

## YENİ NESİL LOKMACILARA İLİŞKİN BİR BAKIŞ: TÜKETİCİ YORUMLARININ İNCELENMESİ

AN OVERVIEW OF NEW GENERATION LOKMA SHOPS:  
EXAMINING CONSUMER REVIEWS

Dr. Öğr. Üyesi Serdar SÜNNETÇİOĞLU

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

serdarsunnetcioglu@comu.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0244-5874

### ÖZ

Osmanlı döneminde önemli bir tatlı haline gelen lokma günümüzde daha çok Ege bölgesinde hayır amaçlı olarak döktürülmekte ve bazı bölgelerde de ticari olarak satışı yapılmaktadır. Günümüzde lokma adını kullanarak çok farklı isimlerle yeni nesil lokmacılar piyasada yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı tüketicilerin son birkaç yıldır oldukça fazla sayıda açılan yeni nesil lokmacılar hakkındaki görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda nitel veriler kullanılarak, Ekşisözlük'teki Yeni Nesil Lokmacı Fırvyası başlığı altında 22.12.2018-13.06.2019 tarihleri arasında yapılan (entry/girişler) yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analizler sonucunda kişilerin yeni nesil lokmacıları sunulan ürün, tüketici davranışı, işletmecilik ve sosyo-kültürel açıdan değerlendirdikleri belirlenmiştir. Yapılan yorumlar ağırlıklı olarak olumsuz içerikli yorumlardan oluşurken, olumlu yorumların da yapıldığı görülmektedir. Olumsuz yorumların genellikle sağlıksız, pahalı ve kültürel bozulma kodları ile alakalı olduğu, olumlu yorumların ise ürünün lezzetli ve yenilikçi olması ile ilgili olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Lokma, Yeni Nesil Lokmacılar, Ekşisözlük Yorumları, Nitel Analiz



### MAKALE BİLGİSİ

Araştırma Makalesi

Makale Geliş

13.12.2019

Düzeltilme

28.01.2020

19.02.2020

Kabul

21.02.2020

### ABSTRACT

Lokma, which became an important dessert during the Ottoman period, is being poured mostly for charitable purposes in the Aegean region and sold in some regions with money. Today, using the name of "lokma" under very different names in the market of new generation lokma shops exist. The aim of this study is to reveal the opinions of consumers about the new generation lokma shops, which have recently been opened in large numbers. In this context, qualitative data were utilized and comments made under the title of Next Generation Lokmacı Fırvyası in Ekşisözlük between 22.12.2018 and 13.06.2019 was subjected to content analysis. As a result of the analyzes, it was determined that people evaluated new generation lokma shops in terms of product, consumer behavior, business management and socio-cultural aspects. While the comments made mainly consisted of negative content, positive comments were also made. Negative comments are generally associated with unhealthy, expensive and cultural degradation codes, while positive comments are related to the product being delicious and innovative.

**Key words:** Lokma, New Generation Lokma Shops, Ekşisözlük Reviews, Qualitative Analysis.

## GİRİŞ

Yiyecek-içecek sektöründe her geçen gün inovasyon adı altında geleneksel ürünlerin yapımında yeni ve farklı ürünlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu tip uygulamalar yaratıcılık konusunda başarılı görünseler de geleneksel yemek ve ürünlerin korunması konusunda tehdit oluşturabilmektedirler. Bu açıdan kişilerin, işletmelerin, destinasyonların sürdürülebilir gastronomi felsefesini benimsemeleri, yerel yemek kültürünün korunması açısından önemli görülmektedir. Ayrıca son yıllarda artan sağlık sorunlarının sebeplerinden birisinin de rafine şekerlerin, mısır şuruplarının yani nişasta bazlı şekerlerin yoğun olarak endüstride kullanılması olduğu belirtilmektedir (Dizdar, 2015). Bu kapsamda yiyecek içecek işletmelerini değerlendirirken genel işletmecilik ve gastronomi alanı ile birlikte yaratacağı sağlık sorunlarının da dikkate alınması gerekmektedir.

Kuşaktan kuşağa aktarılarak toplulukların etkileşmesiyle yeniden yaratılan ve her seferinde yeni bir kimlik kazanan yemek pişirme tarzları, saklama koşulları, geleneksel üretim ve tüketim şekilleri somut olmayan kültürel miras kapsamına girerken, bu soyut kültürü yansıtan yiyecek ve içeceklerin kendisini somut kültürel miras olarak değerlendirmek mümkündür (Çapar ve Yenipınar, 2016: 104). Günümüzde küresel anlamda homojen bir kültürel yapı oluşturulmaya çalışıldığı ve kültürel mirasına sahip çıkarak farklılığını korumayı başarabilen destinasyonların önemli avantaja sahip olacağı belirtilmektedir (Çetinsöz ve Polat, 2018: 73).

Buradan hareketle yerel gastronomik miras olarak yerel lezzetlerin korunmasının turistler için bir çekicilik unsuru oluşturmakla birlikte yöre ekonomisine de katkı sağlayacağını söylemek mümkündür. Osmanlı döneminde önemli bir tatlı haline gelen lokma da yerel gastronomik miras olarak değerlendirilmekte ve günümüzde daha çok Ege bölgesinde hayır amaçlı olarak döktürülmekte ve bazı bölgelerde işletmelerce satılmaktadır. Bu anlamda lokma; kişilerin mahallerinde, cami çıkışlarında, caddeler ve sokaklarda dağıtılan ve belli bir kültürü ve maneviyatı olan bir yiyecektir ve bu değerlerin korunması gerekmektedir. Günümüzde ise bu geleneksel tatlıyı, lokma adını kullanılarak çok farklı isimlerle ve farklı malzemelerle sunan yeni nesil lokmacılar ortaya çıkmıştır ve son birkaç yılda sayıları gittikçe artmıştır. Türkiye genelinde net sayı bilinmese de yalnızca İstanbul'da İstanbul Şekerciler ve Pastacılar Esnaf Odası'ndan aldığı bilgilere göre odaya kayıtlı 1.100 işletme bulunduğu belirtilmektedir (memurlar.net, 2019).

Bu çalışmanın amacı kişilerin yeni nesil lokmacılar hakkındaki görüşlerini ortaya çıkarmaktır. Kişilerin yeni nesil lokmacılar ile ilgili değerlendirmeleri sonucunda onların gastronomik mirasa ait olan bir ürünün değişime uğraması hakkındaki görüşleri anlaşılmış olacaktır. Ayrıca bu görüşler

**Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi**

doğrultusunda işletmecilere ve devletin çeşitli kademelerinde bulunan karar vericilere yönelik öneriler geliştirilecektir. Literatür incelendiğinde yerel yiyeceklerin sürdürülebilirliği (Richards, 2001; Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013; Çapar ve Yenipınar, 2016), yerel yiyeceklerin turizm açısından önemi (Privitera ve Nesci, 2015) ve turistlerin yerel yemek tercihlerine ilişkin (Sims, 2009; Chou ve Kim, 2018) çok sayıda çalışma görülmekte iken ancak yerel bir lezzet olarak lokma ya da yeni nesil lokmacılara ilişkin çok fazla çalışmaya rastlanamamıştır. Bu anlamda çalışmanın özgün ve güncel olması açısından literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yerel yemek; “yerelliğin içinde bulunduğu özel bir yerin genel bilgi ve anlayış içinde şekillendiği doğal ve sosyal ağlar” olarak tanımlanmakta (Kremer ve DeLiberty, 2007: 1252), ham maddelerin yetiştiği, hazırlandığı ve evlerde ya da ticari işletmelerde sunulan yiyeceklerden oluştuğu vurgulanmaktadır (Futamura, 2007: 220). Son yıllarda tüketiciler yerel ürünlerin satıldığı yerlerde yoğunlaşmaktadır ve turistler buralarda yerel halk ile etkileşime girmekten hoşlanmaktadır (Privitera ve Nesci, 2015: 717). Richards (2001: 5-9), turizmde yerel yemek ve küresel yemek çatışması yaşanmasına karşın son yıllardaki yavaş yemek vb. akımlar ile birlikte yerel yemeklerin öneminin giderek arttığından bahsetmiştir. Öncelikle yerel yiyeceklerin tüketiminin artması yerel ekonomiyi çoklu bir etkiyle canlandırmakta ikinci olarak da yiyeceklerin dünya üzerinde taşınmasının çevresel sonuçları dikkate alındığında turizm endüstrisinin karbon ayak izlerini azaltmada önemli bir etkidir. Turistler özgün ve otantik deneyim arayışındadırlar ve geleneksel yöntemler ile üretilen yerel yiyecekleri talep etmektedirler (Sims, 2009: 324). Çoğu turist yerel gıda tüketimini yeni bir deneyim ve bilgi veya kültürel sermayeyi genişletme aracı olarak düşünmektedir (örneğin, yemek pişirme ve yemeğin yeni yollarını, yemeğin kökenini veya hikâyelerin arkasındaki özel yemekler). Temel olarak, turistlerin yerel yiyecekleri tüketerek meraklarını ve yenilik arzusunu yerine getirmeleri muhtemeldir (Choe ve Kim, 2018).

Sürdürülebilir gastronomi, toplumların sağlığını korumasına yönelik çevreye duyarlı bir beslenme bir taahhüdünde bulunurken, sosyal ve ekonomik olarak gelişebilecekleri anlamına gelmektedir. Sürdürülebilir gastronomi; yerel, organik ve otantik gıdaların üretiminde devamlılığın sağlanmasını, ev yemeklerinin sürdürülmesini, geleneksel damak tadının, mutfak kültürünün ve geleneksel yemek pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılmasını, gıda çeşitliliğinin korunmasını kapsamaktadır (Scarpato, 2002: 139-140). Turistik çekim unsurlarından önemli bir bileşen yerel

mutfaktır. Yerel mutfak; o bölgenin geçmişten günümüze gelen yemek ile ilgili her türlü somut ve soyut unsurları barındıran yeme-içme deneyimiyle oluşmakta olup, bu anlamda yemeğin kültürel ve miras unsurlarını yansıtmaktadır (Yıldız, 2015: 35-36). Küresel trendler nedeniyle yeni nesillerin yöresel kültüre modası geçmiş gözüyle bakması gibi sosyolojik nedenler ile yöresel somut olmayan kültürel değerler yok olmaktadır. Bunun için yöresel yiyeceklerin korunup kullanılmasına ilişkin ülkesel ve bölgesel bazda önlemler alınması gerekmektedir (Çapar ve Yenipınar, 2016: 111). Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can (2013) ise sürdürülebilir gastronomi turizminde yerel gastronomi mirasının korunması ile yöre halkının desteklenerek yerel ekonomik kalkınmanın sağlanabileceğini belirtmişlerdir.

Türk mutfağının alafrangalaşmaya direnç gösteren güçlü bir yanını hamur işlerinin oluşturmakta olduğu belirtilmektedir (Yentürk 2018). Türk mutfağına özgü önemli hamur tatlılarından bir tanesi de lokmadır. Lokma tatlısı, Osmanlı zamanında önemli yeri olan ve günümüzde de halen kültürel ve manevi bir öneme sahip olan Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşatılmaya devam edilen geleneksel ürünlerimizden birisidir. Köklü bir geçmişe sahip olan ve kültürümüzde önemli yere sahip olmasına rağmen lokmaya 1950'lerden sonraki yemek kitaplarında yer verilmediği belirtilmektedir ve İzmir ile özdeşleşen lokma tatlısını bugün yalnızca iki tatlıcının satmayı devam ettirdiği vurgulanmaktadır (Yentürk, 2018: 201). Bunun dışında seyyar olarak düğün ya da cenaze sahibinin evi önünde ya da cami çıkışlarında gelenek sürdürülmeye çalışılmaktadır.

Dilimize Arapça'dan geçen lokma kelimesi yudum, bir defada ağza alınan yemek parçası anlamına gelmekte olup Filippo Argenti, Regola del Parlare Turco, 1533 tarafından yazılan kitapta hamur kızartması anlamında bir tatlı olarak tasvir edilmektedir (nisanyansozluk.com, 2019). Bu kaynak kayıtlara geçmiş ve bu kelimenin kullanıldığı yazılı ilk kaynak olduğu belirtilmektedir (etimolojiturkce.com, 2019). Lokma tatlısı mayalı hamurlar ile hazırlanan tatlı çeşitleri arasında yer almaktadır. Mayalı hamurlardan yapılan tatlı çeşitleri; mayalı hamurların fırında pişirildikten sonra veya yağda kızartıldıktan sonra kıvamlı şuruba atılmasıyla hazırlanan tatlı çeşitleridir (MEB, 2011: 3) Lokma yağda kızartılmış mayalı hamur toplarıdır ve genellikle şuruplanmış hali ile tüketilir. Hamur parçalarının susam yağında kızartıldıktan sonra şurup içine atılması ile ilgili ilk örnekler 13.yy'da Arap mutfağında kaydedilmiştir ve yapılışı yüzyıllardır değişmemiştir (Yentürk, 2018: 199). Yunanistan'dan, Arabistan'a içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu geniş bir coğrafyada değişik isimlerle ve benzer tariflerle bilinen lokma tatlısı, özellikle İzmir kültürünün vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu yüzden İzmir Lokması olarak bilinmektedir

**Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi**

(www.kulturportali.gov.tr). İzmir’de genellikle şerbet dökülerek tatlı olarak yenilmesine rağmen, bazı yörelerde pişi gibi şerbetsiz, peynir ile de yenilmektedir. Ortası delikli halka şeklinde olana İzmir lokması, deliksiz, küçük yuvarlak şeklinde olanlarına da saray lokması denilmektedir. İzmir’de dini ve kültürel öneme sahip (sünnet düğünü, kandil, mevlit, ya da cenazelerde) günlerde her köşe başında pişirilen lokma tatlısının halka ücretsiz dağıtıldığı görülebilir. Buna “lokma dökmek” ya da “lokma döktürmek” denir. Satın alarak yemek isteyenler için de İzmir’de meşhur lokmacı dükkânları vardır (www.kulturportali.gov.tr). Lokma dökmek kelimesinin kullanılan hamurun sulu ve akışkan olmasından kaynaklandığı da belirtilmektedir (Yentürk, 2018: 199).

Serdar  
SÜNNETÇİOĞLU,  
4 (1) 2020

Osmanlı döneminde lokma önemli ve değerli bir tatlıdır. Evliya Çelebi’nin aktardıklarına göre 17. yy’da İstanbul’da 20 civarı lokmacı bulunmaktadır. Lokmacıların porselen tabaklarda halka lokma dağıttığı özellikle vurgulanmaktadır. Bununla birlikte Yahudilerin özellikle kaliteli olan susam yağında lokma kızarttıkları üzerinde durulmaktadır (Yentürk, 2018: 200). Sevimli ve Sömezdağ (2017) Türk mutfağında özel gün tatlılarını araştırdığı çalışmada lokma tatlısı da yer almaktadır. Osmanlı Devleti’nde çocuklar dört veya beş yaşına geldiklerinde ilk mektebe, bugünkü karşılığı ile ilkokula başlarken düzenlenen törende tatlı olarak yalnızca lokma tatlısı servis edildiği belirtilmektedir (Keskin, 2010). Evliya Çelebi, İstanbul esnaf loncalarını uzun uzun anlatırken, “lokmacıyan esnafı”ndan da söz eder. Sayıları hayli fazladır ve hemen her milletten lokmacı vardır. Türklerin lokma merakının kökeninde 9. yüzyılda Doğu Türkistan İmparatoru olan Buğra Bey’in olduğu söylenir. Buğra Bey, düzenlenen bir törende özel olarak yaptırdığı ıslak hamurları, kızgın yağın içine atmış, daha sonra da üzerine o zaman Çin’e bile ihraç edilen pekmezden döküp yemelerini buyurmuş. 19. yüzyıl İstanbul’unda ise bu kez meşhur lokmacıların İzmirli olduğunu görülmektedir. İzmirli ustaların, kullandıkları ham zeytinyağı-susam yağında kızaran ve üzerine taze üzüm şırası dökülen lokma ile meşhur oldukları belirtilmektedir (www.izmirdergisi.com). Seyahatnamede nişasta ile yapılan, iç içe geçmiş halkalar şeklinde dökülen ve yağda kızartıldıktan sonra enlik otuyla renklendirilen zülbiyye tatlısından bahsettiği aktarılmaktadır (Yerasimos, 2011). 1926 yılında yazılan ancak yazarı bilinmeyen Mükemmel Yemek Kitabı adlı eserde de ayrıntılı bir biçimde lokma tarifi anlatılmaktadır. Buna göre avuca alındığı zaman sıkıldığında fırlayacak kadar sulu olması gereken hamur bu kıvama geldikten sonra mayalanmalı ve üç misli kabarınca kadar üzeri kapatılarak bekletilmelidir. Mayalanan hamurdan koparılan küçük parçalar kızgın yağa atılır. El kevgiri ile yağın içine bastırılarak kızartılır, daha sonra kevgir ile süzülerek yağdan çıkartılır, şuruplanıp tarçın serpilir (Yentürk, 2018: 200).

Günümüzde lokma adını kullanarak çok farklı isimlerle yeni nesil lokmacılar ortaya çıkmaktadır. Özellikle büyükşehirlerde lokmacı açıldığı ve önünde kuyrukların olduğu belirtilmekte, gereksiz bulan kişilerin olduğu da vurgulanmaktadır. İç malzemesinin genellikle çikolatadan olduğu yeni nesil lokmaların dolgusunun yanı sıra dışı da çeşitli soslarla kaplanmaktadır. Beyaz, sütlü, bitter çikolata ya da karamelle kaplanan lokmaların üzerlerine fındık, fıstık, ceviz, pekmez gibi ürünler dökülebilmektedir. Onlarca lokmacı dükkanında 40'tan fazla kombinasyon yapılabilmektedir (milliyet.com.tr, 2019; mynet.com, 2019).

## YÖNTEM

Nitel veriler kullanılarak yapılan bu çalışmada kullanıcı yorumlarına içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmada Ekşi sözlük platformunda bulunan “Yeni Nesil Lokmacı Furyası” konu başlığı altında 22.12.2018-13.06.2019 tarihleri arasında yapılan toplam 599 adet yorum analize tabi tutulmuştur. Sözlükte bir konuya ilişkin görüş bildirme entry (giriş) olarak adlandırılmaktadır. Ancak bu çalışmada entry sözcüğünün yabancı kökenli olması ve giriş sözcüğünün tam olarak karşılığı oluşturmadığı düşüncesiyle girişler “yorum” olarak değerlendirilecek ve çalışmada bu kavram kullanılacaktır. Bu yorumlardan analiz edilebilir nitelikte olan yorumlar çalışmaya dâhil edilmiş olup analiz edilen net yorum sayısı 535'tir.

Araştırma konusuna temel olan sosyal ağ Ekşi Sözlük, Şubat 1999 tarihinden bugüne kadar faaliyet gösteren göstermekte olup; sözcük, terim, kavram ve kişilere ilişkin bilgi, deneyim, gözlem, espri, yorum, anket, link ile kaynak içeren interaktif bir platform ve veri tabanı olarak tanımlanabilmektedir. Türkiye'nin en çok takip edilen web siteleri arasında yer alan site, başarılı ve öncü bir İnternet oluşumu olarak dikkat çekmektedir. Ekşi Sözlük'ün en önemli özelliği, katılımçılık esasına göre işleridir. Üye yazarların katkılarıyla sürekli olarak gelişen ve güncellenen bir bilgi havuzu olan Ekşisözlük, katılımcı sözlük niteliği taşımaktadır. Sisteme üye olan kişilerin ‘yazar’ statüsüyle belirli konulara ilişkin fikir ve görüşlerini ortaya koyması esasına göre işleyen katılımcı sözlük; her hangi bir sınırlandırılma olmaması, yazarların nispeten özgür ve bağımsız hareket etmesine imkân tanıdığı için forumlardan farklılaşmaktadır. Ayrıca ansiklopedik bilginin ötesinde bilgi aktarımına izin vermesi, yazarların kişisel yorum ve düşüncelerine yer vermesi ve görüş farklılıklarına olanak tanıdığı için interaktif sözlüklerden farklı bir görünüm arz etmektedir (Gürel ve Yakın, 2007: 203-204). Bu platformdan toplanan verilerin özelliği kişilerin burada özgür bir şekilde yorum yapması ve ayrıntılı olarak görüşlerini bildirmeleridir. Ekşisözlük interaktif bir bilgi paylaşım ortamıdır. Konu ve kavram kısıtlaması olmayan sözlükte kayıtlı yazarlar ister kendi açacakları

Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi



bir başlık altında ister daha önce açılmış bir başlık altında duygu, düşünce, bilgi ve yorum paylaşımı yapabilmektedirler. Açılan başlıklar herhangi bir konu, kavram ve olay hakkında olabilirken, 'entry' adı verilen paylaşımların doğru, kesin, nesnel olma şartı bulunmamaktadır. Böyle bir zorunluluğun olmaması kullanıcıların rahat ve samimi bir şekilde paylaşımda bulunmalarını olanaklı kılmaktadır (Öztekin, 2015: 930). Bu anlamda kişilerin başlıklar hakkındaki değerlendirmeleri kişisel görüşleri olmaktadır. Bu çalışmadaki amaç da herhangi bir doğru ya da kesin bilgiye ulaşmak değil kişilerin düşüncelerini anlamaktır. Bu çalışmada da kişilerin Yeni Nesil Lokmacılar hakkında ne düşündükleri irdelenmekte olup çalışma evrenini "Yeni Nesil Lokmacı Furyası" başlığındaki kullanıcı yorumları oluşturmaktadır. Nitel araştırmalarda önemli olan konu hakkında derinlemesine bilgi sağlanabilmesidir. Bu platformdaki kullanıcı yorumlarının zengin içeriğe sahip olduğu düşünülmektedir.

Serdar  
SÜNNETÇİOĞLU,  
4 (1) 2020

Araştırmada veri analizinde temel olarak içerik analizi ve bunu destekleyici olarak betimsel analiz kullanılmıştır. İçerik analizi, veri analizi için verilerin hazırlanmasını ve organizasyonunu, daha sonra verileri kodlamayı ve kodların bir araya getirmesiyle temalara indirgemeyi ve bunu tablo, şekil ya da görseller ile sunmayı kapsamaktadır (Creswell, 2016: 180). Bu analiz yöntemine aynı zamanda tematik analiz adı verilmektedir. Bu analizde veri içindeki tema ve örüntülere odaklanılır. En önemli adımı kodlamadır. Bu şekilde veriler kodlanarak aynı biçimde kodlanmış veriler okunur ve o kodun özünde ne olduğu anlaşılır. Daha sonra metin içinde aynı koda ilişkin veriler aynı koda farklı anlam ifade eden veriler başka bir kod içerisine kodlanır (Glesne, 2013: 259). İçerik analizinde orijinal metin içerisinden kodlar oluşturularak bunlar belirli kategori içerisine yerleştirilir. Program üzerinden yapıldığında kategoriler arasındaki ilişkileri ve kategori sıklıklarını da gösterebilmektedir (Kozak, 2015: 138). İçerik analizinde temel yapılan işlem birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 242). . Kodlama süreci metin içindeki küçük bilgi kategorileri içine toplamayı ve koda bir etiket vermeyi içermektedir (Creswell, 2016: 184). Buna göre çalışmada öncelikle veri dosyası düzenlenmiş kişilerin yorumları kodlanmıştır. Daha sonra elde edilen kodlardan anlam olarak birbirine yakın olanları birleştirilerek temalara ulaşılmıştır. Daha sonra elde edilen bu veriler yorumlanmıştır. Nitel araştırmalarda temalar kategori olarak da adlandırılmakta ve ortak bir fikir oluşturmak için bir araya getirilmiş birkaç koddan oluşan geniş bilgi birimleri olarak tanımlanmaktadır, yorumlama ise kodların geliştirilmesiyle başlayan, kodlardan temaların oluşturulduğu süreçle devam eden ve temaları daha mantıklı bir hale getirmek için

düzenlendiği bir süreçtir (Creswell, 2016: 187). Tüm işlemlerin bilgisayarlı nitel veri analizi programlarında yapılarak son aşamada verilerin görsel olarak sunulması sağlanmış ve buna ilişkin kelime bulutları, kod haritaları ve hiyerarşik kod alt kod şemaları oluşturulmuştur. Kod haritasında, seçilen kodlar bir haritadaki gibi görüntülenir. İki kod ne kadar üst üste gelirse, verilerdeki kullanımları bakımından o kadar benzer olurlar, haritaya daha yakın yerleştirilirler (maxqoda.com, 2019). Ayrıca ek olarak, hangi kodların çakıştığını ya da birlikte oluştuğunu gösteren kodlar arasındaki bağlantı hatları görülmektedir.

Betimsel analiz ise, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür. Araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtılabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 239) Bu çalışmada içerik analizinden sonra elde edilen verilerin özetlenerek yorumlanmasından sonra temalara ilişkin yorumlardan doğrudan alıntılar verilmiştir.

Araştırmada güvenilirlik kapsamında veri toplama ve analizi ile ilgili durumlar ayrıntılı olarak açıklanarak dış güvenilirliğin artırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun yanında iç güvenilirliği için, araştırmacıların farklı zamanlarda aynı olguyu aynı kodlaması ile zamana bağlı güvenilirlik; alanda uzman farklı araştırmacılardan aynı olguyu aynı şekilde kodlama konusunda görüş alınması ile de gözleme bağlı güvenilirlik sağlanmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda iç geçerlilik olguyu olduğu biçimiyle mümkünse doğrudan alıntılarla ve olabildiğince yansız aktarabilmeye bağlıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 257). Çalışmanın geçerliliğini artırmak amacıyla yapılan tüketici yorumlarından doğrudan alıntılar yapılmıştır.

## **BULGULAR**

Araştırma kapsamında elde edilen veriler değerlendirildiğinde kişilerin yeni nesil lokmacılara karşı hem olumlu hem de olumsuz tutum sergilediği görülmekte olsa da olumsuz görüşler ağırlık kazanmaktadır. Görüş bildiren kişilerin çoğunun ürünü denediği ancak bazı yorumların ise ürünü denemeden ve ürün özelliğini bilmeden yapıldığı da göze çarpmaktadır.

Yeni nesil lokmacılar hakkında yapılan tüm yorumlara ilişkin öncelikle bir kelime bulutu analizi yapılmış ve bu analiz ile kişilerin en çok tekrar ettiği kelimelerin neler olduğu genel bir bakış açısı ile ortaya konulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular Şekil 1' de sunulmuştur. Analiz sonuçlarına göre en çok tekrar edilen kelimeler daha büyük puntolar ile gösterilmekte

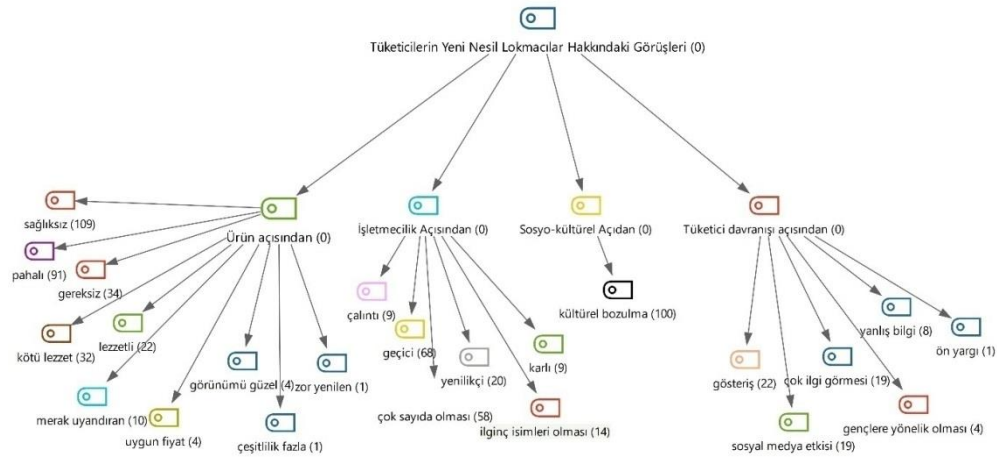
**Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi**





tatlı olan lokmanın bu girişimler ile farklı bir hale geleceği endişesi yarattığı yani kültürel bir bozulma olduğu yönünde görüşlerin kodlandığı görülmektedir.

## Hiyerarşik Kod-Alt kod Modeli



Yeni Nesil  
Lokmaçlara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi

Şekil 2. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli

Sosyo-kültürel açıdan kültürel bozulma olarak adlandırılan koda ilişkin görüşlerden bazıları aşağıda yer almaktadır:

*“adı lokma olmasına rağmen kendisi lokma dışında her şeye benzeyen yağlı, şekerli, garip soslu kızartma hamur topları satan garip yerler”*

*“İstanbul’a geldiğimde lokmanın parayla satılabildiğini görüp şok geçirmiştım. İzmirde bayramda seyranda doğumda cenazede hayır amaçlı dağıtılan bişey bu. bir de üstüne post-modern versiyonu çıkmış çikolatalı falan.”*

*“o zaman bu şeyin ismi neden lokma? zira lokma şerbetlenmiş kızarmış hamura denir.”*

*“eskiden hayır için yapılırdı, herkes seve seve yedi, güzel bir gelenektir. şimdi ise saçmaladılar”*

*“bin yıllık lokmayı vafıla çevirip 20 liraya satıyorlar”*

*“alternatifsiz şehirler, damak zevkinden yoksun klişe ve ruhsuz kafeler! mis gibi Türk mutfağının dünyada marka olamama sorunu bu”*

*“adı lokma olmasına rağmen kendisi lokma dışında her şeye benzeyen yağlı, şekerli, garip soslu kızartma hamur topları satan garip yerler”*

*“kullanmadığınız Türk yemeği kalmadı oynamak için. bunun bir denetlemesi, kurumu olmalı bilmiyorum yanlış mı düşünüyorum”*

*“tamamen kültürel emperyalizm, yozlaşma.”*

*“gerçek lokma bu değil yani! popülerleşerek sıradanlaşan, seri tüketime sunularak değeri kaybolan bir hale büründü işte”*

Sosyo-kültürel açıdan görüşlerden sonra oluşan diğer tema tüketici davranışı açısından yapılan değerlendirmelerdir. Tüketici davranışı temasını oluşturan kodlardan bir tanesi gösteriştir. Buna ilişkin bazı görüşler ise şu şekildedir.

*“insanların fotoğraf atmak için devam ettirdiği furyadır diyorum ben”*

*“instagram popisi olma uğruna herkesi şeker hastası edecekler”*

*“sokakta hayrına dağıtıldığı zaman marjinallikten dolayı yemeyip öğrenen tipler; üzerine sos dökülmüş haline keriz gibi 25 lira bayılmak için dakikalarca sırada bekliyorlar.”*

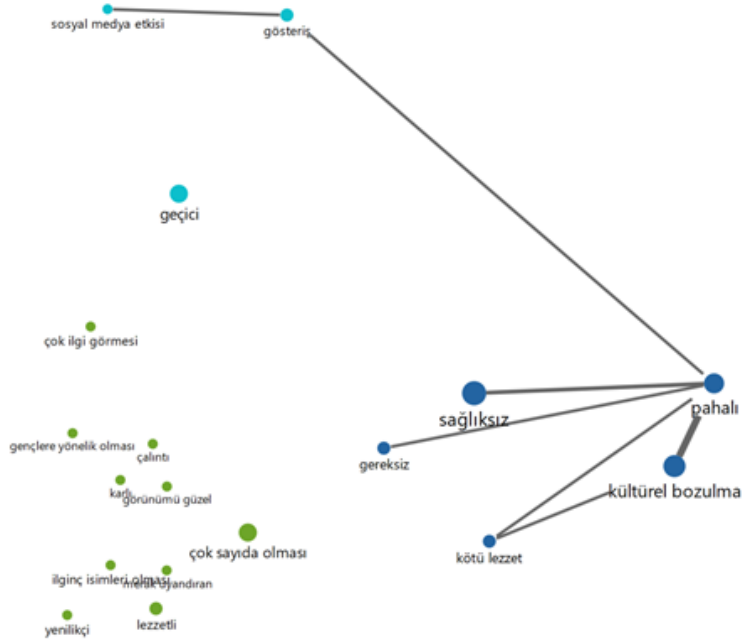
Sosyal medya etkisi koduna ilişkin ise *“bu modanın da esas kaynağının sosyal medya olduğunu düşünüyorum, herkes yeterince fotoğraf atıp tadında bir numara olmadığını anlayınca geçecektir.”* ve *“yeni nesil lokmacıların olmazsa olmazı, orada “selfie” çekilen veya “story” paylaşan gençlik.”* gibi yorumların yer aldığı görülmektedir.

İşletmecilik açısından yapılan değerlendirmelere bakıldığında en çok geçici ve çok sayıda olmasına ilişkin yorumların yapıldığı anlaşılmaktadır. Bunlara ilişkin *“bakalım ne zamana kadar dayanacak”, “ben de herkes gibi bu furyanın kısa zamanda azalarak biteceğini düşünüyorum”, “her sokakta var artık aynı hızla kapanacaktır”* gibi söylemler mevcuttur. Lokmacıların isimleri konusunda yapılan yorumlardan birkaçı ise *“her yerde enteresan adlarla görmeye başladığımız tatlıcı”* ve *“geçen Beşiktaş taraflarında gördüm yeni açılmış lokma olsa iyi loqma koymuşlar dükkân adını”* şeklindedir. Bunların dışında girişimi yenilikçi bulanların yanında başka ülkeden çalıntı olduğunu da düşünenler mevcuttur: *“inovasyon içeren bir ürün, bahsedilen yeni jenerasyon lokma fikrini oldukça sevdim. Çünkü lokma gibi sıradan, geleneksel bir tatlıyı modern hayata implemente etmek oldukça karlı ve yenilikçi” ; “yerel, geleneksel lezzetlerin yeniden yorumlanıp satılmasına alışmak lazım artık”. “birazcık vizyon, dünya görüşü olan insanlar olsaydınız, Yunanlılardan arakladığımızı bilirdiniz”.*

Ürün açısından yapılan değerlendirmelere bakıldığında en çok yorum yapılan kodların sağlıksız, pahalı ve gereksiz olduğu görülmektedir. Örneğin sağlıksız koduna ilişkin yorumlarda ürün oldukça ağır olduğuna ve hastalığa sebep olacağına yönelik görüşler mevcuttur: *“4 tane yiyen direkt ölür şeker*

*komasından”; “yeni nesil obezite tuzağı”; “besleyici özelliği sıfır olan bir karbonhidrat bombası ve glikoz şurubunun gördüğü rağbeti ibretle izliyorum”. Pahalı koduna ilişkin yorumlar ise şu şekildedir: “3 parça hamuru kızgın yağa at, 20 liralık fiş kes. ne ala dünya”; “parayla satılan lokma mı olur, dalga mı geçiyorsunuz”; “yeni nesil kazıklama çeşidi”. Gereksiz olduğunu düşünenlerin ise şu sözleri etkileyicidir: “ben hayatımda bu kadar saçma ve anlamsız bir tatlı yemedim”; “böyle zevksiz, anlamsız bir tatlı Türkiye'ye yakışmıyor arkadaşlar. Ayıptır, gıda terörüdür”. Bu olumsuz yönlerine rağmen ürünün lezzetli ve ilgi çekici olduğuna yönelik yorumlar da az sayıda olsa mevcuttur: “bir gıdanın sağlıksız olması ya da İzmir'de beleş olması, dandik malzemeden yapılmış olması, maliyetinin 4-5 katına satılması, lezzetli olmayacağı manasına gelmez”; “içi kremalı dışı çikolatalı çıtır çıtır harika bir şey. Hem waffle gibi eğreti değil, anneannelerimizin yaptığı tatlının geliştirilmiş hali”*

Kodlar arasındaki kod ilişki haritası incelendiğinde kodların üç ayrı grup halinde toplandığı görülmektedir. Bu üç grup incelendiğinde sağlıksız, pahalı ve kültürel bozulma olarak adlandırılan ve genellikle olumsuz kodlamaların birleştiği görülmektedir. Bir diğer gruba bakıldığında geçici, gösteriş ve sosyal medya etkisi olduğu görülmektedir. Burada da genellikle popüler kültürün bir unsurları olarak birleştikleri söylenebilir. Son olarak son grupta ise çok sayıda kodun yer aldığı ve genellikle olumlu kodların bu grupta toplandığı görülmektedir.



Şekil 3. Kod İlişki Haritası

Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketici  
Yorumlarının  
İncelenmesi

Kod ilişki haritasına bakıldığında kültürel bozulma ile pahalı kodları arasında en yoğun çakışma gerçekleşmektedir. Kişiler lokmacıların kültürel bozulma yarattığı düşüncesini daha çok sağlıksız olması yorumu ile birlikte değerlendirebilirler denilebilir. Bunun dışında pahalı kodu ile birlikte sağlıksız, gereksiz, kötü lezzet ve gösteriş kodlarının aralarında ilişki olduğu görülmektedir. Son olarak gösteriş kodunun sosyal medya etkisi kodu ile birlikte değerlendirildiği de söylenebilir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre kişiler yeni lokmacıları sunulan ürün, tüketici davranışı, işletmecilik ve sosyo-kültürel açıdan değerlendirmişlerdir. Katılımcıların en fazla değindiği unsurlardan bir tanesinin kültürel bozulma olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre kişiler geleneksel lokmanın yerine adında yine lokma geçen fakat asıl tarifine uymayan bir olarak görmektedirler. Özellikle genç tüketicilerin daha çok ürünü tükettiği düşünüldüğünde olayın sosyo-kültürel boyutunun daha derin olabileceği düşünülmektedir. Özellikle genç yaştaki kişilerin belki de daha geleneksel lokma yemeden yeni nesil lokmalardan tadacak ve lokmayı zihninde o şekilde kodlayacaktır. Çapar ve Yenipınar (2016) bu sonuca benzer şekilde yöresel yiyeceklerin ticari kaygılarla taklit ve aslına uygun olmayan uygulamaların, kültürel yozlaşmaya neden olduğundan bahsetmiştir. Bunun yanı sıra yorumlardan açıkça görülmektedir ki yeni nesil lokma sağlıksız bir ürün olarak görülmektedir. Bu durumda ürün değerlendirildiğinde sosyolojik açıdan kültürel yozlaşmaya sebep olduğu gibi kişilerin sağlıklarını da bozabilmektedir. Durumun yalnızca yeni nesil lokma değil gençlerin yoğun ilgi gösterdiği waffle, donut gibi ürünler de için de geçerli olduğu düşünülmektedir. Tüketici yorumlarında göze çarpan diğer önemli husus bu işletmelerin çok sayıda olması ve bunun sonucu olarak ayakta kalacak işletme sayısının gelecekte azalacağı ve geçici bir durum olduğu yönündedir. İleride yapılacak araştırmalarda durumun gerçekleşip gerçekleşmediği ortaya konulabilir. Çalışmaya başlandığı günden bugüne kadar geçen zamanda araştırmacının yaşadığı ildeki mevcut dört lokmacıdan ikisinin kapandığını tespit edilmiştir. Büyükşehirlerde de lokmacıların yavaş yavaş kapandığı haberleri görülmektedir (memurlar.net, 2019).

Bu çalışma ile birlikte azımsanmayacak bir tüketici grubunun geleneksel lezzetin aslına uygun olmayan bir ürün haline getirilmesinin ve bunun ticari işletmelerde satılmasına verdiği tepki gözlemlenmiştir. Bu durumda tüketicilerin küçük bir kısmı ürünü yenilikçi ve lezzetli bulduğu büyük bir çoğunluğunun ise ürünün aslına uygun olmadığı, sağlıksız ve fayda-maliyet açısından uygun görmediği gibi sebeplerle eleştirdiği görülmüştür. Bu

durumdan kişilerin özellikle ürünün geleneksel ve özgün halini tüketmek istedikleri anlaşılmaktadır. Bu durum kişilerin kültürlerine ait ve birçoğuna göre manevi değeri de olan yiyecekleri farklı bir şekilde görmek istemedikleri sonucunu çıkarmakta olup bu sonucun da sürdürülebilir gastronomi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Yiyecek içecek sektörünün daha kaliteli bir seviyeye gelmesi ve ülke gastronomisinin gelişmesi açısından inovatif girişimlerin önemli olduğu düşünülmekle birlikte bu girişimlerin kültürümüze ait ürünlerin yapısı ve özelliğini bozması değil onlara değer katacak girişimler olması gerektiği düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle sektörde yer alacak işletmelerin Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından onaylanması gerektiği takdirde kültürel mirası yok edecek işletmelerin açılmasına izin verilmemesi ve geleneksel kültürü devam ettiren girişimlere teşvik uygulanması gerektiği düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle girişimcilerin özellikle turistik bölgelerde yerel ürünlere yönelik işletmeler açması ve işletmelerinde yerel ürünlere yer vermeleri, büyük çoğunluğunun yerel yemek arayışında olan turistlerin talebini karşılayacaktır. Büyük şehirlerde ise genellikle ülkeye mal olmuş geleneksel yiyeceklerin ön plana çıkarılmasıyla hem turistlerden hem de ülke vatandaşının talebini karşılayacaklardır. Turizm ve ekonomi açısından durum böyle iken işletmeciler aynı zamanda yerel kültürü yaşatma ve insanlara sağlıklı ürünler sunma gibi sosyal bir misyonu da üstlenmiş olacaklardır.

Bu çalışma Ekşisözlük platformunda yer alan yorumlarla sınırlıdır. İlerideki çalışmalarda tüketicilere yönelik alan araştırması yaparak onların yeni nesil lokmacılara karşı olan tutum ve davranışları daha büyük ölçekli olarak araştırılabilir. Bunun yanı sıra girişimcilere yönelik onların bu işletmeleri açma motivasyonlarının ne olduğu ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Choe, J.Y., ve Kim, S. (2018). Effects Of Tourists' Local Food Consumption Value On Attitude, Food Destination İmage, And Behavioral İntention, *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Creswell, J. W. (2016). Nitel Araştırma Yöntemleri (Çev.Ed. Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir, 3. Baskıdan Çeviri). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çapar, G., ve Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1*, 100-115.

**Yeni Nesil  
Lokmacılara İlişkin  
Bir Bakış: Tüketiciler  
Yorumlarının  
İncelenmesi**



- Çetinsöz, B. C. ve Polat, A.S (2018). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Bağlamında Yerel Yemeklerin Mikro Ölçekte Hazırlanış Farklılıkları: Batırık Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi* 2, Ek 1, 60-77.
- Dizdar, Y. (2015). Gıda Hastalık İlişkisi: Şekerin Yeri Nedir? *İş ve Hayat*, 1 (2), 9-21.
- Durlu-Özkaya, F. Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1 (1), 13-20
- Futamura (2007). Made in Kentucky: The Meaning of “Local” Food Products in Kentucky’s Farmers’ Markets. *The Japanese Journal of American Studies*, 18,209-227.
- Glesne, C. (2013). Nitel Araştırmaya Giriş. (Çev.Ed. Ali Ersoy ve Pelin Yalçınoglu) Ankara: Anı Yayıncılık.
- Gürel, E., ve Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür, *Selçuk İletişim*, 4 (4), 203-219.
- Keskin, N . (2010). I.Abdülhamit’in Şehzadelerinin Bed’-i Besmele Törenini Anlatan Enderûnlu Fâzıl’ın Sûrnâme-i Şehriyâr’ı Üzerine. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi* , (27) , 149-186.
- Kozak, M. (2015). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kremer, P., ve DeLiberty, T.L. (2011). Local Food Practices And Growing Potential: Mapping The Case Of Philadelphia. *Applied Geography* ,31, 1252-1261.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011). Yiyecek İçecek Hizmetleri, Hamur Tatlıları Ankara.
- Öztekin, Y. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşisözlük Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (38), 925-936.
- Privitera, D., ve Nesci, F. S. (2015). Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system. *Procedia Economics and Finance*, 22, 716-722.
- Richards, Greg. (2001). Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? İçinde *Tourism and Gastronomy* (Edt. Anne-Mette Hjalager ve Greg Richards), 3-21.

- Scarpato, R. (2002). Sustainable Gastronomy as a Tourist Products. In A. Hjalager & G. Richards, G. (Eds.) *Tourism and Gastronomy*. London-New York: Routledge.
- Sevimli, Y. Sönmezdağ, A.S. (2017). Özel Gün Tatlıları: Kültür Turizmi Açısından Önemi, *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2): 18-28,
- Sims, R. 2009. Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Yentürk, N. (2018). *Ayaküstü İzmir*. Ankara: Oğlak yayıncılık.
- Yerasimos, (2011). *Evliya Çelebi Seyahatnamesi'nde Yemek Kültürü*, İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız (2015). *Turistik Çekim unsuru olarak yerel yiyecek – İçecek Üretiminin Ekonomik Sürdürülebilirliği: Kazdağı Örneği*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayımlanmamış Doktora Tezi: İzmir.

#### İnternet Kaynakları

- Etimoloji Türkçe, <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/lokma>, (Erişim tarihi, 10.09.2019).
- <http://www.milliyet.com.tr/yeni-nesil-lokma-furyasi-nereye-gidiyor--molatik-12214/?Sayfa=9>, (Erişim tarihi, 30.01.2020).
- <https://www.memurlar.net/haber/865645/lokmacilar-birer-birer-kapaniyor.html> (Erişim tarihi, 30.01.2019).
- İzmir Dergisi, <https://www.izmirdergisi.com/tr/dergi-arsivi/37-13uncu-sayi/278-izmir-lokmasi> (Erişim tarihi, 12.09.2019).
- MYNET, <https://www.mynet.com/adimbasi-aciliyor-onunde-kuyruklar-bitmiyor-yeni-nesil-lokma-tatlisi-1182624-myyemek> (Erişim tarihi 22.10.2019).
- Nişanyan Sözlük, <https://www.nisanyansozluk.com/?k=lokma>, (Erişim tarihi, 10.09.2019)
- Türkiye Kültür Portalı, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/izmir/neyenir/lokma-zmir-lokmasi>, (Erişim tarihi: 11.09.2019).
- [www.maxqoda.com](http://www.maxqoda.com), (Erişim tarihi, 4.12.2019)

#### **ETİK ve BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI**

Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara ve bilimsel atıf gösterme ilkelerine riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.