



RAKİ VE TÜRK RAKİ SOFRASINDAKİ YEMEK KÜLTÜRÜ RAKİ AND THE FOOD CULTURE AT THE TURKISH RAKİ TABLE

Aykut ŞİMŞEK

Dr. Öğr. Üyesi., Kastamonu Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

asimsek@kastamonu.edu.tr



<https://orcid.org/0000-0002-3317-2330>

ETÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi | ETU Journal of Social Sciences Institute

S.12, Nisan | April 2021, Erzurum

e-ISSN: 2717 - 8706

Makale Türü | Article Types : Araştırma Makalesi | Research Article

Geliş Tarihi | Received Date : 18.11.2020

Kabul Tarihi | Accepted Date : 25.01.2021

Sayfa | Pages : 76-95



<http://dx.doi.org/10.29157/etusbed.827807>

<https://dergipark.org.tr/etusbed>

This article was checked by

✓ iThenticate

RAKİ VE TÜRK RAKİ SOFRASINDAKİ YEMEK KÜLTÜRÜ

Aykut ŞİMŞEK

ETÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ETÜSBED), S. 12, Nisan 2021, Sayfa: 76-95

ÖZ

Araştırmada temel olarak, 500 yıldan uzun süreli bir geçmişi olan rakının ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca söz konusu kültürün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesine yönelik öneriler geliştirilmesi çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır ve veri toplama iki aşamadan oluşmaktadır. İlk olarak rakı ve rakı içme hakkında derinlemesine bilgi edinebilmek için doküman incelemesi yapılmıştır. İkinci aşamada ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile araştırma kapsamında yer alan 17 rakı tüketicisi ile Ocak-Şubat 2020 tarihleri arasında yüz yüze ve telefon aracılığıyla görüşmeler yapılarak veriler toplanmıştır. Araştırma sonuçlarında araştırmaya katılan bütün bireylerin rakı kültüründe muhabbetin çok önemli olduğunu vurguladıkları tespit edilmiştir. Rakı sofrasındaki (çilingir sofrası) mezelere önem verildiği ve bu mezelerin çeşitlilik gösterdiği belirlenmiştir. Meze olarak çoğunlukla beyaz peynir, yoğurt ve türevlerinin tercih edildiği tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğunun rakı içerken yemek yedikleri ve yemek olarak da ızgara tercih ettikleri görülmüştür. Rakının, acele etmeden, yavaş yavaş ve soğuk içilmesi ve rakı sofrasında bulunmak kişinin saygın biri olduğunu ifade etmesinden dolayı sofrada bulunanların birbirlerine karşı saygılı olmaları gerektiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, rakı, rakı sofrası, gastronomi turizmi.

RAKİ AND THE FOOD CULTURE AT THE TURKISH RAKİ TABLE

ABSTRACT

The main goal of the research is to examine rakı, which has a history of more than 500 years, and the food culture of Turkish rakı table. In addition, developing suggestions for the evaluation of this culture within the scope of gastronomy tourism constitutes the sub goal of the study. Qualitative research methods were used as data collection method in the study and data collection consists of two steps. First of all, a document review was conducted to obtain in-depth information about rakı and drinking rakı. In the second step, with the semi-structured interview technique, data were collected by having face-to-face and telephone interviews between 17 people who rakı consumer between January and February 2020. In the results of the research, it was determined that all individuals who participated in there search emphasized that chat and conversation are very important in rakı culture. It was determined that they attach great importance to the appetizers in the rakı table and these appetizers show great variety. Mostly white cheese, yoghurt and its derivatives are preferred as appetizer. It was also observed that the majority of the participants ate while drinking rakı and preferred the grill as a meal. Rakı should be drunk slowly and cold, leisurely. Since being at the rakı table shows that the person is respectable, everyone at the table should be respectful to each other.

Keywords: Culture, rakı, rakı table, gastronomy tourism.

Giriş

Beslenme, yeryüzünde var olan bütün canlıların karşılaşması gereken biyolojik bir ihtiyaçtır. Ancak söz konusu ihtiyaç, sadece bir ihtiyaç olmaktan çıkmış, zamanla içerisinde kültürel davranışlar bulunan bir zevke dönüşmüştür. Beslenme, çok geniş bir kültürel çeşitlilik göstermektedir ve toplumları birbirinden ayıran önemli bir kültürel farklılıktır (Türk ve Şahin, 2004). Çünkü beslenme biçimleri sonucunda oluşan yemek kültürü, toplumların içerisinde yer aldıkları coğrafyaya, ekonomik, kültürel ve ekolojik yapıya göre şekillenmektedir (Kesici, 2012). Bu özelliklerinden dolayı turistlerin davranışları içerisinde önemli bir rol oynamaktadır ve turizm ile yemek arasındaki güçlü ilişkinin önemi göz ardı edilemez. Çoğu araştırma da mutfağın turistlerin tatil destinasyonlarını seçme sürecinde oldukça etkili olduğunu göstermiştir (Boyne, Williams ve Hall, 2002). Bu anlamda gastronomi turizmi için yiyecek öncelikli etkidir ve bu turizm türüne katılan turistlerin destinasyondaki bütün aktiviteleri yiyecek ve içeceklerle ilgilidir (Hall ve Sharples, 2003).

Bir destinasyonun gastronomisi, ziyaretçileri önemli ölçüde motive etmektedir ve ziyaretçileri, aynı destinasyonu tekrar ziyaret etmeleri konusunda da büyük ölçüde etkilemektedir. Dolayısıyla destinasyonun gastronomik unsurlarının kalitesi, ziyaretçilerin o destinasyona yönelik algılarını ve seyahat tecrübelerini olumlu yönde etkilemektedir (Kivela ve Crotts, 2009). Gastronomi turizmi rekabet avantajı sağlanması açısından destinasyonların gelişmesi ve güçlenmesi için önemli bir fırsat aracı olabilmektedir. Çünkü gastronomi turizmi faaliyetlerine katılan turistler ziyaret edecekleri turizm destinasyonlarının mutfakları hakkında bilgilidir. Ayrıca bu turistler için yerel bir mutfağı tecrübe etmek ve özel bir yemek üretim tesisini ziyaret etmek öncelikli amaçtır (Lopez-Guzman ve Sanchez-Canizares, 2012). Bu kapsamda Türkiye önemli bir gastronomi turizmi potansiyeline sahiptir. Türk mutfağı denildiğinde yiyecek ve içeceklerle ilgili tüm uygulamalar ve inanışlar anlaşılmalıdır. Bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, korunması, yemek yeme adabı, mutfakta kullanılan araç-gereçler ve mutfak kapsamında var olan bütün uygulamalar Türk mutfağını ifade etmektedir (Kesici, 2012) ve gastronomik ürün anlamında Türk mutfağının zengin olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu ürünlerden bir tanesi de 500 yıldan daha fazla bir geçmişe sahip olan rakı kültürüdür.

Rakı, Anadolu topraklarında yaşamış olan çeşitli uygarlıkların kültürel mirasının bir sentezidir ve geleneksel üretim yöntemiyle günümüze kadar ulaşmıştır. Rakının ana hammaddeyi üzumdür. Kuru üzüm, yaş üzüm veya her iki üzümün birlikte kullanılmasıyla üretilen ve baskın aromasını anason

tohumundan distilasyon (damıtla) esnasında alan geleneksel bir içkidir ve özgün karakterini Türkiye’de yetişen üzüm ve anasondan alır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020). Türk rakı kültürünün de gastronomi turizmi kapsamında önemli bir potansiyel ve avantaj olduğunu söylemek mümkündür. Ancak rakı ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde özellikle rakının uçucu bileşiklerinin belirlenmesine (Anlı, Vural ve Gucer, 2007; Cabaroğlu ve Yilmaztekin, 2011; Yilmaztekin ve Cabaroğlu, 2011), rakı fiyatlarının belirlenmesinde dikkate alınan faktörlerin tespit edilmesine (Çakıcı, Ercan, Üzülmöz ve Benli, 2016), rakının Türklerin dini ritüellerdeki işlev ve öneminin (Kabak, 2012) incelenmesine yönelik araştırmaların olduğu görülmektedir. Ayrıca Kürkçü (2005) Efe Rakı örneği ile coğrafi kimliğin önemini ve rolünü, Uzunoglu ve Öksüz (2012) Yeni Rakı markasına yönelik sosyal medya pazarlama stratejilerini ve bu stratejilerin tüketicileri etkilemesi açısından sağladığı fırsatları incelemişlerdir. Fakat Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesine yönelik herhangi çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durumdan hareketle çalışmada, 500 yıldan uzun süreli bir geçmişi olan rakının ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma amacı doğrultusunda ilk olarak rakı ve rakı içme hakkında derinlemesine bilgi edinebilmek için doküman incelemesi yapılmıştır. Bu kapsamda kitap, makale ve ansiklopedi gibi yazılı kaynaklar derinlemesine incelenmiş, genel tarama yapılmıştır. Yazılı ortamdaki veriler birinci derece verilere göre daha güvenilir olabilmektedir. Ayrıca bu verilere ulaşılması daha kolaydır (Kozak, 2014). Daha sonra ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır. Ayrıca söz konusu kültürün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesi amacıyla öneriler geliştirilmiştir.

1. Türkiye’de İçki Tüketimi

Türk Dil Kurumu, içeceği “içilen her şey, meşrubat”, içkiyi de “içinde alkol bulunan içecek” olarak tanımlamaktadır. Tarihi kaynaklar incelendiğinde Türklerin içki tükettiği görülmektedir. Ancak bu tüketim dönemler içerisinde farklılıklar göstermektedir. Orta Asya döneminde başta kırmızı olmak üzere tarasun, uğut, begni gibi alkollü içecekleri tüketilirken (Şimşek ve Yıldız, 2020), Selçuklu döneminde coğrafyanın ve bitki örtüsünün değişmesi sonucunda bazı alışkanlıklar değiştirilmiş ve kırmızı tüketimi yerini zamanla şaraba bırakmıştır (Genç, 2008). Osmanlı döneminde şarap üretimi daha çok azınlıkların elinde olmuş ve gelişmeye devam etmiştir. İlk şarap fabrikası da cumhuriyet döneminde kurulmuştur (Yıldız, 2009). Günümüzdeki bazı içki türlerinin toplam üretim ve ithalat istatistiklerine ilişkin veriler Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Toplam İç Piyasaya Arz (Üretim+İthalat)

Yıl	Bira Hariç Fermente İçkiler			Distile İçkiler		
	Bira	Şarap	Vermut	Viski	Votka	Rakı
2017	915.104.416	66.427.742	118.433	8.214.105	13.276.952	37.316.029
2018	965.401.865	77.197.699	126.850	9.048.994	14.553.545	35.934.117
2019	884.910.874	74.838.070	165.961		12.809.376	27.763.381

Kaynak: T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2020). *Üretim ve İthalat* <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi>. (13 Şubat 2020).

Tablo 1 incelendiğinde Türkiye’de en fazla tüketilen içkinin bira olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise şarap gelmektedir. Şarabı da rakı takip etmektedir. Ayrıca içki tüketimi dünya ortalamasına göre Türkiye’de düşüktür. Söz konusu tüketim de farklı etmenlere göre değişiklik göstermektedir ve erkekler kadınlara oranla daha fazla içki tüketmektedir (Buzrul, 2016). Cinsiyet, eğitim ve gelir Türkiye’deki alkol tüketiminin en önemli sosyo ekonomik belirleyicileridir. Eğitim ve gelir yükseldikçe alkol tüketimi de doğru orantı ile yükselmektedir (Aydın, 2011).

2. Kültür ve Gastronomi

Kültür, bir milletin sahip olduğu gelenek ve görenekler, eğitim, sanat, örf, adet, dil, hukuk, din, zevkler, davranışlar, felsefi ve bilimsel eğitimler gibi toplumsal değerlerin tamamıdır (Usta, 2001). Doğal çevrenin farklılığı kültüre yansımakta, kültür de bu yansıma sonucunda doğal çevreyi ve toplumu etkilemektedir. Yani kültüre aynı zamanda çevreye uyum demek mümkündür (Emekli, 2006). Dolayısıyla kültür, ne tüketileceğinin ana belirtisidir ve yiyecek ve içecekler kültürün bütünleyici parçalarıdır. Aynı zamanda kültür öğrenilmiştir. Bu kapsamda tüketim alışkanlıkları da küçük yaşlarda öğrenilir ve uzun süre değişmez (Tezcan, 2000).

Toplulukların tarih boyunca sergilemiş oldukları davranışlar yiyecekleri tüketilebilir hale getirme yöntemlerini ve beslenme kültürünü belirlemektedir. Örneğin, konar-göçer yaşam tarzını benimseyen bir topluluğun beslenme alışkanlıklarında et ve süt ağırlık gösterecektir (Beşirli, 2010). Yerleşik yaşam tarzını benimseyenlerin ise mutfak kültürlerinde et ve süt ürünleri ile birlikte tarımsal ürünlerin de ağırlıklı olabileceğini söylemek mümkündür. Çünkü yiyecek ve içecek kültür ile yakından ilişkilidir ve bir toplumun kültürünün vazgeçilmez unsurlarından biridir (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2011). Ayrıca yöresel yiyecek ve içecekler insanların geçmiş kültürleri ile bağ kurmalarını, tarihlerini hatırlamalarını sağlamaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016). Bu bağlamda gastronomi de yiyecek ve içeceklerin sadece hazırlanma süreci ile

ilgilenmemekte, aynı zamanda kültürel, sosyo-ekonomik gibi etkenleri de dikkate almaktadır. Dolayısıyla gastronomi için yöresel kültürle şekillenen yöre mutfağı, yöresel ürünler büyük önem taşımaktadır.

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin tarih boyunca gelişmesinden başlar ve bunların özelliklerinin sanatsal ve bilimsel yollarla anlaşılmasını, uygulanmasını ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanmasını sağlar (Eren, 2007). Gastronomi, beraberinde gastronomik ürün ve gastronomik özellikler gibi kavramları da getirmektedir. Gastronomik ürün, bir bölgede veya kırsalda gastronomik karakter olarak üretilen ve tüketilen yiyecek ve içecekleri ifade etmektedir. Gastronomik özellikler kavramı ise bir bölgeye, bir yöreye, bir restorana ya da bir aşçıya özgü yiyecek ve içecekleri kapsamaktadır. Bütün bunları içine alan gastronomi turizmi de özellikle gastronomik özelliklere ve yiyecek-içeceklere yönelik gerçekleştirilen turizm türü anlamına gelmektedir (Santich, 2004).

Gastronomi turizmi, insanların seyahatleri sırasındaki yiyecek-içeceklerle ve bundan edindikleri tecrübelerle alakalıdır. Bazı turistler evlerinde yedikleri yiyecek-içeceklerin dışında çok farklı yiyecek-içecek tercih etmezken bazıları ise tam aksine rutin yediklerinin dışında farklı yiyecek-içecekleri, farklı kültürleri denemeyi tercih ederler (Ab Karim ve Chi, 2010). Türkiye'nin sahip olduğu bütün gastronomik zenginlikler değerlendirildiğinde de kullanılmayan çok büyük bir gastronomi turizmi potansiyeli olduğunu söylemek mümkündür (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015).

3. Rakı ve Rakı Kültürü

Çalışmanın bu bölümünde, rakı ve rakı içme hakkında derinlemesine bilgi edinebilmek amacıyla yapılan doküman incelemesi sonucunda elde edilen bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Rakı'nın Tarihçesi

Rakı sözcüğü, Arapçada ter anlamına gelen arak sözcüğünden türemiştir ve kökenine dair farklı yaklaşımlar söz konusudur (Zat, 2013b). Bu yaklaşımlardan bir tanesi rakı kelimesinin kökeninin iri, uzun taneli ve kalın kabuklu bir üzüm olan razaki üzümünden yapılan anasonlu rakıya dayandırılmasıdır. Söz konusu üzüm çeşidine kelime bakımından benzemesinden dolayı rakı kelimesinin bu üzüm cinsinden geldiği düşünülmektedir. Bir diğer yaklaşım da rakının ilk defa Irak'ta üretildiği, bu sebeple de "iraki" sözcüğünden türemiş olabileceğidir. Ayrıca kırmızı rakısı anlamına gelen "araga" kelimesi ile rakı arasında bağlantı kuranlar da mevcuttur. Yine Macarların rak ismini verdikleri, armut ve erikten elde ettikleri

bir rakı da kelimenin kökeni bakımından ilişkilendirilen kavramlardan bir tanesidir (Kesmez ve Aydın, 2014). Ancak rakının bugünkü özellikleri diğer içkilerde bulunmamaktadır. Balkan içkisi olan Rakıja, Orta Doğu içkisi Arak ve Yunan içkisi Uzo (Ouzo) oldukça farklı ürünlerdir. Uzo üretiminde üzüm alkolü kullanma şartı yoktur. Anasonu Pimpinella veya yıldız anason cinslerinden olabilir ve her iki tür anasonun aromatik özellikleri birbirinden çok farklıdır. Uzo'da kullanılacak botanik bitkiler veya tohumları açısından bir sınırlama getirilmemiştir (www.gis-der.org, 2020).

Rakı kültürünün oluşumu, Osmanlı Dönemi'nde başlayıp günümüze kadar gelmiş ve modernleşme serüveni içerisine girmiştir (Zat, 2013a). Rakının Anadolu'da ilk ne zaman üretildiği kesin olarak bilinmemektedir. Ancak rakının varlığından haber veren en eski belgeler ise 16. yüzyıla aittir ve 17. yüzyıla birlikte rakı kelimesinin daha çok kullanıldığı görülmektedir (Kesmez ve Aydın, 2014). Evliya Çelebi de Seyahatname'sinde rakıdan bahsetmiştir ve rakı yapılırken tarçın karanfil gibi farklı aromaların denendiğini ancak anasonun tercih edildiğini ifade etmiştir (Zat, 2013b). Bu bilgilerden hareketle rakının 500 yılı aşkın bir geçmişinin olduğunu söylemek mümkündür.

Endüstriyelleşme ve modern ekonomik düzenlemeler çerçevesinde, geçmişte sağlık açısından da son derece sakıncalı ve bilgisizce üretilen rakının üretimi 01.06.1926 tarihinde yürürlüğe giren 790 sayılı yasa ile devlet tekeline alınmış ve endüstriyel imkanlar kullanılarak standardize edilmiştir. Rakı bugünkü özelliklerini de bu sayede kazanmıştır. 1944 yılından itibaren rakı üretimi tamamen devlet tekeline geçmiştir (www.mey.com.tr, 2020). 2004 yılından sonra ise özel sektör tekrar rakı üretimine geçmiştir ve yeni rakı markaları üretilmeye başlanmıştır. Fakat bu farklı markalarda rakının genel özelliklerine bağlı kalınmıştır (Cabaroğlu ve Yilmaztekin, 2011). 2009 yılında da rakı, Türk Patent Enstitüsü tarafından koruma altına alınmış ve coğrafi işaret tescili yapılmıştır (www.mey.com.tr, 2020).

3.2. Rakı Kavramı

Rakı, üzüm, incir, erik vb. meyvelerin alkolle mayalanarak damıtılmasıyla elde edilen içkidir. İmam suyu ve aslan sütü şeklinde de ifade edilmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020). Türk rakısı, esas olarak Türkiye'deki üzümlerden üretilen, geleneksel anason aromalı, damıtılmış alkollü içecektir (Cabaroğlu ve Yilmaztekin, 2011; Yucesoy ve Ozen, 2013). Rakı, karakteristik özelliğini ülke sınırları içerisindeki doğal etkenlerden almaktadır. Özellikle Türkiye'de yetişen üzüm, anason ve Türkiye'de uygulanan geleneksel üretim yöntemleri ile üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamıyla Türkiye sınırları içinde

yapıldığı kendine has, renksiz bir distile alkollü içkidir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

Türk Gıda Kodeksi'ne göre rakı, yalnızca suma (içki alkolü) veya tarımsal kökenli etil alkol ile karıştırılmış sumanın, 5000 litre veya daha küçük hacimli geleneksel bakır imbiklerde, anason tohumu (*Pimpinellaanisum*) ile ikinci kez distile edilmesiyle sadece Türkiye'de üretilen distile alkollü içkidir. Rakıda (T.C. Cumhurbaşkanlığı Resmi Gazete, 2005);

- Üretiminde ikinci kez distilasyona alınan toplam alkolün en az %65'i suma olmalıdır.
- Hazırlanmasında rafine beyaz şeker kullanılmalı, şeker miktarı ürün litresinde en fazla 10 gram olmalıdır.
- Uçucu madde içeriği, hacmen %100 alkolün hektolitresinde 100 grama eşit veya daha fazla olmalıdır.
- Metil alkol içeriği, hacmen %100 alkolün hektolitresinde 150 gramdan fazla olmamalıdır.
- Anason tohumdan gelen uçucu yağın anetol miktarı, ürünün litresinde en az 800 miligram olmalıdır.
- Hacmen alkol miktarı en az %40 olmalıdır.
- Dolum öncesi en az bir ay dinlendirilmelidir.

Günümüzde farklı özelliklerde rakı üretimleri yapılmaktadır. Bunlar (www.gis-der.org, 2020).

- Klasik rakı: Türk Gıda Kodeksi'nin belirtmiş olduğu özellikleri bünyesinde barındıran rakı türüdür.
- 3 distile rakı: Sadece sumanın bakır imbiklerde, her seferinde anason tohumu eklenerek 3 kere damıtılmasıyla elde edilen rakıdır.
- Göbek rakısı: Rakı üretiminde damıtım, belirli bir zaman boyunca devameden bir süreçtir. Göbek rakı da söz konusu sürecin ortasındaki zaman diliminde elde edilen mahsulün kullanılarak üretilmesidir.
- Harman rakı: Mevcutta üretilmiş olan dökme rakıların bir veya daha fazlasının, belirlenen miktar ve oranda harmanlanması işlemi ile oluşan rakıdır.
- Organik rakı: Sadece organik sumanın bakır imbiklerde organik anason tohumu eklenerek ikinci kere damıtılması ile elde edilir.
- Yaş üzüm rakısı: Sadece yaş üzüm sumasının bakır imbiklerde anason tohumu eklenerek ikinci kere damıtılması ile elde edilir.

Yukarıda sıralanan rakı çeşitlerinin yanında meşe fıçıda dinlendirilmiş rakı, yıllandırılmış rakı ve şeker ilavesiz rakı türleri de bulunmaktadır.

3.3. Gastronomi Turizmi Kapsamında Rakı

Türkiye söz konusu olduğunda akıllara ilk gelen birkaç şeyden biri, anason kokulu, içine su eklendiğinde beyazlaşan sert içkidir. Rakının bu şekilde güçlü kültürel simge olmayı hak ettiğini söylemek mümkündür. Çünkü rakı, Anadolu'da yaşayan uygarlıkların ortak kültür mirasıdır (Basmacı, Bengi, Erdinç, Pişkin, Sezer ve Zat, 2018). Din, dil, ırk veya sınıf ayrımı gözetmeden insanları gönül meclisinde buluşturmakta, toplumsal kaynaşmayı her zaman mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla rakı söz konusu olduğunda "biz" demek kolaylaşmaktadır (Zat, 2013a).

Dünya geneline bakıldığında rakının, üzerine özgün yemek kültürü geliştirilmiş nadir içeceklerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü gastronomi turizmi denildiğinde akla ilk gelenlerden olan şarap, yemeğe uygun bir şekilde seçilirken rakıda durum farklıdır. Rakı içileceği zaman çilingir sofrası adı verilen rakıya uygun mezelerden oluşan bir sofraya kurulur (Anlı, Vural ve Gucer; 2007; Basmacı ve ark., 2018) ve rakı içilen kişilerin birtakım özelliklere sahip olması gerekir. Bu kapsamda eski bakır güğümlerinin üzerine pirinçten bir yürek figürü işlenmiştir. İşlenen bu yürek de "aslan sütünü ancak yüreği sağlam insanlar içebilir" anlamına gelmektedir. Rakıya su karıştırıldığında beyazlaşma özelliğinden dolayı süt benzetmesi yapılmış, yürekli insanların içebileceği anlamına geldiği için de aslan sütü denmiştir (Zat, 2013a).

Her akşam işini bitirdikten sonra meyhaneye uğrayıp rakı içmeyi alışkanlık haline getirmiş olanlara akşamcı denilmektedir. Bazıları da rakıyı evde içmeyi tercih etmektedir (Zat, 2013a). Meyhane ve çilingir sofrası rakı kültürünün önemli bileşenleridir (Basmacı vd., 2018);

• Meyhane

Meyhaneyi Türk Dil Kurumu (TDK), Farsça mey (şarap) ve hane (ev) kelimelerinden oluşan, içki satılan ve içilen yer, içki yeri şeklinde tanımlamaktadır. (Türk Dil Kurumu, 2020). Mey kelimesi zamanla anlam genişlemesine uğramıştır ve sadece şarap anlamında kullanılmaktan çıkarak her türlü içki anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle rakı için kullanılmaya başlanınca da içki evi veya rakı içilen yer anlamını kazanmıştır (Basmacı vd., 2018). Fatih Sultan Mehmet döneminden beri İstanbul'da meyhanelerin bulunduğu ve bunların Bizans döneminden kalmış olduğu çeşitli kaynaklarda yer almaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020).

• Çilingir Sofrası (Rakı Sofrası)

Çilingir sofrası (rakı sofrası), rakıya eşlik etmesi için oluşturulan bir sofradır (Basmacı vd., 2018). Üzerine meze ve içki konmuş sofradır (Türk Dil Kurumu, 2020). Günümüze bakıldığında rakı yanında yemek yenilmektedir. Fakat bu durum geleneksel meyhane kültürü bozulduktan sonra içkili lokantaların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmıştır. Esas olan rakının yanında rakıya göre oluşturulan mezenin yenmesidir (Basmacı vd., 2018).

3.4. Rakı İçme Kuralları

Rakı, zengin kültürel geçmişiyle birlikte zaman içerisinde kazandığı bir adaba sahiptir ve bu kapsamda çilingir sofrası büyük önem taşımaktadır. Ayrıca rakının değişmez mezesi de muhabbettir (Kesmez ve Aydın, 2014). Rakı adabının özelliklerini genel olarak şu şekilde sıralamak mümkündür (Zat, 2013a);

- Rakının içileceği zaman kişinin isteğine göre farklılık gösterse de genellikle akşamüzeri içilmeye başlanmaktadır. Genel kabul gören zaman aralığı, ufkun yavaş yavaş kızarmaya başladığı zamandır.
- Soğuk olarak içilmelidir.
- Yudum yudum ve yavaş yavaş içilmelidir.

Ayrıca rakıya buz eklemek rakı erbabı arasında uygun görülen bir davranış değildir (Kesmez ve Aydın, 2014). Rakı sofrasında (çilingir sofrası) en az iki kişi bulunmalıdır ve karşılıklı konuşmaların olduğu muhabbet olmalıdır. Bu sofrada yer alan herkes de böyle bir meclise kabul edildiği için saygın bir kişiliğe sahip demektir. Dolayısıyla sofradaki herkes birbirine karşı saygılı olmalıdır (www.gis-der.org, 2020).

4. Yöntem

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı 500 yıldan uzun süreli bir geçmişi olan rakının ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesidir. Ayrıca söz konusu kültürün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesine yönelik öneriler geliştirilmesi çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesi ile ilgili daha önce bir çalışmaya rastlanılmadığı için araştırma önem taşımaktadır. Ayrıca bu kapsamdaki literatürde öncü özellik göstermesi ve literatürdeki boşluğu doldurmaya yönelik olması sebebiyle de önemlidir.

4.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır. Görüşme tekniği, belirlenen bir konu üzerinde araştırmaya katılan bireylerin duygu ve düşüncelerini anlatma etkinliğidir (Karataş, 2015). Doküman analizi sonucunda elde edilen veriler ışığında yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan görüşme formu için Kastamonu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 04.05.2020 tarihinde etik kurul onayı alınmıştır. Görüşme yapılan katılımcılara aşağıdaki sorular yöneltilmiştir;

- Kaç yıldır rakı içiyorsunuz?
- Ne kadar sıklıkla içersiniz?
- Rakıyı nasıl içersiniz?
- Rakı içmeniz ne kadar sürer ve kimlerle içersiniz?
- Rakı içerken yemek yer misiniz?
- Çilingir sofranızda neler bulunur?
- Rakı içtikten sonra kahve, çorba içmek gibi bir alışkanlığınız var mıdır?

Araştırmanın örneklemini Sivas ilinde yaşayan, görüşme yapmayı kabul eden gönüllüler oluşturmaktadır. Bu kapsamda görüşme formu kullanılarak kartopu örnekleme yöntemi ile 17 katılımcı ile görüşme sağlanmıştır. Örneklem için potansiyel birimleri belirlemenin zor olduğu durumlarda kartopu örnekleme yöntemi tercih edilmektedir (Baştürk ve Taştepe, 2013). Rakı tüketimi konusunda tecrübeli, aynı zamanda da rakı içme kurallarını iyi bilen bir kişi anahtar kişi olarak belirlenmiştir. Bu kişinin yardımıyla da diğer kişilerle görüşülüp zincirleme örneklem grubu oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında yer alan 17 kişi ile Ocak-Şubat 2020 tarihleri arasında yüz yüze ve telefon aracılığıyla görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler ortalama 15-25 dakika arasında sürmüştür. Araştırmacı, katılımcıların verdikleri yanıtları mülakat formuna yazmış, katılımcıların izinleri alınarak ses ve görüntü kayıtları alınmıştır. Sonrasında da veriler kodlanarak analizleri yapılmıştır.

4.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin nitel araştırma yöntemleri analiz tekniklerinden betimsel analizleri yapılmıştır. Bu kapsamda görüşülen kişilerin verdikleri yanıtların doğrudan alıntıları yapılmış, verilerin tamamını temsil edecek frekans, yüzde değerleri belirlenmiş ve elde edilen bulgular kategorize edilerek yorumlanmıştır. Veriler analiz edilirken katılımcıların

kimliklerinin gizli kalması amacıyla katılımcılar K1, K2, ... K17 şeklinde kodlanmıştır.

Doküman analizi kapsamında ulaşılan kaynaklar ve mülakat tekniği kapsamında görüşülen katılımcılar araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

5. Bulgular

Araştırmaya katılanların yaşları, cinsiyetleri ve medeni durumlarına ilişkin bilgiler Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Medeni Durum Bilgileri

Verilen Kodlar	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum
K-1	Erkek	32	Bekar
K-2	Erkek	40	Evli
K-3	Erkek	32	Bekar
K-4	Erkek	32	Evli
K-5	Erkek	28	Bekar
K-6	Erkek	35	Bekar
K-7	Erkek	55	Evli
K-8	Erkek	33	Bekar
K-9	Erkek	37	Evli
K-10	Erkek	32	Bekar
K-11	Erkek	28	Bekar
K-12	Kadın	26	Bekar
K-13	Erkek	58	Evli
K-14	Erkek	33	Evli
K-15	Erkek	36	Evli
K-16	Kadın	35	Evli
K-17	Kadın	31	Evli

Tablo 2’de katılımcıların 14’ünün (%82) erkek, üçünün (%18) kadın olduğu görülmektedir. Yaş aralığının 26-58 arasında olduğu ve dokuz katılımcının (%52) da evli olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların kaç yıldır rakı içtiklerine yönelik sorulara verdikleri yanıtlar Tablo 3’de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde özellikle kadınların rakı içme sürelerinin daha az olduğu görülmektedir. Kadınlardan ikisi, iki yıldır rakı içiyorken biri de bir yıldır içtiğini ifade etmiştir. Diğer katılımcılara bakıldığında ise K-13 kodlu katılımcının 30 yıldır içtiği, onu da 20 yıllık bir süreyle K-2 ve K-6 katılımcılarının takip ettiği görülmektedir. Ayrıca erkek katılımcılar arasında rakı içme süresi bakımından en az süreye sahip olan katılımcının da (4 yıl) K-3 olduğu belirlenmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların Rakı İçme Süreleri

Kod	İçme Süresi (Yıl)	Kod	İçme Süresi (Yıl)
K-1	6	K-10	15
K-2	20	K-11	9
K-3	4	K-12	2
K-4	13	K-13	30
K-5	10	K-14	8
K-6	20	K-15	10
K-7	10	K-16	2
K-8	15	K-17	1
K-9	15		

Katılımcıların ne kadar sıklıkla rakı içtikleri sorusuna verdikleri yanıtlar Tablo 4’de gösterildiği gibidir. Katılımcıların %29’unun ayda 8 kez, %23’ünün de ayda 4 kez rakı içtikleri görülmektedir. Ayda 8 kez rakı içenler özellikle hafta sonları içtiklerini ifade etmişlerdir. Bu sıralamayı %17 ile ayda 3 kez rakı içenler takip etmektedir. Ayrıca en az rakı içen katılımcının da K-12 olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Rakı İçme Sıklıkları

Kod	İçme Sıklığı	Kod	İçme Sıklığı
K-1	Ayda 3 kez	K-10	2 ayda bir
K-2	Ayda 8 kez	K-11	3 ayda bir
K-3	Ayda 3 kez	K-12	Senede 2 defa
K-4	Ayda 4 kez	K-13	Ayda 4 kez
K-5	Ayda 6 kez	K-14	Ayda 8 kez
K-6	Ayda 8 kez	K-15	Ayda 4 kez
K-7	Ayda 8 kez	K-16	Ayda 2 kez
K-8	Ayda 8 kez	K-17	3 ayda 1
K-9	Ayda 4 kez		

Katılımcıların rakıyı nasıl içtiklerine yönelik sorulara verdikleri yanıtlar Tablo 5’te yer almaktadır. Katılımcıların yarısından fazlasının (%64) rakılarına su karıştırarak içtikleri görülmektedir. %23’ünün hem su ile karıştırarak hem de beraberinde şalgamla birlikte tükettikleri belirlenmiştir. Buz ekleyerek içenler ise %13’lük bir kısmı oluşturmaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Rakı İçme Şekilleri

Kod	İçme Şekli	Kod	İçme Şekli
K-1	Su ile karıştırarak	K-10	Su ile karıştırarak
K-2	Su ile karıştırarak	K-11	Su ve şalgam
K-3	Su ile karıştırarak	K-12	Su ile karıştırarak
K-4	Su ile karıştırarak	K-13	Su ile karıştırarak
K-5	Su ve şalgam	K-14	Su ve şalgam
K-6	Su ile karıştırarak	K-15	Su ile karıştırarak
K-7	Su ile karıştırarak	K-16	Su ile karıştırarak
K-8	Su ve şalgam	K-17	Buz ekleyerek
K-9	Buz ekleyerek		

Katılımcıların rakı içme sürelerinin ne kadar olduğu ve rakıyı kimlerle içtikleri sorularına verdikleri yanıtlar Tablo 6'da gösterilmektedir. Katılımcıların rakı sofrasında geçirdikleri süreler incelendiğinde önemli bir kısmının (%41) ortalama 4 saat geçirdiği görülmektedir. Ancak sofradaki muhabbete bağlı olarak söz konusu sürenin 5-6 saat olabileceği gibi 3 saat de olabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%76) sadece arkadaşları ile birlikte içtikleri, özellikle de evli olanların arkadaş ve ailesiyle birlikte içtikleri görülmektedir. Ayrıca katılımcıların tamamı rakı sofrasında en az 3 kişi olduklarını belirtmişlerdir ve rakı sofrasında muhabbetin her şeyden önce geldiği, en önemli unsur olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 6: Katılımcıların Rakı İçme Süreleri ve Kimlerle İçtiklerine Yönelik Yanıtlar

Kod	İçme Süresi (Ortalama)	Kimlerle İçildiği
K-1	4 saat	Arkadaşlar
K-2	5 saat	Arkadaşlar
K-3	4 saat	Arkadaşlar
K-4	5 saat	Arkadaşlar
K-5	4 saat	Arkadaşlar
K-6	5 saat	Arkadaşlar
K-7	6 saat	Arkadaşlar
K-8	3 saat	Arkadaşlar
K-9	5 saat	Arkadaşlar
K-10	2 saat	Arkadaş-Dost
K-11	4 saat	Arkadaşlar
K-12	4 saat	Arkadaşlar
K-13	4 saat	Arkadaşlar
K-14	3 saat	Arkadaşlar
K-15	3 saat	Arkadaş-Aile
K-16	3 saat	Aile
K-17	4 saat	Arkadaş-Aile

Katılımcıların rakı içerken yemek yeme durumlarına ilişkin vermiş oldukları yanıtlar Tablo 7’de gösterildiği gibidir. Katılımcılardan %23’ünün rakı içerken yemek yemedikleri, %77’sinin ise yemek yediği görülmektedir. Yemek yiyenlerin tamamı ızgara yediklerini belirtmişlerdir. Izgaralar arasında kırmızı et olduğu gibi, tavuk ve balık etinin de olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Katılımcıların Rakı İçerken Yemek Durumları

Kod	Yemek	Kod	Yemek
K-1	Izgara et	K-10	Izgara
K-2	Izgara et	K-11	Izgara
K-3	-	K-12	Izgara
K-4	Izgara et, sac kavurma, bıldırcın çevirme	K-13	Izgara
K-5	Izgara Kanat-Balık	K-14	Izgara
K-6	-	K-15	Izgara balık-tavuk
K-7	Izgara et-tavuk	K-16	-
K-8	-	K-17	Izgara et
K-9	Izgara et		

Katılımcıların çilingir sofralarında yer alan mezelere ilişkin verdikleri yanıtlar Tablo 8’de gösterilmektedir. Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların neredeyse tamamının tercih ettiği meze olarak beyaz peynir görülmektedir. Beyaz peynir dışında, yoğurt ve türevleri genel olarak mezeler arasında yer almaktadır. Ayrıca katılımcılardan ikisi rakı içerken arada çay içtiklerini de ifade etmişlerdir.

Tablo 8: Katılımcıların Çilingir Sofralarında Yer Alan Mezeler

Kod	Çilingir Sofrası Mezeleri
K-1	Cacık, kavun
K-2	Ayva, haydari, cacık, kavun
K-3	Kivi, portakal, limon, süzme yoğurt, haydari, kuruyemiş, cips
K-4	Haydari, şakşuka, ezme, rus salatası, yoğurt, beyaz peynir, ayva, kuruyemiş
K-5	Roka, maydanoz, limon, salatalık, kırmızı pul biberli yoğurt, kuru naneli yoğurt, karışık turşu, çiğ köfte, kavun
K-6	Süzme yoğurt, barbunya, Arnavut ciğeri, turp
K-7	Beyaz peynir, kavun, yoğurt, cacık
K-8	Beyaz peynir, karışık turşu, acılı ezme, haydari, süzme yoğurt, kavun
K-9	Ezine peyniri, maydanoz, kavun, mantar
K-10	Helva, beyaz peynir, kavun
K-11	Kavun, peynir, zeytin, süzme yoğurt
K-12	Peynir, karpuz, süzme yoğurt, haydari
K-13	Yoğurt, beyaz peynir, karışık turşu
K-14	Yoğurt, beyaz peynir, meyve, acılı ezme, acılı yoğurt, kuruyemiş
K-15	Rus salatası, haydari, şakşuka, acılı ezme

K-16 Kornişon turşu, beyaz peynir, haydari

K-17 Haydari, ayva (üzerinde Türk kahvesi), meyve

Yukarıda sıralanan sorular dışında, katılımcılara rakı içme faslı bittikten sonra kahve, çorba içmek gibi davranışlarının olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %29'u çorba, %23'ü Türk kahvesi, %17'si de çay içtiklerini belirtmiştir. Hiçbir şey içmediğini ya da yemediğini ifade edenlerin oranı ise %31'dir.

Sonuç

Araştırma öncelikli olarak rakının ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Ayrıca söz konusu kültürün gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilmesine yönelik öneriler geliştirilmesi çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Araştırma amacına ulaşabilmek için nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmış ve veri toplama iki aşamada gerçekleşmiştir. İlk olarak rakı ve rakı içme hakkında bilgi edinebilmek için doküman incelemesi yapılmış, ikinci aşamada ise yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır.

Yapılan doküman analizi sonucunda, rakının Anadolu'da ilk ne zaman üretildiğinin kesin olarak bilinmediği fakat rakıyla ilgili en eski belgelerin 16. yüzyıla ait olduğu görülmüştür. Dolayısıyla rakı kültürünün Osmanlı dönemini kapsayan, 500 yılı aşkın bir köklü geçmişe sahip olduğu (Kesmez ve Aydın, 2014; Zat, 2013b) tespit edilmiştir. Dünya üzerindeki farklı coğrafyalarda rakı ile benzerlik gösteren içkilerin olmasına rağmen, Türk rakısı kendine özgü özelliklerini Türkiye sınırları içerisinde yetişen üzümlerden almaktadır. Ayrıca rakının anason tohumu ile doğrudan geleneksel bakır imbiklerde suma veya suma ve etil alkolün birlikte distile edilmesi (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020) belirleyici özelliklerindedir.

Rakı, sahip olduğu zengin kültürel geçmişiyle beraber kendine özgü bir tüketme yöntemine sahiptir ve rakı içerken uyulması gereken sofrada kuralları vardır: Bu anlamda rakı sofrası (çilingir sofrası) çok önem taşımaktadır ve muhabbet, bu sofranın en gerekli bileşenidir. Ayrıca rakı, acele etmeden, yavaş yavaş ve soğuk içilmelidir. Rakı sofrasında bulunmak kişinin saygın biri olduğunu göstermesinden dolayı sofrada bulunan herkesin birbirine karşı saygılı olması gerekmektedir.

Yapılan yarı yapılandırılmış görüşme sonuçlarında, araştırmaya katılan bütün bireylerin rakı kültüründe muhabbetin çok önemli olduğunu vurguladıkları tespit edilmiştir. Araştırmanın bu bulgusu Basmacı ve diğerleri (2018) ile Zat'ın (2013) çalışmalarındaki ifadelerle paralellik göstermektedir.

Katılımcıların rakı sofrasında en az 2 saat oturdukları belirlenmiştir. Söz konusu sürenin de sofradaki sohbeğe bağılı olarak 6 saate kadar uzayabildiği sonucuna varılmıştır. Ayrıca katılımcıların rakı sofrasındaki mezelere çok önem verdikleri ve bu mezelerin çok fazla çeşitlilik gösterdiği tespit edilmiştir. Rakı içildikten sonra ise son olarak katılımcıların önemli bir kısmının çorba, Türk kahvesi ya da çay içtikleri sonucuna varılmıştır.

Rakının ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürünün incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma ilgili literatür için öncü özellik taşımaktadır ve söz konusu literatürdeki boşluğun doldurulmasına katkı sağlamaktadır. Gelecekte tüketicilerin, yerli ve yabancı turistlerin rakıya yönelik bakış açılarını tespit etmek amacıyla çalışmalar yapılabilir. Ayrıca tüketicilerin sahip olduğu demografik özellikleri ile rakı tüketimi arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla araştırmalar yapılabilir.

Türkiye, zengin bir üzüm gen potansiyeline sahiptir ve Doğu Anadolu Bölgesi'nin yüksek kesimleri ile Doğu Karadeniz Bölgesi'nin sahil şeridi dışında kalan, güneşlenme sürelerinin uzun olduğu coğrafi bölgelerde bağcılık yapılmaktadır. Bağcılığın yoğun olduğu bölgelerde de rakı üretiminde kullanılan, yöresel isimlerle ifade edilen çok sayıda üzüm çeşidi vardır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2020). Dolayısıyla üretimin yapıldığı söz konusu bölgelerde rakının gastronomi turizmi kapsamında sahip olduğu öneme yönelik bilgilendirmeler yapılabilir. Ayrıca bu bölgelerde rakı rotaları oluşturulabilir. Özellikle de yabancı turistlerin farkındalıklarını arttırmaya yönelik tanıtım ve tutundurma faaliyetleri gerçekleştirilebilir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Araştırma verilerinin toplanmasında kullanılan görüşme formu için Kastamonu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 04.05.2020 tarihinde (toplantı sayısı: 1, karar sayısı: 46) etik kurul onayı alınmıştır.

Kaynakça

Ab Karim, S. & Chi, C. G. Q. (2010). "Culinary Tourism As A Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (6), 531-555.

Anli, R. E., Vural, N., & Gucer, Y. (2007). "Determination of The Principal Volatile Compounds of Turkish Rakı". *Journal of The Institute of Brewing*, 113 (3), 302-309.

Aydın, K. (2011). "Türkiye'de Alkollü İçki Kültürü ve Hanehalkı Alkol Harcamaları". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (38), 335-347.

Basmacı, F., Bengi, D., Erdinç, F. Pişkin, N., Sezer, S. & Zat, E. (2018). *Rakı Ansiklopedisi-500 Yıldır Süren Muhabbetin Mirası*. İstanbul: Overteam Yayıncılık.

Baştürk, S. & Taştepe, M. (2013). "Evren ve Örnekleme". S. Baştürk (Ed.), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Vize Yayıncılık.

Beşirli, H. (2010). "Yemek, Kültür ve Kimlik". *Milli Folklor*, 22 (87), 159-169.

Buzrul, S. (2016). "Türkiye'de Alkollü İçki Tüketimi". *Journal of Food And Health Science*, 2 (3), 112-122.

Cabaroglu, T. & Yilmaztekin, M. (2011). "Methanol and Major Volatile Compounds of Turkish Rakı and Effect Of Distillate Source". *Journal of The Institute of Brewing*, 117 (1), 98-105.

Çakıcı, A., Ercan, A., Üzülmez, M., & Benli, S. (2016). "Alakart Restoranlarda Alkollü İçecek Fiyatlaması: Mersin Şehir Merkezindeki Restoranlar Üzerinde Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Özel Sayı, 18-31.

Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016). "Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm". *Journal of Tourism And Gastronomy Studies*, 4, 100-115.

Doğdubay, M. & Giritlioğlu, İ. (2011). "Mutfak Turizmi". C. Avcıkurt & N. Hacıoğlu (Ed.), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Emekli, G. (2006). "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi*, 15 (1-2), 51-59.

Eren, S. (2007). *Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi; Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi*. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu. Antalya.

Genç, R. (2008). "XI. Yüzyılda Türk Mutfağı". S. Koz (Ed.), *Yemek Kitabı, Tarih-Halkbilimi-Edebiyat*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Gisder. (2020). *Rakı Hakkında*. <https://www.gis-der.org/raki-tarihi/> (5 Ocak 2020).

İçki Üretim+İthalat. Erişim Adresi: <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi> (13 Şubat 2020).

Kabak, T. (2012). "Şamanizmden Aleviliğe Dini Ritüellerde Rakı İle Kırmızın İşlev ve Önemi". *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1 (16), 144-154.

Karataş, Z. (2015). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri". *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 62-80.

Kesici, M. (2012). "Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü". *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012 (2), 33-37.

Kesmez, M. & Aydın, S. M. (2014). *Rakı Cep Kitabı*. İstanbul: Overteam Yayınları.

Kivela, J. & Crotts, J. (2006). "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30 (3), 354-377.

Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kürkçü, B. (2005). "Branding Rakı as a Product with Geographical Identity and a Case Study; Efe Rakı". *Agrindustrial Design Symposium and Exhibition: Olive Oil, Wine and Design*, 136-141.

López-Guzmán, T. & Sánchez-Cañizares, S. (2012). "Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study In Spain". *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.

Mey. (2020). *Rakı*. <https://mey.com.tr/Tr-Tr/Markalarimiz/Sayfalar/Raki.aspx#> (5 Ocak 2020).

Santich, B. (2004). "The Study Of Gastronomy and Its Relevance To Hospitality Education And Training". *International Journal of Hospitality Management*, 23 (1), 15-24.

Şahin, G. G. & Ünver, G. (2015). "Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (2), 63-73.

T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2020). *Üretim ve İthalat* <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi> (13 Şubat 2020).

T.C. Cumhurbaşkanlığı Resmi Gazete. (2005). *Distile Alkollü İçkiler Tebliği* <https://www.Resmigazete.gov.tr/Eskiler/2005/03/20050316-3.Htm> (6 Ocak 2020).

Tezcan, M. (2000). *Türk Yemek Antropolojisi*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2020). *Meyhane*. <https://sozluk.gov.tr/> (16 Ocak 2020).

Türk Dil Kurumu. (2020). *Rakı*. <https://sozluk.gov.tr/> (5 Ocak 2020).

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2020). *Türk Rakısı*. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/FFA1F8AB-35D0-4427-BF2F-A0A21C09014D.pdf> (08 Ocak 2020).

Türk, H. & Şahin, K. (2004). "Antakya Geleneksel Yemek Kültürü". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2).

Usta, Ö. (2001). *Turizm 1-2*. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.


Uzunoğlu, E. & Öksüz, B. (2014). "New Opportunities in Social Media for Ad-restricted Alcohol Products: The Case of 'Yeni Rakı'". *Journal of Marketing Communications*, 20 (4), 270-290.



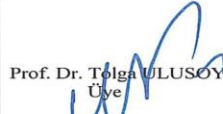

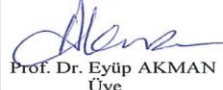
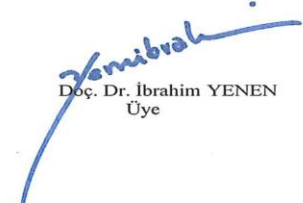
Yilmaztekin, M. & Cabaroğlu, T. (2011). "Confirmatory Method For The Determination Of Volatile Congeners And Methanol In Turkish Rakı According To European Union Regulation (EEC) No. 2000R2870: Single-Laboratory Validation". *Journal Of AOAC International*, 94 (2), 611-617.

Yucesoy, D. & Ozen, B. (2013). "Authentication Of A Turkish Traditional Aniseed Flavoured Distilled Spirit, Rakı". *Food Chemistry*, 141 (2), 1461-1465.

Zat, E. (2013a). *Rakı Kitabı*. İstanbul: Overteam Yayınları.

Zat, E. (2013b). *Rakı Her Dem Yani Her Daim Kalender*. İstanbul: Overteam Yayınları.

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ		
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMA ve YAYIN ETİK KURUL KARARI		
Toplantı Sayısı	Karar Sayısı	Karar Tarihi
1	46	4.05.2020
<p>Üniversitemiz Turizm Fakültesi öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK'n yapmayı planladığı "<i>Türk Rakı Kültürünün Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi</i>" isimli Münferit Araştırma Makalesi Projeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunca onaylanması uygun bulunmuştur.</p> <p>Bu bilgiler ışığında ; Aydınlatılmış Onam Formunun gönüllülere imzalatılarak gerekli bilgilendirmelerin yapılması ve etik davranış ilkelerine uyulması şartıyla söz konusu araştırmanın yapılması Etik Kurulumuzca uygun görülmüş ve onaylanmasına toplantıya katılan üyelerin oybirliği ile karar verilmiştir.</p>		
 Prof. Dr. Muharrem ÇETİN Başkan		

 Prof. Dr. Yavuz DEMİREL Üye		 Prof. Dr. Kutay OKTAY Üye
 Prof. Dr. Tolga ULUSOY Üye		 Prof. Dr. Selahattin KAYMAKCI Üye
 Prof. Dr. Eyüp AKMAN Üye		 Doç. Dr. İbrahim YENEN Üye