla mükelleftir. Mutfak ve kasada çalışanlar, fiziksel dayanıklılığa sahip olmalıdır. Hazır yemek işletmelerinde ekip çalışması önemlidir. Mutfak ekibi, kasa görevlileri, temizlik personeli ve yönetim birimleri ile koordineli bir şekilde çalışmalıdır. İyi bir iletişim ve iş birliği, başarılı bir hizmet sunmanın temelidir. Hazır yemek sektöründe çalışanlar düşük ücretlerle karşılaşabilir. Saatlik ücretler genellikle asgari ücret civarında olabilir. Ancak, bazı işletmeler, deneyim ve pozisyona bağlı olarak artan ücret skalaları veya ek avantajlar sunabilir. Hazır yemek sektörü genellikle düşük eğitim gerektiren bir sektördür. Çalışanlar genellikle işe alındıktan sonra kısa bir eğitim sürecinden geçerler. Ancak bazı yönetim pozisyonlarına yükselme veya ilerleme fırsatları da mevcut olabilir. Hazır yemek işletmeleri genellikle sağlık ve güvenlik standartlarına uymak zorundadır. Çalışanlar, hijyen kurallarına uymak ve güvenli bir çalışma ortamında bulunmak için eğitilmelidir. Hazır yemek çalışanları müşteri hizmetleri konusunda becerilere sahip olmalıdır. Müşteri memnuniyetini sağlamak, düzgün iletişim kurmak ve sorunları çözmek önemlidir (Allan, 2006, s. 402-420). Her hazır yemek işletmesi farklı şartlara sahip olabilir, bu nedenle çalışanlar özellikle belirli bir iş yerindeki politikaları ve beklentileri anlamak için işverenleriyle doğrudan iletişim kurmalıdır.

## 7. DÜNYA ÇAPINDA HAZIR YEMEK İSTATİSTİKLERİ

2023 itibarıyla, küresel hazır yemek pazarının büyüklüğü milyarlarca doları bulmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Avrupa, hazır yemek endüstrisinin en büyük pazarlarından bazılarıdır. McDonald's, Burger King, KFC, Subway ve Starbucks gibi büyük uluslararası hazır yemek zincirleri, küresel pazarda öne çıkan markalardır. 2023 itibarıyla, McDonald's dünya genelinde en yaygın ve bilinen hazır yemek zinciri olarak öne çıkmaktadır. Hazır yemek, hızlı ve pratik bir yemek seçeneği sunduğu için birçok ülkede popülerdir. Gelişen ekonomilerdeki büyüme, tüketicilerin dışarıda yemek yeme alışkanlıklarını etkilemiştir. Çevrimiçi sipariş ve teslimat hizmetleri, hazır yemek sektöründe giderek daha önemli hale gelmiştir. Ziauddeen'a göre mobil uygulamalar ve çevrimiçi platformlar, tüketicilere kolay ve hızlı sipariş imkânı sunmaktadır. Tüketiciler arasında sağlıklı beslenme ve vegan seçeneklere olan talep artmaktadır. Birçok hazır yemek zinciri menülerine daha sağlıklı ve vegan dostu seçenekler eklemektedir. Hazır yemek endüstrisi, ambalaj atıkları, enerji kullanımı ve su tüketimi gibi çevresel konularda eleştirilmektedir. Bu nedenle, bazı markalar sürdürülebilirlik çabalarını artırmaktadır. COVID-19 pandemisi, restoranları ve hazır yemek zincirlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Kapanmalar, sınırlı kapasiteler ve hijyen önlemleri, sektörde önemli değişikliklere neden olmuştur (Ziauddeen, 2015, s. 2962). Bu genel bilgiler, hazır yemek endüstrisinin küresel düzeydeki bazı eğilimlerini yansıtmaktadır.

2012'den 2022'ye kadar dünya çapında hızlı servis restoran endüstrisinin pazar büyüklüğü sürekli artış göstermiştir. Hazır yemek sektörü, uzun bir süredir büyüme gösteren bir endüstridir. Büyüme, bir dizi faktörden etkilenmektedir. Hızlı servis restoranları, tüketicilere hızlı ve pratik yemek seçenekleri sunar. Yoğun yaşam tarzına sahip insanlar, iş saatlerinin uzunluğu nedeniyle sık sık dışarıda yemek yeme eğilimindedir. Büyük hazır yemek zincirleri, küresel bir varlık kazanarak farklı ülkelerde genişleme sağlamıştır. Bu durum, dünya genelinde hazır yemek talebinin artmasına katkıda bulunmuştur. Teknolojik gelişmeler, çevrimiçi sipariş ve teslimat hizmetlerini kolaylaştırmıştır. Mobil uygulamalar ve çevrim içi platformlar aracılığıyla yapılan hızlı ve etkili siparişler, sektördeki büyümeyi desteklemiştir. Hazır yemek zincirleri, menülerine çeşitli seçenekler ekleyerek, vegan ve sağlıklı beslenme eğilimlerine uyum sağlamışlardır. Geniş bir tüketici kitlesini çekmelerine yardımcı olmuştur. Büyük hazır yemek markaları, rekabet avantajı sağlamak ve tüketicilere yeni lezzetler sunmak için sürekli olarak yeniliğe odaklanmıştır. Yaratıcı promosyonlar, yeni menü öğeleri ve kampanyalar sektördeki rekabeti artırmıştır. Gelişen ekonomilerdeki artan gelir seviyeleri, insanların dışarıda yemek yeme eğilimini artırmıştır. Hazır yemek, uygun fiyatlı ve hızlı bir yemek seçeneği olarak bu artan talebe yanıt vermiştir. Hızlı servis restoranları, sosyal ve kültürel etkileşimleri destekleyen mekânlar olarak da değerlendirilebilir. Van Dress açısından hızlı ve rahat bir ortamda yemek yemek, sosyal aktiviteler ve arkadaşlarla zaman geçirmek isteyen tüketicileri çeker. Ancak bu büyüme eğiliminin sürekli ve sınırsız olmadığını belirtmek önemlidir. Sağlıklı beslenme eğilimleri, sürdürülebilirlik endişeleri ve tüketicilerin daha fazla bilinçlenmesi gibi faktörler, hazır yemek sektörünün gelecekteki büyümesini şekillendirecek etkenler olabilir (Van Dress, 1980, s. 35-37).

**Tablo 1.** Global “Hazır Yemek” Pazar Payı (Milyar Dolar, 2012-2022)

Yıllar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2021
Milyar Dolar	691,54	703,15	715,7	763,95	804,85	832,31	849,21	868,11	736,15	797,68	967,9

Kaynak: Statista (2024). 2023'te bu rakamın 1 trilyon doları bulacağı tahmin edilmektedir.

Dünyanın en büyük hazır yemek restoran zinciri, 40.100'den fazla mağazasıyla McDonald's'tır. McDonald's aynı zamanda 2020 yılında 21,07 milyar doların üzerinde satış yaparak 2021'de dünya çapında en popüler zincir olduğunu kanıtladı. İlk on beş sıradaki markaların tamamı Amerikan menşeli. McDonald's'ın ardından Subway gelmektedir. 2021 yılı itibarıyla, Amerikan çok uluslu şirketi, sandviç, pizza, salata ve içecek satan 36.800'den fazla mağazaya sahiptir. 2020 yılında elde ettiği gelir 16,1 milyar dolar seviyesindedir. Üçüncü sırada ise bir diğer dev, Starbucks bulunmaktadır. Ünlü kahve ve kek zinciri, dünya genelinde toplam 33.833 mağazaya ve 26,7 milyar dolar gelire sahiptir. McDonald's, Subway ve Starbucks'ın yanı sıra dünya genelinde 7.791 mağazayla KFC, Burger King, Domino's, Pizza Hut, Dunkin, Hunt Brothers Pizza ve Taco Bell de ilk sıralarda yer almaktadır (Statisticsanddata, 2024, s. 3).

**Tablo 2.** Dünyanın En Büyük Hazır Yemek Restoranı Zincirleri (2023)

İşletme Adı ve Sırası	Sayısı	Şirket
1. McDonald's	41100	Birleşik Devletler
2. Subway	36800	Birleşik Devletler
3. Starbucks	33833	Birleşik Devletler
4. KFC	25000	Birleşik Devletler
5. Burger King	19247	Birleşik Devletler
6. Domino's	18848	Birleşik Devletler
7. Pizza Hut	17639	Birleşik Devletler
8. Dunkin'	11300	Birleşik Devletler
9. Hunt Brothers Pizza	8000	Birleşik Devletler
10. Taco Bell	7791	Birleşik Devletler

Kaynak: Statisticsanddata. (2024).

2024 yılında dünyadaki küresel hazır yemek restoran işletmeleri toplam sayısı 536.825'tir. 2024'te bu restoranların iş hacminin büyüme oranı %1'dir. Küresel hazır yemek restoranları endüstrisindeki işletme sayısı, 2019-2024 arasındaki beş yıl boyunca yılda ortalama %0,2 artmıştır. Kuzey Amerika (34 işletme), Kuzey Asya (24 işletme) ve Avrupa (13 işletme), küresel hazır yemek işletmelerinin en fazla bulunduğu bölgelerdir. Küresel hazır yemek restoranları endüstrisi hem sermayeye (tesis, makine ve ekipman) hem de emeğe dayanmaktadır. Küresel hazır yemek restoranları sektöründe gelir yüzdesi olarak en yüksek işletme maliyetleri Ücretler (%15,1), Satın Almalar (%48,8) ve Kira ve Kamu Hizmetleridir (%7,2). Küresel hazır yemek restorasyonları endüstrisi düşük pazar payı yoğunluğuna sahiptir ve en büyük işletme McDonald's Corporation'dır (Ibisworld, 2024, s. 1-3).

Küreselleşme, dünya genelinde ekonomik, kültürel ve sosyal etkileşimi artıran bir süreçtir. Bu süreç, farklı bölgeler arasındaki sınırları aşarak ticaretin, iletişimin ve kültürel etkileşimin artmasına neden olmuştur. Hazır yemek, hızlı servis ve genellikle düşük maliyetli yiyecek ve içeceklerin sunulduğu bir sektördür. 20. yüzyılın ikinci yarısında, hazır yemek endüstrisi özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nden dünya geneline yayılmıştır. Bu küresel yayılma, bir dizi faktör tarafından şekillendirilmiştir. Büyük hazır yemek zincirleri, güçlü marka kültürleri ve etkili pazarlama stratejileri ile dünya genelinde tanınmışlardır. Örneğin, McDonald's ve Burger King gibi markalar, küresel reklam kampanyaları ve ikonik logoları ile dünya genelinde bilinirlik kazanmışlardır. Hazır yemek zincirleri genellikle franchising modelini kullanarak dünya genelinde yayılmışlardır. Bu model, yerel girişimcilere işletmelerini belirli bir marka altında açma ve işletme fırsatı sunarak küresel genişlemeyi hızlandırmıştır. Hazır yemek menülerinin standartlaştırılması, hazırlık süreçlerini basitleştirir ve malzeme tedarikini kolaylaştırır. Zincirlerin dünya genelinde benzer bir yemek deneyimi sunmalarını sağlar. Hazır yemek, genellikle uygun fiyatlı ve hızlı servis sunma konusunda tanınır. Bu özellikleri, tüketicilerin dünya genelinde tercih etmelerine ve bu tür restoranlara olan talebi artırmalarına katkıda bulunmuştur. Hazır yemek kültürü, farklı kültürleri etkilemiş ve yerel mutfakları etkileyerek küresel bir yemek deneyimi oluşturmuştur. Örneğin, Japonya'da sushi ile hazır yemek zincirlerinin popülerliği artmıştır. Küresel olarak yayılan hazır yemek, sağlık ve beslenme konularında endişelere neden olmuştur. Hızlı hazırlık süreçleri ve yüksek kalorili içerikleri, obezite ve diğer sağlık sorunlarıyla

ilişkilendirilmiştir. Hazır yemek endüstrisinin küresel büyümesi, ambalaj atıkları ve kaynak kullanımı gibi çevresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu durum, sürdürülebilirlik konusundaki endişeleri artırmıştır. Küreselleşme, hazır yemek endüstrisinin dünya genelinde yayılmasında etkili bir faktördür. Kültürel etkileşimi artırmış, standartlaştırılmış menüler ve uygun fiyatlı seçeneklerle tüketicilere geniş bir yemek yelpazesi sunulmuştur. Yayılmanın beraberinde getirdiği sağlık, çevre ve kültürel endişeler, hazır yemek sektörünün değişen bir ortamda uyum sağlamasını gerektirmektedir (De Vogli, 2015, s. 10-17).

## 8. DİYET, OBEZİTE, YEMEK KÜLTÜRÜ VE SAĞLIK SORUNLARI

Diyet, obezite ve yemek kültürü, bir bireyin beslenme alışkanlıkları, sağlığı ve yaşam tarzı üzerinde derin etkileri olan konular arasında yer almaktadır. Bu üç kavram birbirleriyle sık sık etkileşim halinde bulunur ve bireylerin sağlıklı bir yaşam sürmelerinde önemli bir rol oynarlar. Diyet, bir kişinin günlük besin alımını ve yeme alışkanlıklarını ifade eder. Diyet sadece kilo kontrolü ile ilgili değildir; aynı zamanda genel sağlık, enerji seviyeleri, zihinsel sağlık ve uzun vadeli hastalık riskleriyle de ilgilidir. Sağlıklı bir diyet, dengeli ve çeşitli besin gruplarını içerir. Yeterli vitamin, mineral, protein, karbonhidrat ve yağ alımına odaklanmak, vücudun ihtiyaç duyduğu besinleri karşılamada önemlidir (Polivy, 1985, s. 193). Obezite, vücutta aşırı yağ birikimiyle karakterize edilen bir durumdur. Obezite, genellikle enerji alımı ile enerji harcaması arasındaki dengenin bozulması sonucu ortaya çıkar. Fiziksel aktivite eksikliği, yanlış beslenme alışkanlıkları, genetik faktörler ve hormonal dengesizlikler obezitenin nedenleri arasında yer alabilir. Obezite, kalp hastalığı, diyabet, hipertansiyon ve diğer birçok sağlık sorununa yol açabilen ciddi bir sağlık sorunudur (Shashikiran, 2004, s. 131).

Yemek kültürü bir topluluğun, bölgenin veya ülkenin benimsediği yeme alışkanlıklarını, yemek pişirme yöntemlerini ve yemekle ilgili diğer gelenekleri ifade eder. Yemek kültürü, tarihi, coğrafî, sosyal ve ekonomik faktörlerden etkilenir. Yemek kültürü, bireylerin yemek seçimlerini ve yeme alışkanlıklarını büyük ölçüde etkiler. Geleneksel yemek kültürleri genellikle yerel ve doğal malzemelere dayanırken, küreselleşme ile farklı kültürler arasında yemek etkileşimleri artmıştır. Yanlış diyet alışkanlıkları, aşırı kalorili gıdaların tüketimi ve yetersiz fiziksel aktivite, obezitenin ana nedenleri arasında yer alır. Sağlıklı bir diyet, kilo kontrolü ve genel sağlığın korunması açısından önemlidir. Yemek kültürü, bireylerin hangi gıdaları tercih ettiğini ve ne zaman yediklerini belirleyebilir. Geleneksel yemek kültürleri genellikle dengeli ve doğal beslenmeye odaklanır. Küreselleşme ve hızlı yaşam tarzı değişiklikleri, yerel yemek kültürlerinin yerini hazır yemek ve işlenmiş gıdaların almasına neden olabilir. Bu da obezite riskini artırabilir. Bahsedilen kavramlar arasındaki dengeli ilişki, sağlıklı bir yaşam sürmeyi ve obezite gibi sağlık sorunlarından kaçınmayı destekleyebilir. Bireyler, kişisel ihtiyaçlarına ve kültürel bağlarına uygun bir diyet ya da yaşam tarzı seçimine odaklanarak sağlıklı bir denge sağlayabilirler (Brown, 1991, s. 31-57).

Hazır yemek tüketimi, uzun vadeli sağlık sorunlarına yol açabilen bir dizi olumsuz etkiye sahip olabilir. İşlenmiş, yüksek yağlı, yüksek şekerli ve düşük besin değerine sahip yiyeceklerin sık tüketilmesi, çeşitli sağlık sorunlarına neden olabilir. Hazır yemek genellikle yüksek kalorili ve düşük besin değerine sahip olduğu için aşırı tüketildiğinde kilo artışına neden olabilir. Obezite, kalp hastalıkları, diyabet, hipertansiyon ve diğer birçok sağlık sorununa yol açabilen ciddi bir sağlık durumudur. Hazır yemek, doymuş ve trans yağlar içerebilir. Bu tür yağlar, kolesterol seviyelerini artırabilir ve kalp hastalıkları riskini artırabilir. Hazır yemek tüketimi, insülin direncini artırabilir ve tip 2 diyabet riskini artırabilir. Hazır yemek menülerinde genellikle yüksek şeker içeriği bulunan içecekler ve tatlılar da diyabetle ilişkilendirilebilir. Hazır yemek genellikle yüksek sodyum içerir. Yüksek sodyum alımı, kan basıncını artırabilir ve hipertansiyona yol açabilir. Obezite, yüksek kan basıncı, yüksek kolesterol seviyeleri ve insülin direnci gibi faktörlerin bir araya gelmesi, metabolik sendrom riskini tetikler. Metabolik sendrom ise kalp hastalığı dışında diyabet gibi ciddi durumların riskini ortaya çıkarabilir. Hazır yemek tüketimi, karaciğerde yağ birikimine neden olabilir. Aşırı yağ birikimi, karaciğerde yağlı karaciğer hastalığına (steatoz) yol açabilir. Hazır yemek genellikle lif açısından yetersizdir. Bu durum, sindirim sistemi sağlığını etkileyebilir ve kabızlık, şişkinlik veya sindirim sorunlarına neden olabilir. Hazır yemek genellikle vitamin, mineral ve diğer önemli besin öğeleri açısından yetersizdir. Yetersiz beslenme, vücutta çeşitli eksikliklere neden olabilir. Hazır yemek içinde kullanılan malzemeler, bazı insanlarda alerjik reaksiyonlara yol açabilir. Alerjik reaksiyonlar hayati tehlike oluşturabilir. Bu sağlık sorunları, hazır yemeğin düzenli ve aşırı tüketimi ile ilişkilidir. Sağlıklı beslenme alışkanlıkları, dengeli bir diyet ve düzenli fiziksel aktivite, potansiyel sağlık sorunlarının riskini azaltacaktır. Bireysel sağlık durumu ve ihtiyaçlarına uygun bir diyet planı oluşturmak önemlidir (Fatima, 2017, s. 350-354).

Son yıllarda, hazır yemek ve paket servis sektörü dünya genelinde hızla büyümekte ve insanların beslenme alışkanlıkları üzerinde önemli etkilere sahip olmaktadır. Hazır yemek ve paket servisi, pratik ve hızlı bir beslenme seçeneği sunarken aynı zamanda beslenme zorlukları ve sağlık sorunlarına yol açabilen bir dizi özel sorunu da beraberinde getirmektedir. Hazır yemek menülerinde ve paket servis seçeneklerinde genellikle yüksek kalorili yiyecekler bulunmaktadır. Bu durum, aşırı enerji alımına ve kilo artışına neden olabilir. Hazır yemek ve paket servisinde sunulan birçok yiyecek, düşük besin değerine sahiptir. Özellikle işlenmiş gıdalar ve atıştırma ürünleri, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerini yetersiz bir şekilde sağlayabilir. Hazır yemek menülerinde sıkça bulunan yağlı ve şekerli içerikler, obezite, kalp hastalıkları ve diyabet gibi sağlık sorunlarına neden olabilir. Hazır

yemek ve paket servisi yüksek tuz içeriğine sahiptir. Yüksek tuz tüketimi, hipertansiyon ve kardiyovasküler problemler gibi sağlık sorunlarına yol açabilir. Hazır yemek restoranları ve paket servis genellikle büyük porsiyonlar sunar. Bu durum, bireylerin aşırı miktarda yemelerine ve fazla kalori almına yol açabilir. Hazır yemek ve paket servisi, obezite riskini artırabilir. Yüksek kalorili, düşük besin değerine sahip yiyeceklerin sık tüketimi, kilo artışına ve obeziteye sebep olabilir. Yüksek yağ, tuz ve şeker içeren hazır yemek, kalp hastalıkları riskini artırabilir. Doymuş yağlar ve trans yağlar, kolesterol seviyelerini olumsuz etkileyebilir. Hazır yemek ve paket servisi, tip 2 diyabet riskini artırabilir. Yüksek şeker içeriğine sahip içecekler ve atıştırmalıklar, insülin direncini artırabilir. Hazır yemek tüketimi, metabolik sendrom riskini artırabilir. Bu durum, obezite, yüksek tansiyon ve insülin direncini içeren bir dizi sağlık sorununu içerir. Hazır yemek ve paket servisi, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerini yeterince sağlamaz. Bu durum, vitamin ve mineral eksikliklerine neden olabilir. Hazır yemek ve paket servisi, hızlı ve pratik bir beslenme seçeneği sunarken aynı zamanda sağlık üzerinde olumsuz etkilere yol açabilen bir dizi beslenme zorluğunu beraberinde getirir. Bilinçli beslenme alışkanlıkları, dengeli diyet, sağlıklı yaşam tarzı seçimleri, hazır yemek ile paket servisinin potansiyel sağlık risklerini azaltmaya yardımcı olabilir. İnsanların bu tür beslenme seçeneklerini daha bilinçli bir şekilde değerlendirmeleri ve sağlıklı beslenmeye odaklanmaları önemlidir (Jaworowska, 2013, s. 310-318).

## 9. YEMEK SOSYOLOJİSİNE GENEL BİR BAKIŞ

Bu makalede, yemek sosyolojisi bağlamında hazır yemeğin topluma etkileri incelenmiştir. Hazır yemek, sadece bir besin kaynağı olarak değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak da önemli bir rol oynamaktadır. İnsanların hızlı yaşam tarzlarına uygun, pratik ve genellikle uygun fiyatlı olan hazır yemek, toplumun beslenme alışkanlıklarını sosyal ilişkilerini şekillendirmekte ve bir dizi etki oluşturmaktadır. Hazır yemeğin topluma etkilerini anlamak için, bu beslenme biçiminin sosyal ve kültürel dinamikleri nasıl etkilediğini incelemek önemlidir. Hazır yemek, hızlı hazırlanışı ve hızlı tüketimi ile günümüzün hızlı yaşam tarzına uyum sağlar. İnsanlar, yoğun iş programları ve zaman kısıtlamaları nedeniyle sıkça hazır yemek tercih edebilirler. Büyük hazır yemek zincirleri, dünya genelinde şubeler açarak kültürler arası etkileşimi artırmıştır. Örneğin, McDonald's veya Burger King gibi markalar, farklı ülkelerde aynı menüyü sunarak kültürler arasında bir tür kültürel birleştirme sağlamışlardır (Harrington, Ottenbacher & Fauser, s. 551).

Hazır yemek, geleneksel aile yemekleri yerine daha hızlı ve bireysel bir beslenme modelini teşvik edebilir. Bu durum, aileler arası iletişim ve sosyal bağları etkileyebilir. Hazır yemek, genellikle uygun fiyatlı olmasıyla bilinir. Bu durum, ekonomik sınıflar arasında beslenme eşitsizliklerine neden olabilir. Düşük gelirli bireyler genellikle daha ucuz ve hızlı yiyecek seçeneklerini tercih ederler. Hazır yemeğin aşırı tüketimi, obezite, diyabet ve kalp hastalıkları gibi sağlık sorunlarına yol açabilir. Toplumun genel sağlığını olumsuz etkileyebilir. Hazır yemek, sadece bir besin kaynağı değil, aynı zamanda toplumsal bir olgu olarak da değerlendirilmelidir. Bu beslenme biçimi, hızlı yaşam tarzına uyum sağlaması ve kültürel etkileşimi artırmasıyla önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, hazır yemeğin topluma etkileri sadece olumlu değil, aynı zamanda olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Özellikle sağlık sorunları ve beslenme eşitsizlikleri gibi konular, hazır yemeğin daha eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini gerektirir. Toplumun genel sağlığı için, bilinçli beslenme alışkanlıkları teşvik edilmeli, besin değeri yüksek ve dengeli diyetlere öncelik verilmelidir. Hazır yemek endüstrisi, bu bağlamda sorumluluk alarak sağlıklı seçenekleri teşvik edebilir ve toplumun genel refahına katkıda bulunabilir (Katz & Krueger, 1992, s. 6-21).

Hazır yemek zincirleri, olumsuz sağlık etkileri, hayvan zulmü iddiaları, işçi sömürsü vakaları ve insanların yeme alışkanlıklarının geleneksel yiyeceklerden uzaklaşması gibi çeşitli endişeler nedeniyle eleştirilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü, obezite krizinden büyük ölçüde sorumlu tuttuğu gıda pazarlarına dair bir çalışma yayınlamış ve bu eğilimi tersine çevirmek için daha sıkı düzenlemeler önermiştir. Eleştirilerle mücadele etmek için hazır yemek restoranları daha sağlıklı seçenekler sunmaya başlamıştır. Sağlık eleştirilerinin yanı sıra hazır yemek sektörünün daha çevre dostu olması yönünde öneriler de vardır. Zincirler buna “ambalaj atıklarını azaltarak” yanıt vermiştir (Di Foggia & Beccarello, 2022, s. 1-14). Bu kadar popüler olmasına rağmen hazır yemek zincirleri sadece iş ve sosyal beceriler üzerinde değil, öğrencilerin sağlıkları ve akademik performansları üzerinde de olumsuz etkiler oluşturmuştur. Hazır yemek, yemek sosyolojisi açısından çeşitli eleştirilere maruz kalmış ve bu eleştiriler, beslenme alışkanlıkları, toplumsal ilişkiler, kültürel etkileşimler ya da ekonomik dinamikler gibi pek çok faktörü içermektedir. Hazır yemeğin yüksek kalorili, yağlı ve şekerli içerikleri, obezite, diyabet ile kalp hastalıkları gibi sağlık sorunlarına yol açabileceği eleştirilerini beraberinde getirmiştir.

## 10. SONUÇ

Yemek sosyolojisi perspektifinden bakıldığında, hazır yemeğin sağlık açısından riskli olması, toplumun genel sağlığını etkileyebilir ve sağlık sistemine ek yük getirebilir. Hazır yemek menülerinin genellikle düşük besin değerine sahip olması, vücudun ihtiyaç duyduğu temel besin öğelerinin yetersiz alınmasına neden olabilir. Bu durum, toplumun beslenme alışkanlıklarının yetersizleşmesine ve beslenme eksikliklerine yol açabilir. Eleştirilenlere göre, hazır yemek kültürel çeşitliliği azaltabilir ve geleneksel yerel yemek kültürlerini gölgede bırakabilir. Yemek

sosyolojisi açısından, hazır yemeğin kültürel çeşitlilik ve yerel lezzetleri bastırması, toplumsal bir kayıp olarak değerlendirilebilir. Hazır yemek endüstrisinin hayvan zulmü ve etik olmayan hayvancılık uygulamalarına katkıda bulunduğu iddiaları, toplumun hayvan haklarına duyarlılığını ve etik değerlerini etkileyebilir. Bu eleştiriler, hazır yemeğin sürdürülebilirlik ve etik sorumluluk açısından değerlendirilmesini gerektirebilir. Hazır yemek zincirlerinin özellikle çocuklara yönelik agresif pazarlama stratejileri, yemek sosyolojisi açısından çocukların beslenme alışkanlıklarının olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Bu durum, toplumun gelecek nesillerinin sağlığını etkileyebilir. Hazır yemek endüstrisinde düşük ücretler ve işçi sömürüsüne dair yapılan eleştiriler, sosyal adalet ve ekonomik eşitsizlik konularını gündeme getirir. Yemek sosyolojisi bağlamında, düşük ücretli çalışanların yaşam koşulları ve toplum içindeki yerleri önemli bir sorun olarak değerlendirilebilir. Hazır yemek zincirlerinin çevre üzerindeki olumsuz etkileri, özellikle ambalaj atıkları ve sürdürülebilirlik konularında yapılan eleştiriler, toplumun çevresel sorumluluklarını düşündüğü bir çağda önemli hale gelir. Yemek sosyolojisi, hazır yemeğin toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamikleri nasıl etkilediğini anlamak için önemli bir araçtır. Eleştiriler, hazır yemeğin toplum üzerindeki derin ve geniş etkilerini anlamak ve daha sürdürülebilir ve sağlıklı beslenme modellerine geçiş yapmak için bir itici güç olabilir.

Hazır yemek, Türkiye’de son yıllarda yaygın bir şekilde tüketilen bir beslenme biçimi haline gelmiştir. Bu durumun toplumsal etkileri çeşitli boyutlarda değerlendirilebilir. Türkiye’de hazır yemek, yoğun iş temposu ve hızlı yaşam tarzına uygun bir alternatif olarak benimsenmiştir. İnsanlar, hızlı servis ve pratik hazırlanışı nedeniyle hazır yemeği tercih ederek zaman tasarrufu sağlamaya çalışmaktadırlar. Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası hazır yemek zincirleri, kültürel etkileşimi artırarak globalleşmeye katkıda bulunmuştur. Aynı menülerin farklı ülkelerde sunulması, kültürler arası etkileşimi tetiklemiştir. Hazır yemek tüketimi, geleneksel Türk mutfağının yerini almakta ve bireylerin beslenme alışkanlıklarını değiştirmektedir. Bu durum, daha önce evde hazırlanan geleneksel yemeklerin yerine hazır yemeğin tercih edilmesiyle ortaya çıkan bir değişimi işaret eder. Hazır yemeğin aşırı tüketimi, obezite ve sağlık sorunlarına yol açabilir. Özellikle genç nesilde görülen obezite sorunu, Türkiye’de hazır yemek tüketiminin sağlık üzerindeki olumsuz etkilerini gösteren bir belirleyici olabilir. Hazır yemek sektöründeki büyüme, istihdam yaratma potansiyeli taşımaktadır. Ancak, genellikle düşük ücretli ve düşük nitelikli işler sunan bu sektör, işçi sömürüsü ve düşük gelirli çalışanların karşılaştığı ciddi sorunlara yol açabilir. Türkiye’de hazır yemek zincirleri, özellikle çocukları hedefleyen pazarlama stratejileri uygulayarak, çocukların hazır yemek kültürüne erken yaşta alışmalarına katkıda bulunabilir. Ayrıca, oyuncak hediyeler, renkli ambalajlar ve çocuk menülerinin öne çıkartılmasıyla hazır yemek, çocuklarda erken yaşlarda bir tüketim alışkanlığı oluşturabilir. Hazır yemek restoranlarının yaygınlaşması, şehirlerdeki mekân kullanımını etkileyebilir. Alışveriş merkezleri, caddeler ve şehir merkezleri üzerindeki etkileriyle hazır yemek, toplumsal çevre üzerindeki dokuyu değiştirebilir. Hazır yemek tüketimi, geleneksel Türk yemek kültüründen uzaklaşarak daha hızlı ve bireysel bir beslenme alışkanlığına işaret edebilir. Aileler arası yemek kültürü ve sosyal etkileşim, hazır yemeğin yaygınlaşmasıyla değişebilir. Türkiye’de hazır yemeğin toplumsal etkileri, hızlı yaşam tarzına uyum, kültürel değişim, beslenme alışkanlıklarının evrimi ve ekonomik dinamikler gibi bir dizi faktörü içermektedir. Bu etkilerin değerlendirilmesi, hazır yemek tüketiminin toplum üzerindeki geniş kapsamlı etkilerini anlamamıza yardımcı olabilir.

Hazır yemeğin topluma etkilerini inceleyen bu makale, yemek sosyolojisi alanında önemli bir konuyu ele almıştır. Hazır yemek tüketiminin artmasıyla birlikte, beslenme alışkanlıkları, sağlık durumu, kültürel değerler ve toplumsal ilişkiler üzerinde önemli değişimler yaşanmaktadır. Makale, hazır yemeğin tüketimini artıran faktörleri, bu tüketimin sosyal ve kültürel sonuçlarını, sağlık üzerindeki etkilerini açıklamıştır. Elde edilen bilgiler, hazır yemek endüstrisinin toplum üzerindeki derin etkilerini anlamak ve daha sağlıklı toplumlar oluşturmak için önemli ipuçları sunmaktadır. Hazır yemek, son yıllarda dünya genelinde popülerliğini artırmış ve modern yaşam tarzının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Ancak, bu tür beslenme alışkanlıklarının toplum üzerindeki etkileri hem sağlık hem de sosyal açıdan önemli sonuçlar doğurmaktadır. Hazır yemek ürünleri genellikle yüksek kalori, yağ, şeker ve tuz içerir. Bu da uzun vadede obezite ve aşırı kilo sorunlarına yol açabilir. Yüksek doymuş yağ ve trans yağ içeriği kalp hastalıkları riskini artırır. Hazır yemek tüketimi, kolesterol seviyelerinin yükselmesine ve damar tıkanıklıklarına neden olabilir. Yüksek şeker ve işlenmiş karbonhidrat içeriği, insülin direncini artırarak Tip 2 diyabet gelişme riskini yükseltir. Yetersiz lif içeriği nedeniyle hazır yemek, sindirim sistemi sorunlarına, kabızlık ve bağırsak düzensizliklerine yol açabilir. Hazır yemek, hızlı tüketilebildiği için ailelerin birlikte yemek yeme alışkanlığını zayıflatabilir. Bu da aile bağlarının zayıflamasına neden olabilir. Hazır yemek zincirlerinin yaygınlaşması, yerel ve geleneksel mutfakların arka planda kalmasına yol açabilir. Bu da kültürel çeşitliliğin azalmasına sebep olabilir. Hazır yemeğin kolay erişilebilirliği, insanları evde yemek yapmaktan uzaklaştırarak zamanla yemek pişirme becerilerinin azalmasına neden olabilir. Hazır yemek endüstrisi büyük miktarda tek kullanımlık plastik ve kâğıt ambalaj üretir. Çevre kirliliğine ve atık yönetimi sorunlarına katkıda bulunur. Hazır yemek zincirleri, özellikle et üretimine dayalı ürünlerde, yüksek karbon ayak izine sahiptir. Bu durum, sera gazı emisyonlarına katkıda bulunarak iklim değişikliğine olumsuz etki yapar. Hazır yemek endüstrisi, genellikle düşük ücretli, güvencesiz işlerin yoğun olduğu bir sektördür. Bu da çalışanlar arasında gelir eşitsizliği ve iş güvencesizliği gibi sosyal sorunlara yol açabilir. Hazır yemek tüketimiyle ilişkili sağlık sorunları, uzun vadede toplumsal sağlık harcamalarının artmasına neden olabilir.



Sağlık sistemine ek yük bindirir. Hazır yemeğin toplum üzerindeki etkileri karmaşıktır ve bu etkiler, bireylerin beslenme tercihleri, yaşam tarzları ile toplumun genel sağlık politikalarıyla yakından ilişkilidir. Sağlıklı bir toplum için bu etkilerin farkında olmak ve dengeli beslenmeyi teşvik etmek önemlidir. Hızlı yemek, zamandan tasarruf eder ama sağlıktan ödün verir. Geleneksel yemek sabırla yapılır, hazır yemek hızla yenir; biri kültür, diğeri tüketimdir. Modern hayatın koşturmacasında hazır yemek, durup dinlenmeden yemenin adı olmuştur.

### DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu çalışma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

### ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarın, herhangi bir kurum veya kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi veya katılımı (hibe, eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım, üyelik, istihdam, danışmanlık, hisse senedi sahipliği veya diğer özkaynak payları, uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

### YAZARLIK KATKI BEYANI

Akbaş, A.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Nihai onayın verilmesi; Karagöz, D.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Proje yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

### ETİK BEYAN

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

### YAPAY ZEKA KULLANIM BEYANI

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışmanın hiçbir aşamasında yapay zeka araçları kullanılmamıştır.

### KAYNAKÇA

- Aktaş-Polat, S., & Polat, S. (2020). A theoretical analysis of food meaning in anthropology and sociology. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68(3), 278-293.
- Akyürek, S., Özdemir, Ö., & Kutukız, D. (2022). Yemek Sosyolojisi Kapsamında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Türkiye Örneği. *IV. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi Bildiri Kitabı* 16-20 Kasım, Bodrum-Muğla.
- Allan, C., Bamber, G. J., & Timo, N. (2006). *Fast-food work: are McJobs satisfying?*. *Employee Relations*, 28(5), s. 402-420.
- Allcott, H., Diamond, R., Dubé, J. P., Handbury, J., Rahkovsky, I., & Schnell, M. (2019). Food deserts and the causes of nutritional inequality. *The Quarterly Journal of Economics*, 134(4), 1793-1844.
- Bankole, E., Harris, N., Rutherford, S., & Wiseman, N. (2023). A systematic review of the adolescent-directed marketing strategies of transnational fast food companies in low-and middle-income countries. *Obesity Science & Practice*, 9(6), 670-680.
- Bartiaux, F., & Salmón, L. R. (2014). Family dynamics and social practice theories: An investigation of daily practices related to food, mobility, energy consumption, and tourism. *Nature and Culture*, 9(2), 204-224.
- Beşirli, H. (2012). *Yemek sosyolojisi & Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış*, Ankara: Phoenix.
- Binder, A., Naderer, B., & Matthes, J. (2021). Shaping healthy eating habits in children with persuasive strategies: Toward a typology. *Frontiers in Public Health*, 9, 676127. 1-11.
- Block, J. P., Condon, S. K., Kleinman, K., Mullen, J., Linakis, S., Rifas-Shiman, S., & Gillman, M. W. (2013). *Consumers' estimation of calorie content at fast food restaurants: Cross sectional observational study*. *BMJ*, 346, f2907. s. 1-10.
- Brown, P. J. (1991). *Culture and the evolution of obesity*. *Human nature*, 2, s. 31-57.
- Carolan, Michael. (2016). *The sociology of food and agriculture*. Routledge.
- Chukwuemeka, O. W., & Onuoha, B. C. (2018). *Dynamic capabilities and competitive advantage of fast foods restaurants*. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 4(3), s. 7-14.
- De Vogli, R., Kouvonon, A., & Gimeno, D. (2015). 'Globozization': *ecological evidence on the relationship between fast food outlets and obesity among 26 advanced economies*. In *Food and Public Health* (pp. 10-17). Routledge.
- Di Foggia, G., & Beccarello, M. (2022). An overview of packaging waste models in some European countries. *Recycling*, 7(3), 38, 1-14.

- Akbaş, A. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 84–99.
- Fatima, Ammatul. & Srivastava, Sangita. (2017). *Impact of fast food on health. International Journal of Applied Social Science*, 4, s. 350-354.
- Freeman, A. (2007). Fast food: Oppression through poor nutrition. *Calif. L. Rev.*, 95, 2221.
- Germov, J., & Williams, L. (2016). *A sociology of food and nutrition: The social appetite*. Oxford University Press, USA.
- Gültekin, H. (2019). *Yemek sosyolojisi bağlamında üniversite öğrencilerinin yemek yeme alışkanlıklarının değerlendirilmesi: Cumhuriyet Üniversitesi örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., & Fauser, S. (2017). QSR brand value: Marketing mix dimensions among McDonald's, KFC, Burger King, Subway and Starbucks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 551-570.
- Hinrichs, C. C. (2010). Sustainable food systems: Challenges of social justice and a call to sociologists. *Sociological Viewpoints*, 26(2), 7. 1-12.
- Holm, L. (2013). Sociology of food consumption. *The handbook of food research*, 324-337.
- Ibisworld. (2024). *Global Fast Food Restaurants - Number of Businesses 2005-2029*. Erişim adresi: <https://www.ibisworld.com/> (27.01.2024).
- Jaworowska, A., Blackham, T., Davies, I. G., & Stevenson, L. (2013). *Nutritional challenges and health implications of takeaway and fast food*. *Nutrition reviews*, 71(5), s. 310-318.
- Katz, L. F., & Krueger, A. B. (1992). The effect of the minimum wage on the fast-food industry. *ILR Review*, 46(1), 6-21.
- McIntosh, W. A. (1996). *Sociologies of food and nutrition*. Texas: Springer Science & Business Media.
- Miller, B. M. (2014). The Evolution of a Fast Food Phenomenon: The Case of American Pizza. In *The Routledge History of Food* (pp. 249-269). Routledge.
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. New York: Columbia University Press.
- Murcott, A. (2005). Food as an expression of identity. In *The Future of the Nation-State* (pp. 49-77). London: Routledge.
- Murcott, A. (2019). *Introducing the sociology of food and eating*. Bloomsbury Publishing.
- Özcan, A., & Sümer, G. Ç. (2015). *Küreselleşmenin kimliksiz kentleri ve Mcdonalds kent kültürü*. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 7(13), s. 238-256.
- Palma, M. A., Ness, M. L., & Anderson, D. P. (2017). Fashionable food: a latent class analysis of social status in food purchases. *Applied Economics*, 49(3), 238-250.
- Penfold, S. (2012). *Fast food*. In *The Oxford Handbook of Food History* (p. 279). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Polivy, J., & Herman, C. P. (1985). *Dieting and bingeing: A causal analysis*. *American psychologist*, 40(2), s. 193.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Electronic Turkish Studies*. 7(4), 2675-2695.
- Scanlan, S. J. (2003). Food security and comparative sociology: Research, theories, and concepts. *International journal of sociology*, 33(3), 88-111.
- Schröder, M. J., & McEachern, M. G. (2005). *Fast foods and ethical consumer value: A focus on McDonald's and KFC*. *British food journal*, 107(4), s. 212-224.
- Shashikiran, U., Sudha, V., & Jayaprakash, B. (2004). *What is obesity*. *Med J Malaysia*, 59(1), s. 131.
- Spencer, R. A., Rehman, L., & Kirk, S. F. (2015). Understanding gender norms, nutrition, and physical activity in adolescent girls: a scoping review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 12, 1-10.
- Statista. (2024). *Global Ready Meal Market Share*. Retrieved January 29, 2024, from <https://www.statista.com/>
- Statisticsanddata. (2024). *Biggest fast food chain in the world*. Retrieved January 29, 2024, from <https://statisticsanddata.org/>.
- Thornton, L. E., Lamb, K. E., & Ball, K. (2016). *Fast food restaurant locations according to socioeconomic disadvantage, urban–regional locality, and schools within Victoria, Australia*. *SSM-population health*, 2, s. 1-9.
- Van Dress, M. G. (1980). *Fast food industry growth*. *National Food Review*, 9, s. 35-37.
- Wacker, M. (2020). *History of eating habits, food cultures and traditions in Western Europe*. In *Nutritional and Health Aspects of Food in Western Europe* (pp. 1-17). Academic Press.
- Wang, W. C., Worsley, A., & Cunningham, E. G. (2009). Social ideological influences on food consumption, physical activity and BMI. *Appetite*, 53(3), 288-296.
- Ward, P., Coveney, J., & Henderson, J. (2010). *A sociology of food and eating: Why now?*. *Journal of Sociology*, 46(4), s. 347-351.

Wood, V., Gwilliam, R., Rajandream, M. A., Lyne, M., Lyne, R., Stewart, A., & Nurse, P. (2002). *The genome sequence of Schizosaccharomyces pombe*. *Nature*, 415(6874), s. 871-880.

Yang, H., & Tate, M. (2012). A descriptive literature review and classification of cloud computing research. *Communications of the Association for Information systems*, 31(1), 37-59.

Ziauddeen, N., Fitt, E., Edney, L., Dunford, E., Neal, B., & Jebb, S. A. (2015). *Variability in the reported energy, total fat and saturated fat contents in fast-food products across ten countries*. *Public health nutrition*, 18(16), s. 2962-2969.

## **EXTENSIVE SUMMARY**

### **Introduction**

Food sociology, as a subfield within the discipline of sociology, is an area that examines people's behaviors, cultural practices, eating habits, food-related symbols, and social interactions concerning food (Holm, 2013, p. 324). Food sociology focuses on understanding the social dynamics related to nutrition and food culture. By examining the eating habits of different cultures, food sociology aims to understand people's food choices, preparation methods, and consumption rituals. Food is related to social class and status (Palma et al., 2017, p. 238). What we eat, where we eat, and how we prepare food are all connected to our social class and status. Food plays a significant role in the formation of individual and group identities. People can express their cultural connections and reinforce group identity through food. According to Carolan, food is associated with rituals and ceremonies in many cultures. Meals shared on special occasions or during community events can strengthen social bonds. Under the influence of the media, food culture and food trends can change. Television programs, social media, and other forms of communication can shape perceptions of food. The culture of fast consumption, with the spread of fast food chains, has become a significant factor affecting eating habits and social interactions. Food sociology also addresses sustainable nutrition topics. It evaluates the social impacts of food production, consumption, and waste management. By examining eating habits and nutrition in a social and cultural context, food sociology offers various perspectives for understanding people's relationship with food. Research in this field can help us better understand the impact of nutrition and food culture on social structures (Carolan, 2016, p. 33).

Food sociology is a research field that examines food and nutrition issues from a sociological perspective (Scanlan, 2003, p. 88). This discipline addresses people's eating habits, food behaviors, food production, distribution, and consumption within cultural and social contexts. Food sociology seeks to understand how the eating habits and food cultures of different societies are shaped or how they acquire meaning within cultural contexts (Aktaş-Polat & Polat, 2020, pp. 278-279). Food sociology focuses on issues of nutritional inequality and social injustice. By examining efforts to provide equal access to food resources and healthy nutrition in societies, it addresses social justice issues (Hinrichs, 2010, pp. 1-12). The structure, size, and operation of the food industry are another important subject of food sociology. Agricultural policies, the effects of industrial agriculture, food security, and sustainable agriculture are examined within this framework. Food plays a significant role in social interactions and rituals. Meals shared during special occasions, family gatherings, or community events can strengthen social bonds. Additionally, the symbolic meanings of specific foods are also explored. Food is a key element in the formation of individual and group identities (Murcott, 2005, p. 49). People can express their cultural, ethnic, or social identities through food preferences and eating habits. Globalization affects the eating habits, recipes, and food cultures of different societies. Global food trends, such as the fast food culture, are also of interest to food sociology. According to Germov, food sociology can examine eating habits and behaviors in the context of gender roles and relations. The impact of gender roles on food preparation, consumption, and sharing in societies is addressed. Food sociology offers a broad perspective to understand food and nutrition issues within social, cultural, and economic contexts. This discipline adopts a multidisciplinary approach to understanding and solving nutrition-related problems (Germov, 2016, pp. 4-10).

### **Method**

This study employs both descriptive literature review and document analysis methods to examine the social impacts of fast food culture (Yang & Tate, 2018, pp. 37-39). The literature review aims to systematically scan existing research in the field of food sociology and compile data derived from historical, economic, social, and cultural perspectives on fast food culture. Through this method, previous studies examining the effects of fast food consumption on social structure, identity, and relationships have been evaluated from a comparative standpoint. Document analysis is conducted using historical studies on fast food culture, government policies, industry reports, academic articles, and representations in popular culture. These documents have been used as resources to understand the spread of fast food, its socio-economic impacts, and changes in consumption habits. Historical documents, which can reveal the development of the fast food industry and its effects on various segments of society, have been prioritized for analysis. By combining these two methods, the paper aims to both deepen and update the knowledge in the existing literature and provide concrete examples through document analysis to support the social implications of the fast food phenomenon.

## **Finding**

Economically, the fast food industry primarily targets low-income individuals (Freeman, 2007, p. 2221). This can deepen income inequality in society and lead to the spread of unhealthy eating habits. The widespread consumption of fast food can contribute to the rise of obesity and health problems associated with it. Moreover, the global spread of fast food chains can lead to cultural homogenization and a reduction in intercultural interactions. The fast food culture offers a quick meal alternative for individuals living in fast-paced environments. This reflects the need to adapt to the speed of modern life and minimizes meal times. Fast food is a global phenomenon (Miller, 2014, p. 249). It is popular in many countries and has transcended local cultures. This promotes cultural change and interaction, while also raising concerns about homogenization and standardization.

Fast food typically contains high-calorie, fatty, and sugary foods, which can contribute to obesity, diabetes, and other health issues. The relationship between fast food consumption and health has been a focus of social and medical research. Fast food chains often use aggressive advertising and marketing strategies (Bankole et al., 2023, pp. 670-680). These strategies, particularly targeting children, encourage consumption and increase brand loyalty. The fast food industry can also have environmental impacts due to large amounts of packaging waste and resource use. Recycling of packaging materials and sustainability efforts are some solutions aimed at reducing the industry's environmental footprint. Fast food restaurants often provide low-wage jobs, which are typically a first job experience or a source of additional income for young or low-income individuals. However, these jobs are often associated with low pay and limited benefits. With the rise of fast food, traditional food cultures and slower, more careful cooking methods, such as home-cooked meals, are at risk of declining. This can lead to changes in societal food cultures and eating habits. The findings help us understand the broad impacts of fast food on society, while also emphasizing the need for further research and policy interventions in this area.

## **Conclusion**

From the perspective of food sociology, the health risks associated with fast food can impact public health and add strain to healthcare systems. Fast food menus, which are often low in nutritional value, may lead to insufficient intake of essential nutrients needed by the body. This can result in inadequate dietary habits within society and cause nutritional deficiencies. Critics argue that fast food may reduce cultural diversity and overshadow traditional local food cultures. From a food sociology standpoint, the suppression of cultural diversity and local flavors by fast food can be considered a societal loss. Claims that the fast food industry contributes to animal cruelty and unethical farming practices could influence society's sensitivity to animal rights and ethical values. These criticisms may require a reassessment of fast food in terms of sustainability and ethical responsibility. Aggressive marketing strategies targeting children, especially in fast food chains, may negatively impact children's eating habits. This could affect the health of future generations. Criticisms of low wages and labor exploitation in the fast food industry raise issues of social justice and economic inequality. In the context of food sociology, the living conditions of low-wage workers and their place in society are significant concerns. The negative environmental impacts of fast food chains, particularly concerning packaging waste and sustainability issues, become important in a society increasingly focused on environmental responsibility. Food sociology is a key tool for understanding how fast food influences societal, cultural, and economic dynamics. Criticisms can serve as a driving force for understanding the profound and wide-ranging impacts of fast food on society and transitioning to more sustainable and healthier eating models.

Fast food has become a widely consumed form of diet in Türkiye in recent years. The societal effects of this phenomenon can be evaluated from various dimensions. In Türkiye, fast food has been adopted as an alternative that suits the fast-paced work environment and lifestyle. People opt for fast food due to its quick service and convenience, saving time in the process. International fast food chains operating in Türkiye have contributed to globalization by increasing cultural interactions. Offering the same menus in different countries has stimulated cross-cultural integration. Fast food consumption is replacing traditional Turkish cuisine, altering individuals' eating habits. This signals a shift where fast food is preferred over traditional home-cooked meals. Excessive consumption of fast food can lead to obesity and health issues. The growing obesity problem, particularly among the younger generation, may be a defining factor in demonstrating the negative health effects of fast food consumption in Türkiye. The growth of the fast food sector has the potential to create employment, but this industry typically offers low-wage, low-skill jobs, leading to issues of worker exploitation and the challenges faced by low-income workers. Fast food chains in Türkiye, particularly through marketing strategies targeting children, may encourage early exposure to fast food culture. Moreover, the emphasis on toys, colorful packaging, and children's menus can create consumer habits in children from an early age. The proliferation of fast food restaurants can also impact the use of space in urban areas. With its effects on shopping malls, streets, and city centers, fast food can alter the social fabric of public spaces. Fast food consumption indicates a shift away from traditional Turkish food culture toward quicker, more individualized eating habits. Family dining culture and social interactions may also change with the widespread popularity of fast food. The societal effects of fast food in Türkiye encompass a range of factors, including adaptation to a fast-paced lifestyle,

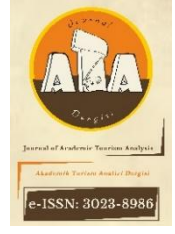
cultural change, the evolution of eating habits, and economic dynamics. Evaluating these effects can help us understand the broad impact of fast food consumption on society.



# Journal of Academic Tourism Analysis

*Akademik Turizm Analizi Dergisi*

[JournalATA.com](http://JournalATA.com)



## A Study on the Use of Ohmic Heating Technique in Cooking Foods

*Ohmik Isıtma Tekniğinin Gıdaların Pişirilmesinde Kullanımı Üzerine Bir İnceleme*

Zeliha KAYA<sup>1,\*</sup>

### ARTICLE INFO

Review Article

Article history:

Received : November 15, 2024

Revised : December 13, 2024

Accepted : December 16, 2024

Available : December 31, 2024

Keywords:

Ohmic Heating

Electrical Conductivity

Food

Cooking

### MAKALE BİLGİSİ

İnceleme Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 15 Kasım 2024

Düzeltilme : 13 Aralık 2024

Kabul : 16 Aralık 2024

Yayımlanma : 31 Aralık 2024

Anahtar Kelimeler:

Ohmik Isıtma

Elektriksel İletkenlik

Gıda

Pişirme

### ABSTRACT

In recent years, the demand for innovative cooking methods has grown due to consumer preferences for healthier, minimally processed foods with higher nutritional quality. Ohmic heating has emerged as a promising alternative to traditional cooking techniques. This study examines the principles, advantages, and applications of ohmic heating in food preparation, contrasting it with conventional methods. Unlike surface-based heating in traditional techniques, ohmic heating generates heat uniformly by-passing electrical currents directly through the food, enhancing both energy efficiency and cooking uniformity. Key benefits include reduced cooking times, better retention of nutritional and sensory qualities, and suitability for environmentally sensitive applications, making it a "green technology." Despite its advantages, ohmic heating has limitations, such as challenges posed by the heterogeneous electrical properties of food and the need for precise electrode materials to prevent contamination. Empirical studies highlighted in this review demonstrate the effectiveness of ohmic heating in diverse food applications, such as meat, rice, and legumes, showing improved textural and microbiological qualities compared to traditional methods. However, further research is required to optimize system control and expand its industrial usability. This study underscores ohmic heating's potential as an innovative, efficient, and sustainable technique for the food industry.

### ÖZ

Son yıllarda, tüketicilerin daha sağlıklı, daha az işlenmiş ve daha yüksek besin kalitesine sahip gıdalara yönelik tercihleri nedeniyle yenilikçi pişirme yöntemlerine olan talep artmıştır. Ohmik ısıtma, geleneksel pişirme tekniklerine umut verici bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, gıda hazırlamada ohmik ısıtmanın prensiplerini, avantajlarını ve uygulamalarını geleneksel yöntemlerle karşılaştırarak incelemektedir. Geleneksel tekniklerdeki yüzey bazlı ısıtmanın aksine ohmik ısıtma, elektrik akımlarını doğrudan gıdanın içinden geçirek eşit ısı üretir ve hem enerji verimliliğini hem de pişirme homojenliğini artırır. Temel faydaları arasında pişirme sürelerinin kısalması, besleyici ve duysal niteliklerin daha iyi korunması ve çevreye duyarlı uygulamalar için uygunluğu yer alır ve bu da onu "yeşil bir teknoloji" haline getirir. Avantajlarına rağmen ohmik ısıtmanın, gıdanın heterojen elektriksel özelliklerinden kaynaklanan zorluklar ve kontaminasyonu önlemek için hassas elektrot malzemelerine duyulan ihtiyaç gibi sınırlamaları vardır. Bu derlemede vurgulanan deneysel çalışmalar, et, pirinç ve baklagiller gibi çeşitli gıda uygulamalarında ohmik ısıtmanın etkinliğini göstermekte ve geleneksel yöntemlere kıyasla gelişmiş dokusal ve mikrobiyolojik nitelikler ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, sistem kontrolünü optimize etmek ve endüstriyel kullanılabilirliğini genişletmek için daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir. Bu çalışma, ohmik ısıtmanın gıda endüstrisi için yenilikçi, verimli ve sürdürülebilir bir teknik olma potansiyelinin altını çizmektedir.

## 1. GİRİŞ

Günümüz tüketicilerinin daha sağlıklı beslenme eğilimi, yüksek kalitede ürünler tüketme isteği, ekolojik kaygılar ve geleneksel ısıtma tekniklerinin enerji verimliliğinin düşük olması gibi nedenlerle gıdaların işlenmesinde yeni tekniklerin uygulanmasına yönelik arayışlar ortaya çıkmıştır (Pereira & Vicente, 2010). Tüketicilerin yeni teknolojilerden beklentisi, güvenli, sağlıklı ve minimal işlem görmüş gıdaların üretilmesidir. Önceleri, gıdalar evde hazırlanmak üzere daha çok işlenmeden tüketiciye sunulmaktaydı. Günümüz şartlarında insanlar daha çok işlenmiş gıdalar satın almaktadır. Gıdalara uygulanan geleneksel ısıl işlemlerin amacı mikrobiyal yükü azaltmak, enzimleri, toksinleri yok ederek gıdaların raf ömrünü uzatmaktır. Geleneksel ısıtma teknikleri, gıdaları mikrobiyolojik açıdan güvenli hale getirirse de gıdalarda bazı besinsel kayıplara; tat, aroma, görünüş gibi duysal özelliklerde bozulmalara

<sup>1</sup> Asst. Prof., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Tourism Faculty, Giresun University, TÜRKİYE

Dr. Öğr. Üyesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Turizm Fakültesi, Giresun Üniversitesi, TÜRKİYE

\* Corresponding author

Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.

ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

ORCID

0000-0002-3285-9659



zeliha.kaya@giresun.edu.tr



10.5281/zenodo.14582906

neden olmaktadır (Varghese vd., 2014). Bu kayıpları en aza indirmek ve daha kaliteli gıdalar tüketebilmek adına son yıllarda geleneksel pişirme tekniklerine alternatif farklı pişirme teknikleri ilgi görmektedir. Bunların başında mikrodalga ve sous-vide pişirme teknikleri gelmektedir. Son yıllarda, tüketicilerin yüksek kalite özelliklerine sahip ürün isteğini karşılayan ve bunun yanında geleneksel ısıtma tekniklerine göre yüksek enerji verimliliğine sahip olan ohmik ısıtma tekniği de geleneksel işleme yöntemlerine alternatif olarak değerlendirilmektedir (Kaya & İçier, 2019).

Ohmik ısıtma, sistemden elektriksel alternatif akım geçirilerek gıdanın devreyi tamamlayan bir parça olarak elektriksel dirence bağlı ısıtılması ilkesine dayanan elektriksel ısıtma tekniği şeklinde tanımlanmaktadır (İçier, 2003). Ohmik ısıtma esnasında elektriksel enerjinin termal enerjiye dönüşmesi söz konusudur. Isıtılacak gıdalar, en az 2 adet elektrodun bulunduğu elektriksel alan içinde, doğrudan temas ettikleri elektrotlardan gelen elektrik akımının üzerlerinden geçişi sırasında, gelen akıma karşı gösterdikleri direnç miktarıyla orantılı bir şekilde ısınırlar (Jaeger vd., 2016). Ohmik ısıtma, gıdayla direkt temas halindeyken ısıtma işlemini gerçekleştirmesi yönüyle, mikrodalga ve indüksiyon ısıtma tekniklerinden ayrılmaktadır (Kaur & Singh, 2016). Ohmik ısıtma tekniği, gıdalarda hızlı ve eşit bir ısıtma sağlamaktadır.

Bu çalışmada, ohmik ısıtma tekniğinin çalışma prensibinden, avantaj ve dezavantajlarından bahsedilmesi ve gıdaların pişirilmesinde ohmik ısıtma kullanımıyla ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, ohmik ısıtma ile pişirme teknolojisi üzerine literatürde yer alan çalışmalar incelenmiştir. Araştırma, geleneksel pişirme tekniklerine iyi bir alternatif olabileceği düşünülen ohmik pişirme tekniğinin gastronomi alanında kullanılabilirliğinin yaygınlaşması açısından önem arz etmektedir. Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

## 2. YAZIN İNCELEMESİ

### 2.1 Modern Pişirme Teknikleri

Son yıllarda, gıdaların besin değerlerinin daha iyi korunabilmesi ve pişirme işlemlerinin daha kısa sürede gerçekleştirilebilmesi adına geleneksel pişirme yöntemlerinin dışında mikrodalga, sous vide ve ohmik ısıtma ile pişirme gibi tekniklere ilgi artmıştır. Mikrodalga fırınlarda çeşitli frekanslarda elektromanyetik enerji kullanılarak besinler ısıtılmakta, pişirilmekte ve kurutulmaktadır. Mikrodalga fırınlar az miktarda ürünün işlenmesine uygun şekilde tasarlanmış cihazlardır ve büyük/fazla miktarlardaki besinler için kullanımı sınırlıdır (Puligundla vd., 2013). Bu teknikte, mikrodalgalar magnetron adı verilen elektronik tüpler tarafından üretilmekte ve dağıtıcı fanlar yardımıyla fırın içerisine yayılmaktadır. Bu fırınların metal yüzeyleri tarafından yansıtılan mikrodalgaları besinler emmektedir. Mikrodalgaların etkisiyle gıdalarda bulunan su molekülleri titreşir ve moleküllerin sürtünmesi sonucu açığa çıkan ısı gıdaları pişirir (Ağagündüz & Bilici, 2016). Mikrodalga fırınların geleneksel fırınlara kıyasla bazı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. En önemli avantajı zaman ve enerji tasarrufu sağlıyor olmasıdır. Fakat mikrodalga pişirme tekniği bazı gıdalarda homojen olmayan pişmeye neden olabilmektedir ve mikrodalga fırınlarda pişirilen gıdaların lezzeti, geleneksel yöntemlerle pişirilenlere göre daha az olabilmektedir. Aynı zamanda insanların hatalı kullanımından kaynaklanabilecek bazı sağlıksal risklerin de bulunduğu bildirilmektedir (Ahmed & Ramaswamy, 2020; Ağagündüz & Bilici, 2016).

Sous vide tekniği gıdaların vakumlu ambalajlarda tam olarak kontrol edilebilen sıcaklıklarda pişirilmesine olanak sağlayan bir teknolojidir (Schellekens, 1996). Sous vide pişirmede gıdalar ısıya dayanıklı poşetlere konulduktan sonra vakum uygulanır ve poşetlerin ağzı kapatılır. Vakumlanan poşetler sıcaklıkları tam olarak kontrol edilebilen ve içerisinde su sirkülasyonu gerçekleşen pişirme kabına alınır. Pişirilecek gıdaya uygun süre-sıcaklık kombinasyonu seçilir ve pişirme işlemi gerçekleştirilir. Süre sonunda gıdalar doğrudan tüketilebildiği gibi tava veya ızgarada kızartma işlemi uygulandıktan sonra da tüketilebilmektedir (Haskaraca & Kolsarıcı, 2013). Bu pişirme tekniğinde sıcaklık, gıdanın tüm kısımlarına eşit dağıldığından homojen bir pişirme sağlanır. Bu teknikte, sıcaklığın tam anlamıyla kontrol edilebilir olması ise geleneksel yöntemlere kıyasla çok daha hassas ve tekrarlanabilir pişirme dereceleri elde etme olanağı sağlamaktadır.

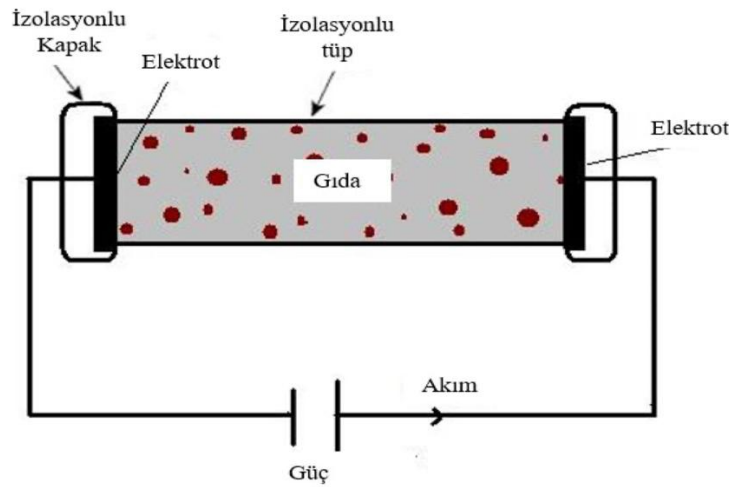
Aynı zamanda ürünün tekstürel ve kalite özellikleri zarar görmemekte, dış yüzeyinde aşırı kuruma meydana gelmemektedir. Ürün pişerken sürekli kontrol gerektirmez. Bu teknikle pişirilen gıdalar soğutulup muhafaza edilmeye ve sonrasında ısıtılarak servis edilmeye de uygundur. Tüm bu avantajların yanı sıra sous vide tekniğinin birtakım dezavantajları da mevcuttur. Örneğin, pişirme için gerekli materyaller her mutfakta bulunmayabilir ve bu materyallerin temini ek maliyet gerektirir. Pişirmede düşük sıcaklıklar tercih edildiğinden gıdaların pişmesi uzun saatler sürebilmektedir. Buna yanı sıra et ve et ürünleri de düşük sıcaklıklarda pişirildiğinden, arzu edilen kahverengi renk oluşumu gözlenmez (Church & Ghazala, 1998; Garcia-Linares vd., 2004; Haskaraca & Kolsarıcı, 2013). Ohmik ısıtma, ürün içinden elektrik akımı geçirilmesi ve gıdanın bu akıma karşı gösterdiği direnç ile ısınması prensibine dayanan bir teknolojidir (Külcü vd., 2018).

### 2.2. Ohmik Isıtma

Ohmik ısıtma, elektriksel direnç gibi davranan gıda maddesinin içinden elektrik akımı geçirilerek ısıtıldığı gelişmiş bir ısıtma işlemi tekniğidir. Ohmik ısıtmanın yeni bir teknik olmayıp 20. yüzyıldan beri kullanıldığı



bilinmektedir. Bu teknik literatürde; direkt elektriksel direnç ısıtma, elektriksel direnç ısıtma, eletro-ısıtma, elektro-kondüktif ısıtma ve joule ısıtma olarak da geçmektedir (Külcü vd., 2018). Joule yasası bir direnç üzerinden geçen elektrik akımının direncin içinde ısı oluşumuna neden olduğunu belirtmektedir. Ohmik ısıtma işleminde, direnç görevindeki gıda maddesinden alternatif akım geçirilir ve gıda elektrik enerjisinin dağılmasıyla ısınır. Bu aşamada elektrik enerjisi ısı enerjisine dönüşmektedir (Kaya & İçier, 2019). Ohmik ısıtmanın etkinliği, sistemdeki ısı üretim hızına, gıdanın elektriksel iletkenliğine, elektrik alan şiddetine ve uygulama süresine bağlıdır (Varghese vd., 2014). Bu sistemde ısıtma işlemi uygulamasında en önemli faktörlerden biri ısıtılan gıdanın elektriksel direnci ve bu direncin sıcaklığa bağlı olarak sergilediği değişimdir (Kaur & Singh, 2016). Gıdanın sıcaklığı arttıkça elektriksel direnç azalmakta, bu da ısıtma süresinin uzamasına neden olmaktadır (Sakr & Liu, 2014). Uygulamada elektriksel alan kuvveti arttıkça daha yüksek elektrik iletkenliğine ulaşılmakta ve yükselen elektriksel iletkenlik sayesinde ısınma daha hızlı gerçekleşmektedir (Kaur & Singh, 2016). Ohmik ısıtmanın homojen ve etkin bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için gıdanın boyutu, şekli ve konsantrasyonu da dikkate alınmalıdır (Chen, 2015). Gıdanın partikül konsantrasyonu arttıkça iyonik hareketlilik yavaşlamakta ve bu da elektriksel iletkenliğin zayıflamasına neden olmaktadır. Bu nedenle yüksek yoğunluklu ve yüksek özgül ısılarına sahip ürünler bu teknikle daha yavaş ısınmaktadır. Sıvı gıdalarda da viskozite, ohmik ısıtma etkinliği üzerinde etkilidir. Yüksek viskoziteli sıvılar düşük viskoziteli olanlara göre ohmik yöntemle daha hızlı ısınmaktadır (Marcotte vd., 2000; Silva vd., 2017). Genel olarak ohmik ısıtma sistemi bir güç kaynağı, elektrotlar, ısıtma hücresi, mikroişlemci ve bilgisayardan oluşmaktadır (Gavahian & Farahnaky, 2018).



Şekil 1. Ohmik Isıtma İşleminin Şematik Gösterimi (Baysal vd., 2011)

### 2.3. Ohmik Isıtmanın Avantajları ve Dezavantajları

Gıdaların pişirilmesinde geleneksel yöntemlere alternatif olan ohmik ısıtma tekniği ile pişirme teknolojisinin diğer yöntemlerle kıyaslandığında bazı avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Avantajları şu şekilde sıralanabilir (Richardson, 2001; İncedayı vd., 2019):

- Geleneksel yöntemlere alternatif bir diğer pişirme tekniği olan mikrodalga pişirmenin aksine nüfuz derinliği sınırlaması yoktur ve içten-hacimsel ısıtma sağlanır. Bu sayede, gıdada büyük sıcaklık farkları oluşmadan ve karıştırmaya gerek duyulmadan hem sıvı hem katı fazlarda aynı anda çok daha düzgün ve eşit bir ısıtma sağlanır.
- Geleneksel yöntemlerle ulaşılması çok güç ya da imkânsız sıcaklıklara çok hızlı ulaşılır (1°C/s).
- Gıdaların ısı transferi katsayıları bu ısıtma tekniğinde ısınma için sınırlandırıcı faktör değildir. Isı transfer yüzeyine ihtiyaç duyulmadan ısı enerjisi doğrudan ürün içinde üretilir.
- Pişirilen gıdaların yüzeyinde yanma veya sıcak nokta oluşumu gözlenmez. Bu da ohmik ısıtmayı sıcaklık artışlarına hassasiyet gösteren gıdaların işlenmesinde de kullanılabilir kılmaktadır.
- Akım kesildiği anda ısı transferinin son bulması proses kontrolünü kolaylaştırmaktadır.
- Enerji verimi oldukça yüksek bir tekniktir (%90).
- Sessiz ve çevre dostu bir sistem olması nedeniyle 'green technology' olarak adlandırılan teknolojiler arasındadır.
- Ohmik ısıtma tekniğinin dezavantajları ise şu şekilde sıralanabilir (Richardson, 2001; İbicek, 2006; İncedayı vd., 2019):
- Gıdaların elektrik özelliklerinin heterojenliği pişme kalitesini etkiler. Aynı zamanda gıdaların elektrik direncinin sıcaklıkla azalmasına bağlı olarak ısıtma işleminde sıcaklık yükseldikçe verimin düşmesine neden olur.
- Gıdanın içinde yüksek elektrik iletken (metal) ve yalıtkan (yağ, kemik, buz vb.) kısımlar var ise bu bölgelerde ısıtma sağlanamaz.

- Gıdaların yüzeyinde pişirme sırasında meydana gelen ve istenmeyen esmerleşme reaksiyonları etkin olarak görülemez.
- Farklı gıdalar farklı elektriksel iletkenliklere sahip olduğundan pişirilecek gıdanın özgün özelliklerine bağlı bir tasarım gerektirmektedir.
- Elektrot malzemesinin uygun niteliklerde seçilmesi ciddi öneme sahiptir. Aksi takdirde, elektrotlarda meydana gelen korozyon sonucu gıdaya geçiş yapan metal iyonları, toksik etkilere neden olabilmektedir.
- Elektrik alan ve sıcaklığın birlikte çözümünü gerektirdiğinden modellenmesi zor bir proses olarak nitelendirilir.
- Sistemin sürekli izlenmesi ve kontrol edilmesi gerekmektedir.

#### 2.4. Ohmik Isıtma Teknolojisinin Kullanım Alanları

Ohmik ısıtma teknolojisi oldukça geniş bir uygulama alanına sahiptir. Bunlar: pişirme, evaporasyon, haşlama, pastörizasyon, kurutma, fermentasyon, sterilizasyon, ekstraksiyon ve çözündürme şeklinde sıralanabilir. Bu işlemler için ohmik ısıtma sistemlerinin kullanımıyla gıdada ısı artışı kısa sürede ve kitlesel bir şekilde gerçekleştiği için ürünün rengi, dokusu, aroması ve lezzeti korunurken, mikrobiyal olarak güvenli hale getirilmesi de kolaylaşmaktadır. Geleneksel yöntemlere kıyasla, ohmik ısıtma teknolojisi kullanılarak yapılan pastörizasyon ve sterilizasyon işlemlerinde gıdanın besin değerlerinin daha iyi korunduğu bildirilmiştir (Achir vd., 2016; Cho vd., 2016). Yapılan çalışmalarda; pişirme, haşlama, çözündürme gibi işlemlerde gıdaya uygun gerilim ve güç değerleri uygulanırsa tekstürel kalitenin korunduğu da gözlenmiştir (Farahnaky vd., 2012; Kanjanapongkul, 2017). Donmuş ürünleri çözdürmek için ohmik sistemler kullanıldığında ise gıda dokusunun zarar görmediği, nem kaybının az olduğu, renk ve aroma özelliklerinin diğer yöntemlere göre daha iyi korunduğu görülmüştür (Çelebi ve İçier, 2014; Liu vd., 2017).

İçier (2010) çalışmasında enginarı aynı sıcaklık değerinde ohmik sistem kullanarak ve geleneksel yöntem ile haşlamış, geleneksel yönteme kıyasla ohmik haşlama işlemiyle enginarda C vitamini kaybının daha az olduğunu ve haşlama sonrası örneklerde kalan fenolik bileşen içeriğinin daha fazla olduğunu rapor etmiştir. Bozkurt ve İçier (2010) kıymayı ohmik pişirme ve geleneksel pişirme teknikleri ile pişirmişlerdir ve ohmik pişirmenin geleneksel pişirmeden daha hızlı gerçekleştiğini bildirmişlerdir. Ohmik olarak pişirilen örneklerin geleneksel pişirilenlerden daha sert olduğunu ancak verim ve yağ tutulumu değerlerinin benzer olduğunu belirtmişlerdir. Bununla birlikte hacim küçülmesinin ohmik pişirmede çok daha az olduğunu ve tüm bunlar göz önüne alındığında ohmik pişirmenin et ürünleri için hızlı bir alternatif yöntem olabileceğini rapor etmişlerdir.

Kanjanapongkul (2017) çalışmasında, yasemin pirincini ohmik ısıtma teknolojisi ile pişirmiş ve pirincin şişme davranışını, elektriksel iletkenliğini, su difüzyonunu ve pişirme enerjisini incelemiştir. 80°C'den yüksek sıcaklıklarda suyun pirinç tanelerinin içinde daha hızlı yayıldığını ve pirinç tanelerinin daha hızlı şiştiğini gözlemlemiştir. Daha yüksek elektrik alan şiddetinin de difüzyon hızını artırdığını belirtmiştir. Ohmik ısıtma ile pişirme esnasında tüketilen enerjinin, elektrikli bir pişiricide tüketilen enerjinin 1/4'ü kadar olduğunu ve pişirme süresinin de 17-18 dakika kadar düşük olduğunu bildirmiştir. Bunun yanı sıra, elektrikli pişiriciden farklı olarak ohmik pişirme sonrasında pişirme kabındaki pirinç tabakasında herhangi bir kirlenme olmadığı da gözlemlenmiştir.

Külcü vd. (2018) çalışmalarında, tavuk göğüs etini ohmik ve mikrodalga pişirme tekniklerini kullanarak pişirmiş ve pişen tavuk etlerini buzdolabında depolama koşullarında mikrobiyolojik olarak incelemiştir. Çalışma sonucunda, ohmik pişirme tekniği ile pişirilen tavuk etlerinde mikrobiyal bozulmanın mikrodalga ile pişirilen etlere göre daha geç başladığını ve bu nedenle ohmik pişirme ile pişirilmiş etlerin daha uzun süre tüketime uygun şekilde muhafaza edilebileceğini bildirmişlerdir.

Ángel-Rendón vd. (2019) domuz etini ohmik pişirme tekniği ve tavada pişirme tekniği ile pişirerek ürünü su tutma kapasitesi, pişirme kaybı ve renk değerleri bakımından kıyaslamışlardır. Çalışma sonucunda, pişirme teknikleri arasında pişirme kaybı açısından önemli bir fark bulunmadığını; ancak renk değişimi ve su tutma kapasitesi bakımından önemli farklar bulunduğunu bildirmişlerdir. Aynı zamanda %2,1'in altındaki tuzlu su ile tuzlanmış domuz eti örneklerinin elektriksel iletkenlik değerinin ohmik pişirme için düşük olduğunu ve bu koşullarda et örneklerinin pişirilmesi için uygun olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuçlar doğrultusunda, gastronomi sektörü için domuz etinin ohmik pişirme tekniği ile pişirilmesinin tavada pişirmeye kıyasla pişirme süresi açısından avantajlı olduğunu ifade etmişlerdir.

Aydın vd. (2021) balık pate yemeğini aynı sıcaklık değerlerinde ohmik pişirme ve geleneksel pişirme teknikleri ile pişirip mikrobiyolojik, duyu ve renk özellikleri bakımından kıyaslamışlardır. Çalışma sonucunda, pastörizasyon süresinin ohmik pişirme tekniği ile geleneksel yönteme göre daha kısa olduğunu ancak mikrobiyal açıdan iki teknikte de pişirilen balık patenin istatistiksel açıdan farklı olmadığını bildirmişlerdir. Renk bakımından L ve a değerlerinin iki teknikte de pişirilen balıklarda istatistiksel açıdan farklı bulunmadığını fakat iki patenin de renk değerlerinin çiğ pateye kıyasla önemli ölçüde farklı olduğunu belirtmişlerdir. Pişirme işlemi sonrasında ohmik pişirme tekniği ile pişirilen patenin görünüş, renk ve koku puanının geleneksel yöntemle pişirilen pateden yüksek olduğunu rapor etmişlerdir.

Tunç vd. (2022) çalışmalarında, ohmik ısıtma destekli vakum buharlaştırma yönteminin pekmez üretiminde kullanımını araştırmışlardır. Geleneksel vakum buharlaştırma yöntemi ve farklı voltaj gradyanlarında ohmik ısıtma destekli vakum buharlaştırma yöntemini kullanarak ürettikleri pekmezleri; bazı fizikokimyasal özellikleri, HMF (5-hidroksimetilfurfural) içerikleri ve enerji tüketimleri açısından karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda, enerji tüketiminin geleneksel vakum buharlaştırma yönteminde tüm voltaj gradyanlarında ohmik destekli vakum buharlaştırma yöntemine göre daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir. İki yöntem arasında HMF içerikleri açısından önemli bir fark olmadığını, ohmik ısıtma destekli vakum buharlaştırma sisteminin pekmez üretiminde geleneksel ısıtmaya alternatif olabileceğini rapor etmişlerdir.

Tumpanuvat ve Jittanit (2024) kahverengi pirinç ve bazı bakliyatları ohmik ısıtma tekniği ile pişirmişlerdir. Çalışma sonucunda, tüm örneklerin elektriksel iletkenliklerinin ohmik ısıtma için yeterli olduğunu ve ohmik yöntem kullanılarak pişirilen örnek karışımların antioksidan aktiviteleri ile kalsiyum, fosfor ve potasyum içeriklerinin geleneksel yöntemle pişirilenlere göre önemli ölçüde yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Aynı zamanda, bakliyatların geleneksel yöntemle pişirilmesinde haşlama gibi ön işlemlere gerek duyulurken ohmik ısıtma ile ön işleme gerek kalmadan pişirilebildiklerini belirtmişlerdir.

### 3. SONUÇ

Ohmik ısıtma, gıda teknolojisinde yenilikçi bir yaklaşım olarak geleneksel pişirme yöntemlerine kıyasla belirgin avantajlar sunmaktadır. Geleneksel yöntemler genellikle yüzeyden merkeze doğru bir ısı transferine dayalı olduğundan, bu durum bazı besin kayıplarına, renk ve doku değişikliklerine yol açmaktadır. Ancak ohmik ısıtma teknolojisinde, elektriğin doğrudan gıdanın içerisinden geçirilmesiyle ısınma sağlandığı için sıcaklık homojen bir şekilde dağılarak daha hızlı ve etkili bir pişirme sağlamaktadır. Bununla birlikte, ohmik ısıtmanın en önemli avantajlarından biri, enerji verimliliğinin yüksek olmasıdır ve bu sayede ohmik ısıtma çevre dostu bir teknoloji olarak öne çıkmaktadır. Ohmik ısıtma ile pişirilen gıdalarda mikrobiyal güvenlik sağlanırken besin değeri kayıpları da en aza indirilmektedir.

Ohmik ısıtma teknolojisinin bir diğer avantajı ise yüzeyde yanma veya sıcak noktaların oluşumunun gerçekleşmemesidir. Bu durum, özellikle hassas gıdalar için önemlidir. Ancak ohmik ısıtmanın dezavantajları da bulunmaktadır. Özellikle gıdaların elektrik iletkenliği ve direnç özelliklerindeki heterojenlikler, pişirme kalitesini etkileyebilmektedir. Gıda içerisinde az iletken veya yalıtkan bölgeler varsa homojen bir pişirme elde etmek zorlaşabilmektedir. Ayrıca doğru elektrot malzemesinin seçilmemesi durumunda, gıda güvenliği açısından risk oluşturabilecek metal iyonları gıdalara geçebilmektedir.

Çeşitli gıdalarda yapılan araştırmalar, ohmik ısıtmanın farklı uygulama alanları için potansiyel taşıdığını göstermektedir. Et, sebze, tahıl ve meyve gibi çeşitli gıda ürünlerinde yapılan deneysel çalışmalar, ohmik ısıtmanın dokusal ve duyu kaliteyi koruma açısından geleneksel yöntemlere göre daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, et ürünlerinde mikrobiyal bozulmanın geciktiği, pilav ve bakliyat ürünlerinde ise pişirme süresinin kıaldığı gözlenmiştir. Bu durum, ohmik ısıtmanın özellikle gastronomi ve gıda işleme endüstrisi için umut vadeden bir yöntem olduğunu düşündürmektedir.

Mevcut araştırmalar, ohmik ısıtmanın farklı gıda gruplarında verimli bir pişirme sağlayabildiğini gösterse de bu teknolojinin daha geniş bir alanda uygulanabilmesi için elektriksel özellikler ve sistem kontrolü alanlarında daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Gıda işleme endüstrisi, sürdürülebilir ve sağlıklı pişirme yöntemleri arayışında ohmik ısıtma tekniğine yönelik ilgiyi artırmakta olup gelecekte bu teknolojinin daha yaygın bir kullanım alanına sahip olması beklenmektedir.

### DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu çalışma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

### ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarın, herhangi bir kurum veya kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi veya katılımı (hibe, eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım, üyelik, istihdam, danışmanlık, hisse senedi sahipliği veya diğer özkaynak payları, uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

### YAZARLIK KATKI BEYANI

Kaya, Z.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Nihai onayın verilmesi.

**ETİK BEYAN**

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

**YAPAY ZEKA KULLANIM BEYANI**

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışmanın hiçbir aşamasında yapay zeka araçları kullanılmamıştır.

**KAYNAKÇA**

- Achir, N., Dhuique-Mayer, C., Hadjal, T., Madani, K., Pain, J. P., & Dornier, M. (2016). Pasteurization of Citrus Juices with Ohmic Heating to Preserve the Carotenoid Profile. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 33, 397-404.
- Ağagündüz, D., & Bilici, S. (2016). Mikroalga Fırınlarda Isıl İşlem Uygulamalarının Besin Değeri ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 44(3), 289-297.
- Ahmed, J., & Ramaswamy, H. S. (2020). Microwave Pasteurization and Sterilization of Foods. In *Handbook of Food Preservation* (pp. 713-732). CRC Press.
- Ángel-Rendón, S. V., Filomena-Ambrosio, A., Cordon-Díaz, S., Benítez-Sastoque, E. R., & Sotelo-Díaz, L. I. (2019). Ohmic Cooking: Application of a Novel Technology in Pork and Influences on Water Holding Capacity, Cooking Loss and Colour. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 17, 100164.
- Aydın, C., Kurt, U., & Kaya, Y. (2021). Effect of Cooking Treatment on Microbial, Sensory and Colour Characteristics of Fish Pâté: Comparison of Ohmic and Traditional Cooking Techniques. *Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 36(2), 253-262.
- Külcü, D. B., Günaydın, İ. N. P., & Aydın, H. K. (2018). Ohmik ve Mikroalga Pişirme Uygulanmış Tavuk Göğüs Etinin Buzdolabı Şartlarında Depolanması ve Bazı Mikrobiyal Kalite Değişimleri. *Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi*, 3(1), 7-14.
- Baysal, T., İçier, F., & Baysal, A. H. (2011). Güncel Elektriksel Isıtma Yöntemleri. *Sidas Medya Yayınları*, Çankaya, İzmir.
- Bozkurt, H., & İçier, F. (2010). Ohmic Cooking of Ground Beef: Effects on Quality. *Journal of Food Engineering*, 96(4), 481-490.
- Chen, C. (2015). Ohmic Heating: Conventional and Advanced Food Processing Technologies. Ed.: *Bhattacharya, S.*, 673-690.
- Cho, W. I., Yi, J. Y., & Chung, M. S. (2016). Pasteurization of Fermented Red Pepper Paste by Ohmic Heating. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 34, 180-186.
- Church, I., & Ghazala, S. (1998). The Sensory Quality, Microbiological Safety and Shelf Life of Packaged Foods. *Sous Vide and Cook-Chill Processing for the Food Industry*, (2), 190-205.
- Çelebi, C., & İçier, F. (2014). Ohmic Thawing of Frozen Ground Meat. *Bulgarian Chemical Communications*, 46 (Special issue B), 121-125.
- Farahnaky, A., Azizi, R., & Gavahian, M. (2012). Accelerated Texture Softening of Some Root Vegetables by Ohmic Heating. *Journal of Food Engineering*, 113(2), 275-280.
- Garcia-Linares, M. C., Gonzalez-Fandos, E., Garcia-Fernández, M. C., & Garcia-Arias, M. T. (2004). Microbiological and Nutritional Quality of Sous Vide or Traditionally Processed Fish: Influence of Fat Content. *Journal of Food Quality*, 27(5), 371-387.
- Gavahian, M., & Farahnaky, A. (2018). Ohmic-assisted Hydrodistillation Technology: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 72, 153-161.
- Haskaraca, G., & Kolsarıcı, N. (2013). Sous Vide Pişirme ve Et Teknolojisinde Uygulama Olanakları. *Akademik Gıda*, 11(2), 94-101.
- İbicek, T. (2006). Alternatif Pişirme Yöntemlerinin Araştırılması ve Yeni Hibrid Yöntem Oluşturulması (Doktora Tezi) İstanbul Teknik Üniversitesi.
- İçier, F. (2010). Ohmic Blanching Effects on Drying of Vegetable Byproduct. *Journal of Food Process Engineering*, 33(4), 661-683.

- İçier, F. (2003). Gıdaların Ohmik Isıtma Yöntemiyle Isıtılmasının Deneysel ve Kuramsal Olarak İncelenmesi (Doktora Tezi) Ege Üniversitesi.
- İncedayı, B., Seyhan, B., & Çopur, Ö. U. (2019). Ohmik Isıtma Destekli İşlemlerin Gıdalarda Kullanımı ve Kalite Üzerine Etkisi. *Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(2), 341-354.
- Jaeger, H., Roth, A., Toepfl, S., Holzhauser, T., Engel, K. H., Knorr, D., ... & Steinberg, P. (2016). Opinion on the Use of Ohmic Heating for the Treatment of Foods. *Trends in Food Science & Technology*, 55, 84-97.
- Kanjanapongkul, K. (2017). Rice Cooking Using Ohmic Heating: Determination of Electrical Conductivity, Water Diffusion and Cooking Energy. *Journal of Food Engineering*, 192, 1-10.
- Kaur, N., & Singh, A. K. (2016). Ohmic Heating: Concept and Applications—a Review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 56(14), 2338-2351.
- Kaya, O., & İçier, F. (2019). İndüksiyon ve Ohmik Isıtma İşlemlerinin Gıdalara Uygulanabilirliğinin Karşılaştırılması. *Akademik Gıda*, 17(1), 111-120.
- Liu, L., Llave, Y., Jin, Y., Zheng, D. Y., Fukuoka, M., & Sakai, N. (2017). Electrical Conductivity and Ohmic Thawing of Frozen Tuna at High Frequencies. *Journal of Food Engineering*, 197, 68-77.
- Marcotte, M., Trigui, M., & Ramaswamy, H. S. (2000). Effect of Salt and Citric Acid on Electrical Conductivities and Ohmic Heating of Viscous Liquids. *Journal of Food Processing and Preservation*, 24(5), 389-406.
- Pereira, R. N., & Vicente, A. A. (2010). Environmental Impact of Novel Thermal and Non-Thermal Technologies in Food Processing. *Food Research International*, 43(7), 1936-1943.
- Puligundla, P., Abdullah, S. A., Choi, W., Jun, S., Oh, S. E., & Ko, S. (2013). Potentials of microwave heating technology for select food processing applications-a brief overview and update. *Journal of Food Processing & Technology*, 4(11), 278.
- Richardson, P. (Ed.). (2001). Thermal technologies in Food Processing. *Elsevier*.
- Sakr, M., & Liu, S. (2014). A Comprehensive Review on Applications of Ohmic Heating (OH). *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 39, 262-269.
- Schellekens, M. (1996). New Research Issues in Sous-Vide Cooking. *Trends in Food Science & Technology*, 7(8), 256-262.
- Silva, V. L., Santos, L. M., & Silva, A. M. (2017). Ohmic Heating: an Emerging Concept in Organic Synthesis. *Chemistry—A European Journal*, 23(33), 7853-7865.
- Tumpanuvat, T., & Jittanit, W. (2024). Application of Ohmic Heating in Cooking Mixtures of Brown Rice and Whole Grains: Total Phenolic Content, Antioxidant Activities, Vitamin B1, Some Minerals, and Energy Consumption. *International Journal of Food Properties*, 27(1), 431-447.
- Tunç, M. T., Akdoğan, A., Baltacı, C., Kaya, Z., & Odabaş, H. İ. (2022). Production of Grape Pekmez by Ohmic Heating-Assisted Vacuum Evaporation. *Food Science and Technology International*, 28(1), 72-84.
- Varghese, K. S., Pandey, M. C., Radhakrishna, K., & Bawa, A. S. (2014). Technology, Applications and Modelling of Ohmic Heating: a Review. *Journal of Food Science and Technology*, 51, 2304-2317.

## EXTENSIVE SUMMARY

### Introduction

With today's consumers' tendency to eat healthier, their desire to consume high-quality products, ecological concerns and the low energy efficiency of traditional heating techniques, search for the application of new techniques in food processing has emerged (Pereira & Vicente, 2010). The purpose of traditional heat treatments applied to foods is to reduce microbial load, destroy enzymes and toxins and extend the shelf life of foods. (Varghese et al., 2014). Ohmic heating, which meets the consumer's demand for high-quality products and also has high energy efficiency compared to traditional heating techniques, is seen as an alternative to traditional processing methods (Kaya & İçier, 2019). Ohmic heating is based on the principle that when an alternating current is passed through the system, the food is heated by electrical resistance as a part that completes the circuit (İçier, 2003). During ohmic heating, electrical energy is converted into thermal energy.

### Method

This study was planned as a review study. International and national literature on ohmic heating technology and its use in cooking foods was scanned and the results on the subject were reported.

## **Finding**

In recent years, there has been an increase in interest in techniques such as microwave, sous vide and ohmic heating cooking, in order to better preserve the nutritional value of foods and to cook them in a shorter time. In microwave ovens, food is heated, cooked and dried using electromagnetic energy at various frequencies. The sous vide technique is a technology that allows foods to be cooked in vacuum packages at precisely controlled temperatures (Schellekens, 1996).

Ohmic heating is basically an advanced heat treatment technique in which the food material, which acts like an electrical resistor, is heated by passing an electric current through it. The effectiveness of ohmic heating depends on the heat production rate in the system, the electrical conductivity of the food, the electric field strength and the application time (Varghese et al., 2014). In order to perform ohmic heating homogeneously and effectively, the size, shape and concentration of the food must also be taken into account (Chen, 2015). In general, the ohmic heating system consists of a power source, electrodes, heating cell, microprocessor and computer (Gavahian & Farahnaky, 2018).

Cooking technology with ohmic heating technique has some advantages and disadvantages compared to other methods. Advantages (Richardson, 2001; İncedayı et al., 2019);

- Smooth and equal heating is provided.
- Temperatures that are very difficult to reach with traditional methods are reached very quickly (1°C/s).
- No burning or hot spot formation is observed on the surface of cooked foods.
- Heat transfer ends when the current is cut off, facilitating process control.
- High energy efficiency (90%).
- It is a silent and environmentally friendly system.

Disadvantages (Richardson, 2001; İbicek, 2006; İncedayı et al., 2019);

- Heterogeneity of electrical properties of foods affects cooking quality.
- Heating cannot be provided in insulating parts inside the food.
- Undesirable browning reactions that occur during cooking cannot be effectively observed.
- Since foods have different electrical conductivities, a design based on the food to be cooked is required.
- Selecting the electrode material with appropriate qualities is of great importance to prevent corrosion.
- The system must be constantly monitored and controlled.

Ohmic heating technology has a wide range of applications such as evaporation, blanching, pasteurization, drying, fermentation, sterilization, extraction and dissolution. Studies show that by using ohmic heating systems in these processes, the heat increase in the food occurs in a short time and massively, thus preserving the colour, texture, aroma and flavor of the product and making it microbially safe becomes easier. (Farahnaky et al., 2012; Kanjanapongkul, 2017).

## **Conclusion**

Ohmic heating offers significant advantages over traditional cooking methods. Since traditional methods are generally based on heat transfer from the surface to the center, this leads to some nutritional losses, color and texture changes. However, since the heating is provided by passing electricity directly through the food in ohmic heating technology, the temperature is distributed homogeneously, providing faster and more effective cooking. This technique is also a highly energy efficient and environmentally friendly technology. Ohmic heating also has disadvantages. In particular, heterogeneity in the electrical conductivity and resistance properties of foods can affect cooking quality. In addition, if the correct electrode material is not selected, metal ions that can pose a risk to food safety can pass into the food.

Experimental studies conducted on various food products such as meat, vegetables, grains and fruits reveal that ohmic heating is more effective than traditional methods in terms of preserving textural and sensory quality. This suggests that ohmic heating is a promising method especially for the gastronomy and food processing industry. For wider application of ohmic heating technology, more studies are needed in the areas of electrical properties and system control. The food processing industry is increasing its interest in ohmic heating technique in search of sustainable and healthy cooking methods, and it is expected that this technology will be used more widely in the future.

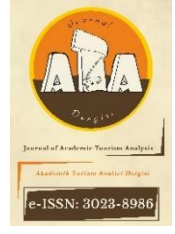




# Journal of Academic Tourism Analysis

## Akademik Turizm Analizi Dergisi

JournalATA.com



### Different Flavors, Shared Theme: Olive Oil

#### Farklı Tatlar Ortak Tema: Zeytinyağı

Gizem Sena KESKİN<sup>1,\*</sup>, Hasan Hüseyin KARA<sup>2</sup>

#### ARTICLE INFO

Review Article

Article history:

Received : September 24, 2024

Revised : December 16, 2024

Accepted : December 23, 2024

Available : December 31, 2024

Keywords:

Olive

Olive Oil

Gastronomy

Turkish Cuisine

Cuisine Culture

#### ABSTRACT

Food is a cultural element with both individual and social dimensions, and the physical and cultural geography in which it is located directly affects culinary traditions. Also, from the point of view of consumers, there has been an increasing trend towards healthy eating and consumption of nutritious products, which is known to lead to an increased interest in olives and olive oil. When the history of olive oil is examined, it is stated that the ancient Greek and Roman civilizations had an important place in culinary practices, and the use of olives and olive oil has continued since those times. Olive oil has the property of being one of the richest vegetable oils containing bioactive components such as monounsaturated fatty acids, flavonoids, vitamins and sterols. Olive oil grown in the coastal regions of the Mediterranean is a natural oil obtained only by mechanical and physical processes. This process supports the unique taste, flavor and aroma of olive oil while preserving the components beneficial to human health. Olive fruit and olive oil are widely used in Turkish cuisine, adding flavor to dishes and providing many health benefits. This study focuses on olive oil dishes in Turkish culinary culture by reviewing the existing literature on the subject. The results show that olive oil consumption and related recipes are limited in Turkey, and some regions prefer less healthy fats compared to olive oil. In the light of the findings of the study, it is recommended to make efforts for the development of olive oil consumption culture and the regulation of olive oil-related activities.

#### MAKALE BİLGİSİ

İnceleme Makalesi

Makale Süreci:

Gönderim : 24 Eylül 2024

Düzeltilme : 16 Aralık 2024

Kabul : 23 Aralık 2024

Yayımlanma : 31 Aralık 2024

Anahtar Kelimeler:

Zeytin

Zeytinyağı

Gastronomi

Türk Mutfağı

Mutfak Kültürü

#### ÖZ

Yemek, bireysel ve toplumsal boyutlara sahip bir kültürel unsur olup içinde bulunduğu fiziksel ve kültürel coğrafya doğrudan mutfak geleneklerini etkilemektedir. Ayrıca, tüketiciler açısından sağlıklı beslenme ve besleyici ürünlerin tüketimine yönelik artan bir eğilim bulunmaktadır, bu durumun zeytin ve zeytinyağına olan ilginin artmasına neden olduğu bilinmektedir. Zeytinyağı tarihine bakıldığında, antik Yunan ve Roma uygarlıklarının mutfak pratiklerinde önemli bir yere sahip olduğu ve zeytin ile zeytinyağı kullanımının o dönemlerden günümüze kadar devam ettiği görülmektedir. Zeytinyağı, tekli doymamış yağ asitleri, flavonoidler, vitaminler ve steroller gibi biyoaktif bileşenler içeren en zengin bitkisel yağlardan biri olma özelliğine sahiptir. Akdeniz'in kıyı bölgelerinde yetişen zeytinden yalnızca mekanik ve fiziksel işlemlerle elde edilen bu doğal yağ, insan sağlığına faydalı bileşenleri korurken kendine özgü tat, lezzet ve aromayı da desteklemektedir. Zeytin meyvesi ve zeytinyağı, Türk mutfağında yaygın olarak kullanılmakta; yemeklere lezzet katmakta ve birçok sağlık faydası sağlamaktadır. Bu çalışma, konuya ilişkin mevcut literatürü inceleyerek Türk mutfak kültüründe zeytinyağlı yemeklere odaklanmaktadır. Sonuçlar, Türkiye'de zeytinyağı tüketimi ve bu yağla ilgili tariflerin sınırlı olduğunu, bazı bölgelerin ise zeytinyağına kıyasla daha az sağlıklı yağları tercih ettiğini göstermektedir. Çalışmanın bulguları ışığında, zeytinyağı tüketim kültürünün geliştirilmesi ve zeytinyağıyla ilgili etkinliklerin düzenlenmesine yönelik çabaların artırılması önerilmektedir.

## 1. GİRİŞ

Gastronomi kavramı, insanlar tarafından tüketimi sağlanan yiyecek ve içeceklerin tarihî boyutunun da ele alınarak tüm niteliklerinin ayrıntılı olarak araştırılmasını ve bunların günlük yaşama uygulanmasını sağlayan bir yemek sanatı ve bilim dalıdır (Keser, Tunalioglu & Avunduk, 2018). Geçmişten günümüze kadar medeniyet kavramı

PhD. Stud., Department of Gastronomy and Culinary Arts, Faculty of Tourism, Konya Necmettin Erbakan University, Konya, TÜRKİYE

ORCID 0000-0003-1045-6418

<sup>1</sup> Dr. Öğr., Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Turizm Fakültesi, Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, TÜRKİYE

✉ gsenalocay@gmail.com

Prof., Department of Nutrition and Dietetics, Nezahat Keleşoğlu Faculty of Health Sciences, Konya Necmettin Erbakan University, Konya, TÜRKİYE

ORCID 0000-0002-4701-8545

<sup>2</sup> Prof. Dr., Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Nezahat Keleşoğlu Sağlık Bilimleri Fakültesi, Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, TÜRKİYE

✉ hasankara@erbakan.edu.tr

\* Corresponding author  
Sorumlu yazar



Journal ATA is licensed under CC BY-NC 4.0.  
ATA Dergisi CC BY-NC 4.0 ile lisanslanmıştır.

doi 10.5281/zenodo.14582986



yemek sanatı ile yakından ilişkilendirilmiştir hatta toplumun temelini bu kavrama dayalı olduğu düşünülmektedir (Selimoğlu vd., 2018). Toplumdaki bireyler geçmiş deneyimlerinden, yaşadıkları coğrafyadan ve dini inançlar gibi unsurlardan etkilenmiş ve bu kapsamda kendilerine ait bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır (Ceylan & Şahingöz, 2019). Mutfak kavramı, yalnızca fiziksel bir alanı değil, aynı zamanda bir kültürel mirasın parçasını da ifade etmektedir (Aktaş & Özdemir, 2007; Batu, 2023). Kültürel miras bağlamında mutfaklar; somut unsurlar olarak malzemeler ve pişirme gereçleri; soyut unsurlar olarak ise tatlar, kokular, tarifler ve yeme-içme gelenekleriyle tanımlanmaktadır (Timothy & Ron, 2013). Çalışmaya konu olan zeytinyağı ise hem somut hem de soyut bir öge olma özelliğini göstermektedir.

Son zamanlarda sağlıklı olma ve sağlıklı ürünleri tüketme çabası, bireylerin zeytin ve zeytinyağı tüketimine olan ilgisini artırmıştır (Cömert vd., 2012). Tekli doymamış yağ asitleri bakımından en zengin ve en bilinen olan bitkisel yağların başında zeytinyağı gelmektedir. İçeriğindeki flavonoidler, vitaminler ve stanoller gibi biyoaktif bileşenlerin yüksek oranda olduğu ve vücut için dışarıdan alınması gereken elzem yağ asitlerini içerisinde barındırdığı bilinmektedir. Zeytin genel olarak Akdeniz'in çevre kıyı bölgelerinde yetişmektedir (Özata & Cömert, 2016). Bunun dışında bazı mikroklima bölgelerinde de zeytin yetiştiriciliği yapıldığı görülmektedir. Doğal zeytinyağı, zeytin meyvesine sadece mekanik ve fiziksel işlemler uygulanması sonucu elde edilmektedir. Bu durum zeytinyağının kendine has tadı, lezzeti ve kokusu olan ve insan sağlığına yararlı bileşenler içeren bir yağ çeşidi olmasını desteklemektedir (Sevim, 2011).

Zeytin meyvesi ve yağı hemen hemen tüm dünya mutfaklarında sıklıkla tüketilmekte ve Türk mutfak kültürü içinde de çeşitli yemeklerde, pilav ve mezelerde kullanılmaktadır (Güdek, Çetin & Durlu-Özkaya, 2016). Zeytinyağı sıklıkla yemeklere lezzet vermesi açısından tercih edilse de zeytinyağının sağlık açısından da pek çok faydası bulunmaktadır. Uygun miktarda zeytinyağı tüketiminin kalp hastalıkları ve çeşitli kanser türlerine karşı koruma sağladığı, ayrıca yaşlanmayı da geciktirdiği bildirilmektedir (Kırmızıkuşak & Yaman, 2021).

Türkiye İstatistik Kurumunun 2024 yılı bitkisel üretim 1. tahmini doğrultusunda, dane zeytin üretiminin 2,9 milyon ton seviyesinde gerçekleşeceği öngörülmüştür. 2023 yılı verilerine göre, toplam zeytin üretiminin %68'i yağlık zeytin olarak değerlendirilmiş ve zeytinyağı üretimi bir önceki yıla kıyasla %80 oranında artış göstermiştir. Aynı dönemde, zeytin ithalatının %99'u Suriye'den gerçekleştirilmiş olup Temmuz ayında dökme ve varilli zeytinyağına yönelik kilogram başına cent fon uygulaması yürürlüğe girmiştir. Ağustos ayında ise zeytinyağı ihracatına üç ay süreyle kısıtlama getirilmiştir ve bu kısıtlamanın da ilerleyen süreçte süresiz şekilde uzatıldığı bildirilmiştir (TÜİK, 2024). Ayrıca 2024/2025 Türkiye Rekolte Raporu, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi ile Bornova Zeytincilik Araştırma Enstitüsünün iş birliğiyle hazırlanan rapora göre, Türkiye genelinde toplam 3 milyon 600 bin ton zeytin üretimi beklenmekte; bu miktarın 750 bin tonunun sofralık, 2 milyon 850 bin tonunun ise yağlık zeytin olarak değerlendirileceği öngörülmektedir. Bu süreçte yaklaşık 475.000 ton zeytinyağı üretiminin de gerçekleştirileceği belirtilmektedir (Antalya Ticaret Borsası, 2024).

Dünya ve Türk mutfak kültüründe zeytinyağı tüketimi, genellikle zeytin yetiştiriciliğine uygun olan Akdeniz iklimine sahip bölgelerde yoğunlaşmış olup bu durum bu bölgelerin mutfaklarında zeytinyağlı yemeklerin ve zeytinyağı kullanımının yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır (Kasar, 2021). Zeytin ve zeytinyağı, Türk mutfağında son derece önemli bir yere sahip olup geçmişten günümüze uzanan bir gelenekle yaygın şekilde kullanılmaktadır. Özellikle Ramazan ayında iftar sofralarının vazgeçilmez bir unsuru olan zeytin, Türk mutfağı açısından büyük öneme sahiptir. Benzer şekilde kahvaltılarda da zeytin Türk kahvaltılık kültürünün ayrılmaz bir parçası olarak öne çıkmakta ve kahvaltılık sofralarının temel gıda maddelerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Giritlioğlu, 2008). Gastronomik kimliğin ve kültürel mirasın bir simgesi olarak kabul edilen zeytinyağı, mutfak kültürünün tanınırlığını artırmada ve marka değeri oluşturmada kritik bir rol üstlenmektedir (Alonso & Northcote, 2010).

Geçmiş nesillerden aktarılan deneyimler ve zengin birikime sahip mutfak kültürünün etkisiyle, Türk mutfağında pilav, çorba ve et yemeklerinde genellikle tereyağı tercih edilmektedir. Buna karşın, zeytinyağı zeytinyağlı sebze yemeklerinde, ayçiçeği yağı ise kızartmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Güler, 2010). Yemek yapımında genellikle ayçiçeği yağı ve tereyağının tercih edilmesinin temel nedeni, Türkiye'nin büyük bir bölümünün ekonomik kaynaklarının tarımdan elde edilmesi ve bu durumun ayçiçeği yağının yaygın kullanımını sağlamasıdır; ayrıca ülkede büyükbaş hayvancılığının fazla olması, tereyağının yemeklerde daha sık tercih edilmesini sağlamaktadır (Karaman, 2023). Yağ tercihlerinin ortaya çıkmasındaki en büyük etkenin ise Osmanlı mutfağından Cumhuriyet dönemi mutfağına aktarılan yerel ürünlerin farklılıkları ve bu ürünlerin kullanım alışkanlıkları ile bağlantılı olduğu belirtilmektedir (Faroqhi, 2011; Karaman & Girgin, 2023).

Bu çalışma ile zeytinyağının genel olarak duyuşal ve çeşitli kimyasal özellikleri, bunların sağlığa olan etkileri ile Türk mutfak kültüründe ve bazı dünya mutfak kültürlerine ait, reçetelerinde zeytinyağı yer alan yemeklerin ortaya konulması hedeflenmektedir. Çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan derleme yöntemi ile 2014- 2024 yılları arasında yazılan ve Google Akademik veri tabanında görüntülenebilen makalelerin taraması neticesinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemiştir. Bu kapsamda, zeytin ve zeytin meyvesine ait

kavramsal çerçeve ile zeytinyağı kalitesini etkileyen unsurlar ve zeytinyağının sağlık yönünden hangi etkilere sahip olduğu araştırılmış ve özellikle Türk mutfak kültüründe zeytinyağı kullanım alanları değerlendirilmiştir.

## 2. ZEYTİNYAĞININ BİLEŞİMİ

Akdeniz ülkelerinde natürel zeytinyağı üretimi ve tüketimi büyük orandadır ve zeytinyağı söz konusu ülkelerin gelir kaynakları kaleminde önemli bir yere sahiptir (Ouni Flamini & Zarrouk, 2016). Dünyada üretilen zeytinlerin büyük kısmı yağlık, bir kısım ise sofralık olarak üretilmektedir (Gündeşli & Küden, 2020). Zeytinyağı herhangi bir kimyasal işlem görmesine gerek kalmadan yemeklik olarak üretilebilen ve tüketilebilen bitkisel yağ olması nedeniyle diğer yemeklik bitkisel yağlara kıyasla daha fazla öneme sahiptir. Zeytinyağının kendine özgü aroması, lezzeti, sağlığa katkıları, raf ömrünün uzun olması ve oksidatif stabilitesi sebebiyle son zamanlarda daha fazla tüketilir hale gelmiştir (Yavuz, 2008).

Zeytin meyvesinin genel bileşimi yaklaşık olarak; %50 su, %30 lipitler, %20 oranlarında karbonhidratlardan oluşmaktadır (Azbar vd., 2004). Zeytinyağı bileşiminin yaklaşık %99'luk kısmının başlıca unsurları trigliseritlerden oluştuğu, %1'lik kısmının ise yağa lezzet, renk, görünüş, aroma gibi kalite kriterlerini oluşturan tokoferoller, renk pigmentleri ve fenolik bileşenlerden meydana geldiği bilinmektedir (Aşık Uğurlu, 2011). Fenolik bileşenler zeytinin yetiştirilmesi, çeşidi ve olgunluğuna göre değişiklik göstermekte, meyvede %0,1- %0,3 oranlarında bulunmaktadır (Nieto, Hodaifa & Lozano Peña, 2010). Zeytin meyvesine özgünlük veren oleuropein maddesi, zeytinde ve zeytinyağında zengin miktarda bulunmaktadır (Yıldız & Uylaşer, 2011).

## 3. ZEYTİNYAĞI VE SAĞLIK İLİŞKİSİ

Zeytinyağı, A ve D vitaminleri başta olmak üzere pek çok yararlı bileşiklere sahip olan zeytinyağı, kansere karşı savaşan antioksidan üretimi ve içeriğinde kolesterol bulunmaması sebebiyle sağlık açısından faydalı yağlardan biri olma özelliği taşımaktadır (Kaçar, 2010). Zeytinyağının antiinflamatuvar, antioksidan, antikanserojen, antimikrobiyal, antiülser, diyabetik düzenleyici, deri ve sinir sistemi sağlığını koruyucu etkilerinin olduğu bildirilmektedir (Perez- Martinez vd., 2011; Bayram & Özçelik, 2012; Akgül, 2023). Zeytinyağı içeriğinde bulunan etken maddeler sayesinde geleneksel ve tamamlayıcı tıp alanında da zaman zaman kullanım alanı bulmaktadır. Örneğin, doğumu kolaylaştırmada ve çocuklarda ateş düşürme konusunda kullanıldığı; kulak ve karın ağrıları gibi rahatsızlıklara karşı etkili olduğu belirtilmektedir (Işık & Can, 2019).

Antikanser özellikte olduğu bilinen zeytinyağı üzerine yapılan kapsamlı araştırmalar, bu yağın özellikle göğüs ve sindirim sistemi kanserlerinin gelişim riskini azaltmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Psaltopoulou vd., 2011). Kanarya Adaları'nda gerçekleştirilen bir başka çalışma da zeytinyağının meme kanserine karşı koruyucu etkisini desteklemektedir (García-Segovia vd., 2006). Yapılan araştırmalar, 20 gram sızma zeytinyağında en az 5 mg hidroksitirozol ve türevleri (oleuropein kompleksi ve tirozol) bulunduğunu ve bu bileşiklerin, zeytinyağı polifenollerini aracılığıyla kan lipitlerinin oksidatif strese karşı korunmasında önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır (Servili vd., 2013). Bilinen bu etkileri dışında zeytinyağının yoğun bir şekilde tüketildiği Akdeniz diyetini benimseyen bireylerin koroner kalp hastalıkları ile prostat ve kolon kanseri gibi rahatsızlıklara yakalanma riskinin daha düşük olduğunu ortaya koyan bilimsel çalışmalar bulunmaktadır (Kırmızıkuşak & Yaman, 2021). Zeytin yaprağı ve meyvesinde bulunan oleuropein adlı fenolik bileşiğin, zeytinin acımsı ve buruk tadından sorumlu olduğu; aynı zamanda kanser önleyici, antiinflamatuvar, antimikrobiyal özelliklere sahip olduğu ve Alzheimer hastalığını önleyici etkiler gösterebildiği bildirilmektedir (Ötleş & Özyurt, 2012; Gikas vd., 2007). Ayrıca zeytinyağının sağlığa katkısının yanında, kültürel bağlamda kullanımına bakıldığında, Antik Roma döneminde kişisel hijyeni sağlamak için kullanıldığı da bildirilmektedir (Güçlü, 2024).

## 4. MUTFAK KÜLTÜRLERİNDE ZEYTİNYAĞI KULLANIMI

### 4.1. Türk Mutfağında Zeytinyağı Kullanımı

Türk mutfağında zeytinyağı tüketiminin tarihsel arka planı incelendiğinde ise ilk zeytinyağı işleme merkezinin İzmir Urla-Çeşme sınırları (Şekil 1) içinde bulunduğu ve bu merkezin milattan önce yaklaşık 6.yüzyıla dayandığı saptanmıştır (Bilgin, 2018). Milattan önce 3.yüzyıla bakıldığında ise Türk mutfağında Akdeniz mutfağından geçen çok önemli izler olduğu, hatta o dönemde Khios (Yunanistan) bölgesinden ticaret amaçlı zeytinyağı getirildiği belirtilmiştir (Abulafia, 2012). Türk tarihinde zeytinyağı kullanımında Osmanlı dönemine gelindiğinde ise zeytinyağı tüketiminin ilk olarak saray mutfaklarında başladığı ancak bu dönemde zeytinyağının yemeklerde kullanılmasından önce aydınlatma aracı, ilaç-sabun yapımı ve makinelerin yağlanması amaçlı kullanıldığı bilinmektedir (Artun, 2007; Doğan, 2008; Işın, 2010). Cumhuriyet dönemine geçişle zeytinyağının yemeklerde kullanımı artmış ve daha sağlıklı yağlar tercih edilmeye başlanmıştır (Kızıldemir, Öztürk & Sarıışık, 2014). Ayrıca yaşanan savaşlar ve ülkeler arası göçler ile milletler kendi mutfak kültürlerini gittikleri coğrafyaya da götürmüşlerdir (Eskiyörük, 2016).



Şekil 1. İzmir- Urla Sınırları İçerisinde Bulunan İlk Zeytinyağı İşleme Aracı (Söz, 2019)

Akdeniz ve Ege bölgelerindeki yemek kültürünün temelini zeytinyağı oluşturmaktadır. Dolmalar, sebzeler, etli yemekler ve pilavlar tamamen zeytinyağı ile pişirilmektedir. Bunun temel sebeplerinden birisi Akdeniz ülkelerinden etkilenmeleri ve zeytinyağı üretimi yapmalarıdır (Tezcan, 2000). Genel olarak bu mutfaklarda kızartma amaçlı ayçiçeği yağı kullanımı oldukça sınırlı iken zeytinyağı kullanımı yaygın bir şekilde tercih edilmektedir. Ayrıca sebze yemeklerinde lezzet verici bir madde olan sarımsak da sıklıkla kullanılmaktadır (Durlu- Özkaya, 2009; Küçük & Onur, 2023). Akdeniz bölgesine ait olan Muğla ili de zeytinyağlı yemekleri ile ön plana çıkmaktadır. Zeytinyağlı bamya, zeytinyağlı kabak çiçeği dolması, kaya kuruğu salatası, turpotu salatası ve kaya kuruğu salatası yapımında zeytinyağı kullanılan içerisinde zengin miktarda zeytinyağı olan yemeklerden birkaçını oluşturmaktadır (Cebeci, 2019). Ege mutfağında kahvaltılı sofralarında sıklıkla görülen, bunun dışında Akdeniz mutfağında olduğu gibi salatalarda, sebze yemeklerinde ve çeşitli soslarda zeytinyağı kullanımı görülmektedir (Özçelik- Heper, 2017).

Genel olarak Türk mutfağında zeytinyağı soğuk yemekler, mezeler ve salatalar üzerinde kullanılmaktadır (Doğdubay & Giritlioğlu, 2008). Yaygın olarak Ege, Akdeniz ve Marmara bölgelerinde zeytinyağı tüketiminin diğer bölgelere kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir (Ertaş & Gezmen-Karadağ, 2013). Zeytinyağlı enginar, zeytinyağlı taze fasulye, zeytinyağlı pırasa, zeytinyağlı kereviz, zeytinyağlı barbunya, kabak bayıldı, imam bayıldı, sebze pilakisi, zeytinyağlı iç baklalı enginar gibi yemekler Türk mutfak kültüründe özellikle Ege ve Akdeniz mutfağında sıklıkla yapılan ve tüketilen yemeklerden bazılarıdır (Gezmen- Karadağ vd., 2014). Ayrıca ekmek, bisküvi, kek gibi ürünlere, ürüne lezzet vermek ve ürünün kurumasını engellemek amacıyla da zeytinyağı kullanılmaktadır (Cömert vd., 2008).

Bu mutfaklarda zeytinyağı kullanımı sadece ana yemekler ve salatalar ile sınırlı kalmayıp çeşitli tatlılarda da zeytinyağı kullanımına rastlanılmaktadır. Örneğin, un helvası Türkiye'nin iç bölgelerinde tereyağı veya ayçiçeği yağı ile hazırlanırken, Akdeniz mutfağında zeytinyağı ile hazırlanmaktadır (Sabbağ & Boğan, 2019). Bunun dışında yine Ege bölgesine olan yakınlığı ve çeşitli kültür etkileşimleri ile bilinen Marmara mutfağında da zeytinyağı tüketiminden söz edilebilmektedir. Bursa'nın Tirilye ilçesinde düğün, asker uğurlama, cenaze gibi özel günlerde yapılan "Zeytinyağlı Kuru Fasulye" örnek olarak gösterilmektedir (Tunçdoğan, 2009). Akdeniz veyahut Ege bölgeleri ile bağlantılı olmayan fakat mutfak kültürlerinde zeytinyağı tüketimi söz konusu olan mutfaklarda bulunmaktadır. Bunlardan biri Van mutfağıdır. Van mutfağına ait bir tatlı çeşidi olan "Van Pastası" zeytinyağı ile hazırlanmaktadır. Ege ve Akdeniz'e kıyasla bulunmayıp yapısında zeytinyağı olan diğer tatlılarımıza örnek olarak; Sivas mutfağı "Kelle Tatlısı", Sinop mutfağı "Cızlama", Kilis mutfağı "Hışıl Möhşe", Gaziantep "Antep Usulü Zeytinyağlı Dolma" ve "Maş Piyazı ve Mardin "Derik Tava" gösterilebilir (Gürsoy, 2008; Özkaya vd., 2018; Anonim, 2024).

Türk mutfağında kullanılan yağ çeşitlerine bakıldığında, bitkisel yağların kullanımı kişi başı yıllık 21 kg olarak belirlenirken mutfaklarda kullanımının ise 1,5 milyon ton olduğu belirtilmektedir (Kılıç ve Kılıç, 2017). Türk mutfağında zeytinyağı kullanımına ilişkin yazına bakıldığında; Türk mutfağı, Türk mutfağının gastronomik çeşitliliği ve bu mutfakların zenginliği ile ilgili yapılan çeşitli bilimsel çalışmalara rastlanılmakla beraber, ilgili yazında "Türk Mutfağında Zeytinyağı Kullanımı" ile ilgili yapılan çalışmaların sayısının zeytinyağı yetiştiricisi bir ülkeye göre son derece az olduğu görülmektedir.

Zeytinyağı üzerine yapılan bir çalışmada, Türk mutfağında kullanılan zeytin ve zeytinyağının özelliklerine değinilmiştir. Buna göre zeytinyağının tanımı ve kullanım alanları belirlenmiş ve Türk mutfağında hangi yemeklerde kullanıldığına dikkat çekilmiştir. İlgili alan yazınında, Türk mutfağında üretimi yapılan ve tüketilen zeytinyağının Türk mutfak kültürüne nasıl girdiğinden ve söz konusu mutfakta ne gibi etkilerin oluştuğu konusu ele alınmıştır.

Ayrıca söz konusu çalışmada, zeytinyağını mutfakta kullanırken dikkat edilmesi gereken hususlar belirtilmiş, zeytinyağının mutfaktaki yerine değinilmiş ve günümüzde zeytinyağının yerine alternatif olarak hangi sıvı yağların kullanılabilirliği araştırılmıştır (Giritlioğlu, 2008; Karabina vd., 2016).

Durlu-Özkaya vd., (2018) çalışmalarında Anadolu mutfağında (Marmara bölgesinden Güney Doğu bölgesine kadar) zeytin ve zeytinyağı üzerinde durmuşlar ve zeytin-zeytinyağlı yemekler hakkında bilgi vererek bölgelerdeki bu eşsiz varlığın tanınırlığının sağlanmasını amaçlamışlardır. Zeytinyağı kullanımı ile ilgili bir başka çalışma ise İskenderoğlu (2018) tarafından yapılmıştır. İskenderoğlu, çalışmasında Seferihisar bölgesindeki zeytinyağı kullanımına değinmiş ayrıca bölgedeki endemik bitkilerden ve bu bitkilerle yapılan zeytinyağlı yemeklerden bahsetmiştir. Çalışmada anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Bu doğrultuda, Seferihisar bölgesinde yaşayan yerlilere çalışma uygulanmıştır. Çalışmada, Seferihisar'daki endemik bitkiler tanıtılması ve bu bitkilerle yapılan zeytinyağlı yemeklerin bilinirliğini artırması hedeflenmiştir. Ceyhun-Sezgin vd. (2019) çalışmalarında, Türk Mutfağında yer alan zeytinyağlı sebze yemeklerine (zeytinyağlı deniz börülcesi, sütlü madımak, sirkeli pırasa, çağla dövmesi, kış kabağı yoğurtlaması ve fasulye diblesi gibi) ve bu yemeklerin reçetelerine ayrıntılı olarak yer vermiş, bu yemekleri fotoğraflayarak besin öğelerine değinmişlerdir.

## 4.2. Dünya Mutfaklarında Zeytinyağı Kullanımı

Dünyada zeytinyağı tüketiminin, milattan önce yaklaşık 5000 yılından itibaren gerçekleştiği bildirilmektedir. Zira Antik Yunan mutfağında zeytinyağı kullanımının önemli bir yere sahip olduğu ve mutfak kültürünün temelini oluşturduğu bilinmektedir (Hatipoğlu, 2013; Özen, 2016). Yunan mitolojisine göre; Deniz Tanrısı Poseidon ile Bilgelik Tanrıçası Athena arasında bir şehri yönetme konusunda yaşanan anlaşmazlık üzerine Baş Tanrı Zeus bu anlaşmazlığı gidermek üzere ikisi arasında bir yarışma düzenler. İnsanlar hangisinin verdiği hediye seçerse ona şehrin yönetimini vereceğini söyler. Bunun üzerine Poseidon üç dişli çatalını kayaya vurur ve denizlerden dört muhteşem at çıkarır. Bu atlarla dünyanın her yerine gitme, ordular kurma ve fetihler yapma vaadi verir. Athena ise mızrağını yere saplar, zeytin ağacını çıkarır ve “Bu ağaç yüzyıllarca yaşar, meyvesini yeşilken de siyahken de yersiniz, ayrıca meyvesinden yağ ve bu yağdan ateş yakarsınız.” der. İnsanlar Athena'nın hediyesini seçer ve şehre onun ismi verilir (Küçükkömürler & Ekmen, 2015).

Yaşadığımız yüzyıla bakıldığında ise dünya mutfağında İspanya, İtalya ve Akdeniz bölgesindeki çoğu ülkede, zeytinyağı tüketiminin temel mutfak kültürünü oluşturduğu ve bununla birlikte gastronomik turizm potansiyelinin de bu bölgelerde artış gösterdiği söylenebilmektedir (Özkaya vd., 2018). İspanya mutfak kültürünün gelişim serüveninde, kazanılan savaşlar, bölgeye olan göçler ve bunun sonucunda farklı kültürler ile etkileşime girilmesi büyük rol oynamaktadır. Özellikle Kristof Kolomb'un Amerika'yı keşfi ile farklı kültürler ile tanışılmış ve bu bölgelerdeki mutfak kültürü ile etkileşim gerçekleşmiştir (Kocaalan, 2017). İspanya mutfağında zeytinyağı tüketimine bakıldığında; zeytinyağının soğuk tüketiminin sağlandığı, zeytinyağlı sebze yemeklerinin ve çeşitli tapasların yapımında kullanıldığı, yine bu bölge ile özdeşleşen “gazpacho” yemeğinin ana bileşeninin zeytinyağından oluştuğu, ayrıca balığın veya etin pişirildikten sonra çeşitli baharatlar, sirke ve zeytinyağı ile marine edilmesi yönteminin de İspanya mutfağına ait olduğu ve farklı mutfaklar tarafından kullanıldığı aktarılmaktadır (Akyürek, 2018; Delarue, 2022; Muñoz-Benito, Navajas-Romero & Hernández-Rojas, 2023; Üner, 2023).

İtalya mutfağı, Avrupa mutfaklarının en eskisi olması, diğer mutfak kültürlerine liderlik etmesi ve neredeyse her ürünün uygun koşullarda yetiştirilmesine olanak sağlayan ılıman iklim koşulları ile şekillenmiştir (Aktaş & Özdemir, 2005). Neredeyse her yemekte kullanılan çeşitli meyve ve sebzeler, zeytinyağı, deniz ürünleri, peynirler, makarna ve hamur işleri İtalyan mutfağının en temel malzemeleridir (Özgen, 2013). Ayrıca İtalya'da zeytinin daha çok yağı için yetiştirildiği ve bu amaçla kullanıldığı bilinmektedir (Jacop & Ashkenazi, 2007). Fakat Kuzey ve Güney İtalya'da yemek çeşitleri ve buna bağlı olarak da yağ kullanımları farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, Kuzey İtalya'da tereyağı, Güney İtalya'da ise daha çok zeytinyağı kullanılmaktadır (Maviş, 2008). İtalyanlar temelde az çeşit ile zenginlik ve bolluğu nitelerken, ana ham maddeleri hamurdur. Bu nedenle, yemeklerin üzerine servis edilecek sosların zeytinyağı ile çeşitlendirilmesi konusunda titizlikle çalışmaktadırlar. Söz konusu ülkenin mutfak kültüründe zeytinyağı ile hazırlanan yemeklere, ana bileşenlerinden birinin zeytinyağı olduğu "Pasta al Pomodoro" ve "Bruschetta" örnek olarak verilebilmektedir. Bu tür yemekler, zeytinyağının lezzetini ön plana çıkararak hem basit hem de doyurucu bir deneyim sunmaktadır (Belge, 2010; Cicerela vd., 2010).

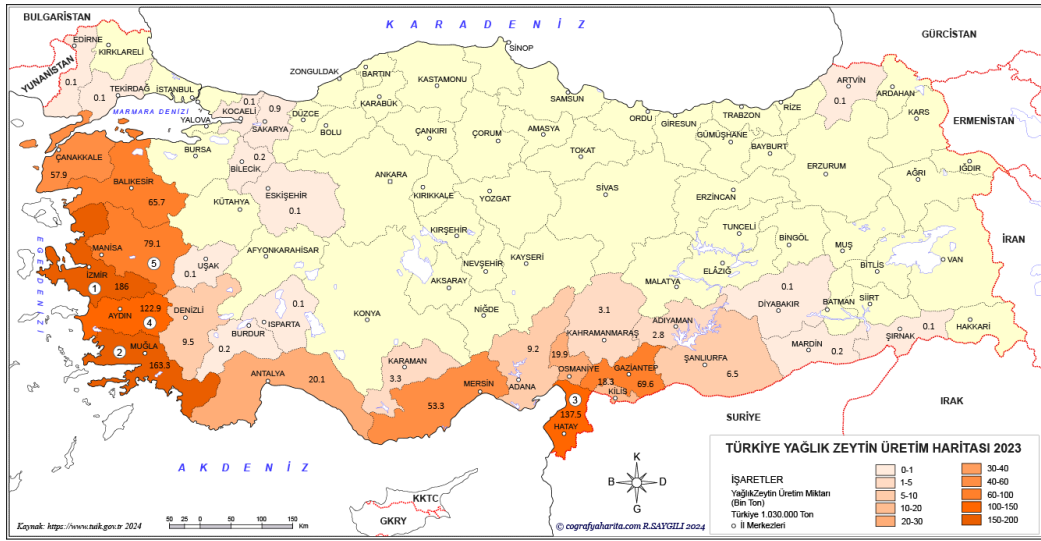
Sözü edilen mutfaklar dışında; Orta Doğu mutfağı, Yunan mutfağı ve Latin Amerika mutfağı da zeytinyağı tüketiminin önemli bir bileşen olarak öne çıktığı mutfaklardır. Orta Doğu mutfağında; “hummus”, “falafel” ve “tabbouleh” gibi yemeklerde zeytinyağı hem lezzet derinliği katmakta hem de besin içeriğini zenginleştirmektedir. Bu yemeklerde zeytinyağının rolü hem tat açısından hem de sağlık yönünden dikkate değer bir öneme sahiptir (Reister vd., 2020; Savvaidis vd., 2022). Yunan mutfağında ise; “Moussakka” ve “Yunan Salatası” yine zeytinyağı ile yapılan yemeklere örnek teşkil etmektedir (Dalby & Dalby, 2017). Zeytinyağı, bu mutfaklarda yalnızca pişirme amacıyla değil, aynı zamanda yemeklerin lezzetini ve dokusunu zenginleştirmek için son bir dokunuş olarak da kullanılmaktadır (Berry, 2011). Geleneksel olarak Asya mutfağıyla bağlantılı olmasa da zeytinyağı modern

yorumlarda kızartmalar ve salata sosları gibi yemeklere entegre edilmiştir. Latin Amerika'da, özellikle Arjantin ve Şili gibi ülkelerde, zeytinyağı geleneksel tariflerde giderek daha fazla yer almakta ve Akdeniz mutfağının artan etkisini yansıtmaktadır (González, 2014).



Şekil 2. Dünya Mutfağında Zeytinyağı Kullanımı (Tarım ve Orman Bakanlığı Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin 2022 raporundan yararlanılarak oluşturulmuştur.)

Şekil 2 ve Şekil 3'te de gösterildiği gibi genel olarak dünya ve Türk mutfağında zeytinyağı kullanımının; İspanya, Fransa, İtalya, Yunanistan gibi Akdeniz ülkelerinde; Libya- Tunus ve Mısır gibi Afrika kıtası ülkelerinin kuzey kıyı kesimlerinde; Türkiye'de Ege, Akdeniz ve Marmara bölgelerinin mutfaklarında sıklıkla tüketildiği görülmektedir, tüm bu bölgeler haritada gösterilmektedir (Şekil 2 ve Şekil 3).



Şekil 3. Türkiye Zeytinyağı Üretim Haritası (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2022; Saygılı, 2024)

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türk mutfağında ve kısmen dünya mutfağında zeytinyağı kullanımına dikkat çekilmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında zeytinyağının bileşim özellikleri sağlık açısından incelendiğinde; kalp hastalıkları ve çeşitli kanser türlerine karşı koruma sağladığı, ayrıca yaşlanmayı geciktirmesi gibi faydalı etkileri olduğu hususuna da değinilmiştir. Anadolu coğrafyasında milattan önce kullanıldığı bilinen zeytinyağı, Türk mutfak tarihi kapsamında gerek üretimi gerekse tüketimi bakımından son derece önemli bir yemek bileşeni olma özelliği göstererek birçok yemek reçetesinde kendine ikonik bir yer edinmiştir. Ancak zeytinyağı tüketiminin Türkiye'de genel olarak Ege ve Akdeniz bölgeleri ile sınırlı kaldığı gözlemlenmektedir. Zeytin yetiştiriciliği yapılmayan bölgelerde zeytinyağı tüketimi ve buna bağlı olarak zeytinyağlı yemek kültürü sınırlı bir düzeyde kalmaktadır. Bu durum, söz konusu bölgelerde zeytinyağı yerine zeytinyağından daha sağlıksız olarak nitelendirilen çeşitli hayvansal yağların ya da sıvı veya margarin formunda bitkisel yağların tüketimini ve buna bağlı yemek kültürü oluşumunu desteklemektedir. Bu durum, sağlıksız yağ tüketimine bağlı bazı sağlık sorunlarının artmasına ve aynı zamanda yemek kültürünün kısır döngüde kalmasına neden olmaktadır. Söz konusu bölgelerde zeytinyağı tüketim kültürünün geliştirilerek, kullanımının yaygınlaştırılması hususunda kitle iletişim araçlarının, ilgili kamu kuruluşlarının ile üniversitelerin etkin ve koordineli bir şekilde çalışmasının önemli derecede yarar sağlayacağı düşünülmektedir.



Yerel değerlerin tanıtılması ile değerlerin turizm ürününe dönüşümünün sağlanması halinde ülke ekonomisi büyük oranda kalkınmaktadır (Durlu-Özkaya vd., 2013). Yerli ve yabancı turistler zeytinyağı turizmi sayesinde zeytin yetişen yerlere yapılan gezilerle zeytin ve zeytinyağı hususunda gerekli bilgileri edinmenin yanı sıra zeytinyağı üretim tesislerini, tarihi zeytinyağı müzelerini görebilmekte ve gerçekleştirilen fuar- festival gibi etkinliklere katılım sağlayabilmektedirler (Arjona-Fuentes & Amador- Hidalgo, 2017). Avrupa kıtasında yer alan, Arnavutluk, Cezayir, Fas, Fransa, Hırvatistan, İspanya, İtalya, Kıbrıs, Libya, Lübnan, Mısır, Portekiz, Slovenya, Suriye, Tunus, Ürdün ve Yunanistan gibi Akdeniz bölgesi ülkeleri, zeytin ağacı rotaları olarak belirlenmiştir ve bu ülkelerde ağırlıklı olarak zeytinyağı turizmi yapılmaktadır (COE, 2020).

Türkiye, zeytin yetiştiriciliğini turizm ve Türk misafirperverliğiyle harmanlayarak, üreticilere ürünlerini tanıtmaya, o bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlere ise zeytin tadımı yapma, yöresel lezzetleri ve gastronomik kültürü deneyimleme ile kırsal etkinliklere katılma fırsatı sunan zeytinyağı turizmi geliştirme potansiyeline sahip ülkeler arasında bulunmaktadır (Saltık & Çeken, 2017). Türkiye'deki zeytinyağı turizminin diğer Avrupa ülkeleri ile karşılaştırılması yapıldığında, Türkiye'de zeytinyağı üretiminin istatistiksel olarak fazla olduğu belirtilmekte, turizmin ise neredeyse yok denecek kadar az olduğu görülmektedir (Cankül & Ezenel, 2018). Bunun temel sebebinin de gerekli devlet politikalarının olmaması ve söz konusu bölgelerin reklamının yeterince yapılamaması olduğu düşünülmektedir.

Türkiye'de zeytinyağı turizminin geliştirilmesine yönelik, zeytin yetiştiriciliği yapılamayan bölgelerde de zeytinyağı yemeklerin yapılıp sergilendiği, yarıştırdığı çeşitli festivaller, gastronomi turları, eğitim programları vb. etkinliklerin yapılması hem turizm gelişimi hem de zeytinyağının yaygınlaştırılması faaliyetleri bakımından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, söz konusu etkinliklerin yapılması ile hem ülke mutfağının tanıtımı yapılmış olacağı hem de tanıtılan ürünlerin satışı ile ihracat teşviki sağlanırken ekonomik anlamda da ülke ekonomisine fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı şekilde Türk mutfak kültürünün yemeklerini deneyimlemek isteyen yerli veya yabancı turistlerin aşına olduğu, Türk kültürü ile özdeşleştirilen kebab, baklava vb. ağır lezzetler yerine daha sağlıklı olan zeytinyağı yemeklerin sunumu ile Türkiye'nin mutfak imajına farklı bir boyut kazandırılmasının mümkün olduğu düşünülmektedir. Yapılan bu çalışma ile konuya ilişkin yazına ve yapılacak bilimsel çalışmalara katkı sağlanması ve Türk yemek kültüründeki zeytinyağı yemek reçetelerinin artırılması hususunda farkındalık oluşturulması hedeflenmektedir.

## DESTEK VE TEŞEKKÜR BEYANI

Bu çalışma, hiçbir kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kurum ya da kuruluştan herhangi bir finansman desteği almamıştır.

## ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarın, herhangi bir kurum veya kuruluş ile finansal çıkar içeren bir ilişkisi veya katılımı (hibe, eğitim bursları, konuşmacı bürolarına katılım, üyelik, istihdam, danışmanlık, hisse senedi sahipliği veya diğer özkaynak payları, uzman tanıklığı veya patent lisans düzenlemeleri); bu çalışmada tartışılan konu veya materyallerle ilgili mali olmayan çıkarları (kişisel veya mesleki ilişkiler, bağlantılar, kanaatler veya inançlar gibi) bulunmamaktadır.

## YAZARLIK KATKI BEYANI

Keskin, G. S.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Veri Toplama, Analiz ve yorumlama, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Finansman sağlama, Nihai onayın verilmesi; Kara, H. H.: Kavramsallaştırma, Yazın taraması, Yöntem, Yazma - orijinal taslak hazırlama, Yazma - gözden geçirme ve düzenleme, Proje yönetimi, Danışmanlık, Nihai onayın verilmesi.

## ETİK BEYAN

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamaktadır.

## YAPAY ZEKA KULLANIM BEYANI

Akademik Turizm Analizi Dergisi (ATA Dergisi) **Etik İlkeler ve Yayın Politikası** doğrultusunda, bu çalışmanın hiçbir aşamasında yapay zeka araçları kullanılmamıştır.

## KAYNAKÇA

- Abulafia, D. (2012). *Büyük Deniz, Akdeniz'de İnsanlık Tarihi*. (1.Baskı) Alfa Basım Yayın Dağıtım San. ve Tic. Ltd. Şti.
- Akgül, C. (2023). Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağının Kullanımı ve Sağlık Faydası. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 18(67), 127-138.
- Aktaş, A. & Özdemir, B.(2005). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. (1. Baskı) Detay Yayıncılık.

- Keskin, G. S., & Kara, H. H. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 108–119
- Akyürek, S. (2018). Investigation of Similarities and Differences of Turkish and Spanish Cuisine Cultures. *Electronic Turkish Studies*, 13(2), 49-64. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.12900>.
- Alonso, A. D., & Northcote, J. (2010). The development of olive tourism in Western Australia: A case study of an emerging tourism industry. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 696-708. <https://doi.org/10.1002/jtr.786>.
- Antalya Ticaret Borsası, (2024). Retrieved December 15, 2024 from <https://www.antalyaborsa.org.tr/duyuru/16205/20242025-sezonu-turkiye-rekolte-raporu>.
- Arjona-Fuentes, J. M., & Amador-Hidalgo, L. (2017). Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain). *Tourism management perspectives*, 21, 100-108.
- Artun, E. (2007), Adana Mutfak Kültürü ve Adana Yemeklerinden Örnekler, Retrieved April 20, 2024 from <http://turkoloji.cu.edu.tr/CUKUROVA/makaleler/5.php>
- Aşık Uğurlu, H. (2011). *Zeytin olgunlaşma derecesinin zeytinyağının fiziksel, kimyasal ve antioksidan özellikleri üzerine etkisi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Azbar, N., Bayram, A., Filibeli, A., Müezzinoğlu, A., Şengül, F., & Özer, A. (2004). A review of waste management options in olive oil production. *Critical Reviews in Environmental Science and Technology*, 34(3), 209-247. <https://doi.org/10.1080/10643380490279932>.
- Batu, A. (2024). Türk Tarihinde Gastronomi Kültürü. *Gastro-World*, (4), 1-9.
- Bayram, B. & Özçelik, B. (2012). Zeytinyağının biyoaktif bileşenleri ve sağlık üzerine yararları. *Akademik Gıda*, 10(1), 77-84.
- Belge, M. (2010). *Tarih Boyunca Yemek Kültürü*. İletişim Yayınları.
- Berry, E. M., Armoni, Y., & Aviram, M. (2011). The Middle Eastern and biblical origins of the Mediterranean diet. *Public health nutrition*, 14(12A), 2288-2295.
- Bilgin, S. (2018). *Yiyecek içecek işletmelerinde yerel mutfak öğelerinin kullanımı ve sürdürülebilirlik açısından incelenmesi: İzmir örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Cankül, D., & Ezenel, E. (2018). Bodrum yarımadası ve zeytinyağı turizmi: Uygulanabilirliği açısından swot analizi ile değerlendirilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13(3), 55-68.
- Cebeci, T. (2019). *Türk mutfağına ait tatlıların bölge temelinde analizi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Ceyhun- Sezgin A., Şeren-Karakuş & S. Şanlıer N. (2019).Türk Mutfağında Yer Alan Zeytinyağlı Sebze Yemeklerinden Örnekler. *The Journal of Academic Social Science*, 13(13), 229-239.
- COE, (2020). Council of Europe, Explore all Cultural. Retrieved December 15, 2024 from <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/by-theme>.
- Cömert M., Şanlıer N., Durlu-Özkaya F & Özkaya M.T. (2008). Determining Women Behaviour Over Olive Oil Usage. *The Sixth International Symposium on Olive Growing*, 9-13 September, Evora, Portugal,
- Cömert, M., Adıyaman, S. & Özkaya, F. D. (2012). Yerel halkın zeytinyağı ile ilgili bilgi düzeyinin belirlenmesi: Gölbaşı, Ankara örneği. *Zeytin Bilimi*, 3(1), 1-9.
- Ceylan, F. & Şahingöz, S. A. (2019). Yenilebilir Otlar Tüketim Alışkanlığı: Düziçi Örneği (Edible Herbs Habitual Consumption: Düziçi Example). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 7(3), 2204-2225.
- Cicerale, S., Lucas, L., & Keast, R. (2010). Oleocanthal: A natural anti-inflammatory compound in virgin olive oil. *Journal of Nutritional Biochemistry*, 21(3), 245-254.
- Dalby, A., & Dalby, R. (2017). *Gifts of the Gods: A history of food in Greece*. Reaktion Books.
- Delarue, J. (2022). Mediterranean Diet and cardiovascular health: an historical perspective. *British Journal of Nutrition*, 128(7), 1335-1348.
- Doğan, F.(2008), 'Türk Mutfağı' İçinde A. Bilgin ve Ö. Samancı (Editörler), *Osmanlı Devletinde Zeytinyağı Üretimi ve Tüketimi*, ss. 231-241, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Doğdubay, M. & Giritlioğlu, İ. (2008). "Mutfak Turizmi", *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* Kitabı İçinde, Editörler: Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, ss. 433-456, Nobel Basım Yayın.
- Durlu-Özkaya, F. (2009). Türk Mutfağında Zeytinyağı. *Zeytinyağı*. (ed. Fahrettin Göğüş. Mücahit Taha Özkaya. Semih Ötleş), Bölüm 15. ss. 252-263, Eflatun Yayınevi.
- Durlu- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretlemenin rolü.
- Ertaş, Y. & Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.



- Keskin, G. S., & Kara, H. H. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 108–119
- Eskiyörük, D. (2016). Antik çağda zeytin ve zeytinyağı: Kilikya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 228-243.
- Faroqhi, S. (2011). Osmanlı kültürü ve gündelik yaşam orta çağdan yirminci yüzyıla (E. Kılıç, Çev.). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- García-Segovia, P., Sánchez-Villegas, A., Doreste, J., Santana, F., & Serra-Majem, L. (2006). Olive oil consumption and risk of breast cancer in the Canary Islands: a population-based case–control study. *Public health nutrition*, 9(1a), 163-167.
- Gezmen-Karadağ, M., Çelebi, F., Ertaş, Y. & Şanlıer, N. (2014), Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Öğeleri Açısından Değerlendirilmeleri. Detay Yayıncılık.
- Gikas, E., Bazoti, F. N., & Tsaropoulos, A. (2007). Conformation of oleuropein, the major bioactive compound of *Olea europea*. *Journal of Molecular Structure: THEOCHEM*, 821(1-3), 125-132.
- Giritlioğlu, İ. (2008). Türk mutfağında zeytinyağı ve zeytinyağının kullanımı.. I. *Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi*, 100, 103.
- González, M. (2014). Food in Latin America. In *Contemporary Latin American Cultural Studies* (pp. 268-277). Routledge.
- Güçlü, D. (2024). Antik Roma Gündelik Hayatında Hijyen Kavramı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 435-446. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1386353>.
- Güdek, M., K. Çetin & Durlu Özkaya F. (2016). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Zeytinyağına İlişkin Bilgi Düzeyleri, *Zeytin Bilimi* 6 (2), 93-97.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 24-30.
- Gündeşli, K. T. & Küden, A. B. (2020). Bazı yerli ve yabancı zeytin çeşitlerinin soğuklama gereksinimlerinin ve meyve kalite özelliklerinin saptanması. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 35(3). 10.7161/omuanajas.655591.
- Gürsoy, D. (2008). *Kuzeyden Güneye... Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Jacop, J. & Ashkenazi, M. (2007). *The World Cookbook for Students Afghanistan to Cook Islands* (1.Baskı) Greenwood Press.
- Hatipoğlu, Ayşe (2013). *Güney Avrupa Mutfakları, Uluslararası Gastronomi Temel Özellikler Ortak Menüler ve Reçeteler*. Detay Yayıncılık.
- İşık, M. T. & Can, D. (2019). Mersin Sarıkeçili Yörükleri'nde Halk Hekimliği Uygulamalarında Kadının Yeri. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarihi-Özel Konular*, 5(3), 21-31.
- İşın, P. M.(2010), Osmanlı Mutfak Sözlüğü, İstanbul: İstanbulKitapevi.
- İskenderoğlu, M. (2018). *Yenilebilir endemik bitkilerin zeytinyağlı yemeklerde kullanımı: Seferihisar örneği*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Balıkesir Üniversitesi.
- Kaçar, D. (2010). *Kimyasal interestifikasyon yöntemi ile zeytinyağı bazlı yeni bir yağ ürününün geliştirilmesi ve kek-bisküvi üretiminde kullanılabilirliğinin araştırılması*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Kasar, H. (2021). Türk mutfak kültürü evreleri ve mutfak sentezinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(2), 359-378.
- Karabina, S., İflazoğlu, N., Karakuş, H. & Kuvvetli, M. (2016). Mutfaktaki kutsal emanet. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 99-104.
- Karaman, N. (2023). Orta Asya'dan Cumhuriyet dönemi Türkiye'sine: tarihsel süreç içerisinde Türk mutfak kültürünün gelişimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(49-1), 595-610.
- Karaman, R., & Girgin, G. K. (2023). Türk Mutfağı Kavramının Lisansüstü Öğrencilerin Gözünden Kelime İlişkilendirme Testi Yöntemi İle Analiz Edilmesi. *Gastro-World*, 1(2), 15-24.
- Keser, B., Tunaloğlu, R. & Avunduk, C. D. (2018). Gastronomide zeytinyağının duyuusal yolculuğu. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 469-481.
- Kılıç, M. Y., & Kılıç, İ. (2017). Bursa Bölgesindeki Bitkisel Atık Yağların Değerlendirilme Potansiyellerinin Belirlenmesi. *Journal of Agricultural Faculty of Gaziosmanpaşa University (JAFAG)*, 34(Ek Sayı), 158-163.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk E. & Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Kocaalan, M. L. (2017). Afro-Avrasya Ülkelerinin Birbiri İle Entegrasyonunda, Füzyon Mutfağın Etkisi: Akdeniz Ülkeleri Vaka Çalışması. In *International Congress on Afro-Eurasian Research II*, 17,272-279.
- Küçük, M., Onur N. (2023). Otel İşletmelerinde Yöresel Ürün ve Zeytinyağı Kullanımı: Manavgat Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(1), 101-118.
- Küçükkömürler, S. & Ekmen, Z. (2008). Barışın Simgesi Zeytin ve Anadolu Kültürü, ICANAS-38, Bildiri Kitabı, 10-15 Eylül 2007,(s. 809-820).
- Maviş, F. (2008) *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Detay Yayıncılık.

- Keskin, G. S., & Kara, H. H. (2024). *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 108-119
- Muñoz-Benito, R., Navajas-Romero, V. & Hernández-Rojas, R. D. (2023). Traditional gastronomy in Alto Guadalquivir: Origin of contemporary recipes in cordovan cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 1-6.
- Nieto, L. M., Hodaifa, G. & Lozano Peña, J. L. (2010). Changes in phenolic compounds and Rancimat stability of olive oils from varieties of olives at different stages of ripeness. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 90(14), 2393-2398. <https://doi.org/10.1002/jsfa.4097>.
- Ouni, Y., Flamini, G. & Zarrouk, M. (2016). The chemical properties and volatile compounds of virgin olive oil from Oueslati variety: Influence of maturity stages in olives. *Journal of the American Oil Chemists' Society*, 93, 1265-1273.
- Ötleş, S., & Özyurt, V. H. (2012). Oleuropein ve önemi. *Zeytin Bilimi*, 3(1), 59-71.
- Özata, E. & Cömert, M. (2016). Zeytinyağı ve sağlıklı yaşam. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 105-110.
- Özçelik Heper, F. (2017). Uluslararası Gastronomi Kitabı Türk Mutfağı Üçüncü Bölümü, Sarıışık, M. ve Özbay, G. (Editörler). Detay Yayıncılık.
- Özkaya, F. D., Özkaya, M. T., Tunahöğlü, R., Bayar, R. & Tunahöğlü, E. (2018). Anadolu'da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(Special Issue 3), 263-274.
- Özen, A. E. (2016). Güney Avrupa Mutfağı. H. Kurgun ve D. B. Özşeker içinde, *Gastronomi ve Turizm* (ss. 205-231). Detay Yayıncılık.
- Özgen, I. (2013) Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış, Uluslararası Gastronomi Kitap Bölümü (ss. 1-32) , Detay Yayıncılık.
- Perez-Martinez, P., Garcia-Rios, A., Delgado-Lista, J., Perez-Jimenez, F. & Lopez-Miranda, J. (2011). Mediterranean diet rich in olive oil and obesity, metabolic syndrome and diabetes mellitus. *Current pharmaceutical design*, 17(8), 769-777.
- Psaltopoulou, T., Kosti, R. I., Haidopoulos, D., Dimopoulos, M., & Panagiotakos, D. B. (2011). Olive oil intake is inversely related to cancer prevalence: a systematic review and a meta-analysis of 13800 patients and 23340 controls in 19 observational studies. *Lipids in health and disease*, 10, 1-16.
- Reister, E. J., Belote, L. N., & Leidy, H. J. (2020). The benefits of including hummus and hummus ingredients into the American diet to promote diet quality and health: a comprehensive review. *Nutrients*, 12(12), 3678.
- Sabbağ, Ç. & Boğan, E. (2019). *Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı Kitabı Türk Mutfağının Gelişim Sürecine Genel Bakış Birinci Bölümü (3-60)*, Sarıışık, M. ve Özbay, G. (Editörler). Detay Yayıncılık.
- Saltık, I. A., & Çeken, H. (2017). Agroturizmde yeni eğilimler: zeytinyağı turizmi. *Journal of Life Economics*, 4(4), 89-102.
- Savvaidis, I. N., Al Katheeri, A., Lim, S. H. E., Lai, K. S., & Abushelaibi, A. (2022). Traditional foods, food safety practices, and food culture in the Middle East. In *Food safety in the Middle East* (pp. 1-31). Academic Press.
- Saygılı, R. (2024). Retrieved May 30, 2024 from <http://cografyaharita.com/turkiye-tarim-haritalari1.html>.
- Selimoğlu, E., Bektaş, Y., Özkocak, V. & Gültekin, T. (2018). Beslenme şeklinin zaman içindeki tarihsel yolculuğu. In *SETSCI Conference Indexing System* (Vol. 3, pp. 390-398).
- Servili, M., Sordini, B., Esposto, S., Urbani, S., Veneziani, G., Maio, I. D., ... & Taticchi, A. (2013). Biological activities of phenolic compounds of extra virgin olive oil. *Antioxidants*, 3(1), 1-23.
- Sevim, D. (2011). Antioksidanlar ve zeytinyağı. *Zeytin Bilimi*, 2(1), 43-47.
- Söz, Cüneyt (2019). Retrieved May 30, 2024 from <https://www.gastronomiturkey.com/haber/kostem-zeytinyagi-muzesi-her-yonuyle-ornek-yasayan-bir-muze-kompleksi-h10810>.
- Üner, E. H. (2023). Orta çağ'da Avrupa mutfak kültürü. *Aydın Gastronomy*, 7(2), 313-324.
- Tezcan, M. (2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Tarım ve Orman Bakanlığı (2022). Retrieved May 30, 2024 from <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20C3%9Cr%20Raporlar%20C4%B1/2022%20C3%9Cr%20Raporlar%20C4%B1/Zeytinya%C4%9F%20Sofral%20Zeytin%20C3%9Cr%20Raporu%202022-371%20TEPGE.pdf>.
- Timothy, D. J. & Ron, A. S. (2013). Understanding Heritage Cuisines and tourism: identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 99104.
- Tunçdöken, F. (2009). Zeytinbağı (Tirilye)'nin Renkli Yemek Mirası. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(16), 159-166.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2024). Retrieved May 30, 2024 from <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%20Piyasalar%20C4%B1/2024-Temmuz%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%20Raporu/Zeytinya%C4%9F%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%20Piyasalar%20Raporu%20Temmuz-2024-v4.pdf>.
- Yavuz, H. (2008). *Türk Zeytinyağlarının Bazı Kalite ve Sağlık Kriterleri'nin Belirlenmesi*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.

## EXTENSIVE SUMMARY

Throughout history, the concept of civilization has been closely associated with the art of cuisine, and it is even thought that the foundation of society is based on this concept (Selimoğlu et al., 2018). Individuals within societies have been significantly influenced by past experiences, geographical conditions, and religious beliefs, leading them to establish their own distinct culinary cultures (Ceylan & Şahingöz, 2019). In the context of cultural heritage, kitchens are defined by tangible elements such as ingredients and cooking utensils, and intangible elements such as flavors, aromas, recipes, and dining traditions (Timothy & Ron, 2013). Olive oil, which is the subject of this study, exemplifies both a tangible and intangible element.

In recent times, the pursuit of health and the consumption of healthy products have increased interest in the consumption of olives and olive oil (Cömert et al., 2012). Olive oil is among the most well-known and richest vegetable oils in terms of monounsaturated fatty acids. It is known to contain high levels of bioactive compounds such as flavonoids, vitamins, and stanols, as well as essential fatty acids that must be obtained from external sources for the body. Olives are predominantly cultivated in the coastal regions surrounding the Mediterranean (Özata & Cömert, 2016).

Olive fruit and olive oil are frequently consumed in nearly all world cuisines and are widely used in various dishes, pilafs, and mezes within Turkish culinary culture (Güdek, Çetin, & Durlu-Özkaya, 2016). While olive oil is often preferred for enhancing the flavor of dishes, it also offers numerous health benefits. It has been reported that the appropriate consumption of olive oil can provide protection against heart diseases and various types of cancer, as well as delay the aging process (Kırmızıkuşak & Yaman, 2021). The notion that olive oil is a healthy fat due to its unique taste, flavor, and aroma, as well as its beneficial components for human health, is supported by the literature (Sevim, 2011). Natural olive oil is predominantly produced and consumed in Mediterranean countries, where it holds a significant position in the economic income of these nations (Ouni, Flamini, & Zarrouk, 2016). Globally, the majority of olives are produced for oil extraction, while a smaller portion is cultivated as table olives (Gündeşli & Küden, 2020). The general composition of olive fruit consists of approximately 50% water, 30% lipids, and 20% carbohydrates (Azbar et al., 2004). It is known that around 99% of olive oil's composition is made up of triglycerides, while the remaining 1% consists of tocopherols, color pigments, and phenolic compounds, which contribute to the oil's flavor, color, appearance, and aroma, thus defining its quality (Aşık Uğurlu, 2011). Phenolic compounds vary depending on the cultivation conditions, variety, and ripeness of the olive, and are present in the fruit in concentrations ranging from 0.1% to 0.3% (Nieto, Hodaifa, & Lozano Peña, 2010).

During the Ottoman period in Turkish history, olive oil was initially used in palace kitchens; however, it is known that its primary uses before culinary application were for lighting, medicinal purposes, soap production, and machine lubrication (Artun, 2007; Doğan, 2008; Işın, 2010). With the transition to the Republican era, the use of olive oil in cooking increased, and healthier oils began to be preferred (Kızıldemir, Öztürk, & Saruşik, 2014). Additionally, due to wars and international migrations, nations brought their culinary cultures to the regions where they migrated (Eskiyörük, 2016). In general, olive oil is used in Turkish cuisine primarily for cold dishes, appetizers, and salads (Doğdubay & Giritlioğlu, 2008). It is observed that olive oil consumption is notably higher in the Aegean, Mediterranean, and Marmara regions compared to other regions (Ertaş & Gezmen-Karadağ, 2013). Dishes such as olive oil artichokes, green beans with olive oil, leeks with olive oil, celery with olive oil, cranberry beans with olive oil, stuffed zucchini, stuffed eggplant, vegetable stew, and artichokes with broad beans in olive oil are among the frequently prepared and consumed dishes in Turkish cuisine, especially in the Aegean and Mediterranean regions (Gezmen-Karadağ et al., 2014). Additionally, olive oil is used in products such as bread, biscuits, and cakes to enhance flavor and prevent the products from drying out (Cömert et al., 2008).

The consumption of olive oil worldwide is reported to have begun around 5000 BCE. It is known that olive oil held a significant place in Ancient Greek cuisine and formed the foundation of its culinary culture (Hatipoğlu, 2013; Özen, 2016). In the present century, olive oil consumption constitutes a fundamental aspect of the culinary culture in many countries, particularly in Spain, Italy, and the Mediterranean region. Additionally, the potential for gastronomic tourism in these areas has been on the rise (Özkaya et al., 2018). The development of Spanish culinary culture has been significantly influenced by victories in wars, migrations to the region, and interactions with diverse cultures. Notably, Christopher Columbus's discovery of America led to encounters with new cultures and interactions with the culinary traditions of these regions (Kocaalan, 2017).

This study highlights the use of olive oil in Turkish cuisine and, to some extent, in global cuisine. Additionally, the study addresses the compositional properties of olive oil, noting its beneficial effects on health, including protection against heart disease and various types of cancer, as well as its ability to delay aging. Olive oil, known to have been used in the Anatolian region since before the Common Era, holds a significant place in the history of

Turkish cuisine, both in terms of its production and consumption, and has become an iconic ingredient in many culinary recipes. However, it is observed that olive oil consumption in Turkey is generally limited to the Aegean and Mediterranean regions. In regions where olive cultivation does not occur, the consumption of olive oil and the related culinary culture remain limited. This has led to the preference for various animal fats or vegetable oils, often in liquid or margarine form, which are considered less healthy than olive oil, thus shaping the local culinary culture. This situation contributes to an increase in certain health issues associated with the consumption of unhealthy fats and results in a stagnation of the culinary culture. It is believed that the development and widespread adoption of an olive oil consumption culture in these regions could be significantly aided by the effective and coordinated efforts of mass communication tools, relevant public institutions, and universities. Furthermore, organizing various festivals, gastronomic tours, and other events focused on the preparation, display, and competition of olive oil-based dishes in regions where olive cultivation does not occur would be important both for tourism development and the promotion of olive oil consumption.