

GASTRO-TURİSTLER TARAFINDAN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDEKİ YİYECEK-İÇECEK HİKAYELERİNİ DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Food and Beverage Stories in Turkish Culinary Culture by Gastro-Tourists

Ayşe KURU

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

E-posta: aysekuru317@gmail.com

Orcid ID: 0009-0003-7032-4342

Doç. Dr. Hande Akyurt KURNAZ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

E-posta: handekurnaz@ibu.edu.tr

Orcid ID: 000-0001-9712-6387

Öz

Yöresel mutfak kùltürünün ve yerel halkın yaşadığı tarihsel süreçler birbirini besleyen kavramlardır. Dolayısıyla mutfak ürünlerinin birbirinden farklı ortaya çıkış hikayeleri veya efsaneleri bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türk mutfak kùltüründeki yiyecek-içecek hikayelerinin gastro turistler açısından bilinmesi ve etkisinin incelenmesidir. Literatür kısmında Türk mutfak kùltürü, yöresel mutfak ve gastro turistler, coğrafi işaret ve yiyecek-içecek hikayelerine yer verilmiştir. Yapılan çalışma kapsamında nitel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yöntemi amaç doğrultusunda tercih edilen veri toplama aracı olmuştur. Ardından elde edilen bulgular yorumlarıyla birlikte verilmiştir. Bu çalışmada Kelime bulutundan yararlanılmış olup 25 katılımcıyla yarı yapılandırılmış görüşme metoduyla görüşülmüştür. Ardından katılımcıların yanıtları doğrudan alıntılarla aktarılmıştır. Yapılan görüşmeler ve elde edilen bilgiler ışığında Türk yemek hikayelerine dair katılımcıların sadece %28'nin bilgisi bulunmaktadır. Bu durumda Türk yemek hikayelerinin bilinirliğinin az olduğu gözlemlenmiş ve yiyecek-içecek hikayelerinin gastro turistler üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda yiyecek içecek hikayelerinin yer aldığı çalışmaların yapılması ve gelecek nesillere aktarılması önemi de ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Türk Mutfak Kùltürü, Yemeğin Hikayesi, Gastro Turist.

Abstract

The historical processes of local cuisine culture and local people are concepts that feed each other. Therefore, culinary products have different origin stories or legends. The aim of this study is to know the food and beverage stories in Turkish culinary culture in terms of gastro tourists and to examine their impact. In the 136loud136türe section,

Turist culinary culture, local cuisine and gastro tourists, geographical indication and food and beverage stories are included. Qualitative data collection method was used within the scope of the study. Interview method was the preferred data collection tool for the purpose. Then, the findings obtained are given together with their interpretations. In this study, 137lou 137loud was utilized and 25 participants were interviewed with semi-structured interview method. The responses of the participants were then conveyed with direct quotations. In the light of the interviews and the information obtained, only 28% of the participants have knowledge about Turkish food stories. In this case, it was observed that the awareness of Turkish food stories is low and it was concluded that food and beverage stories are effective on gastro tourists. In this context, the importance of conducting studies on food and beverage stories and transferring them to future generations has also emerged.

Keywords: Turkish Cuisine Culture, Story of Food, Gastro Tourist.

Giriş

Yiyecek-içecek kültürü bir milletin aynasıdır ve yaşanan her olay yiyecek-içecek kültürüne yansımıştır. Yiyecek-içecek kültürü bölgenin kimliğiyle ilgilidir. Bölgenin iklimi, konumu, jeolojik yapısı, elverişli topraklara sahip olup olmaması vb. durumları kapsamaktadır. Yöresel ürünler toplumsal bir olgudur. Yöresel ürünler, turistlerin destinasyon tercihlerinde önemli bir motivasyondur (Nisari ve Sakin-Yılmazer, 2018: 69). Yöresel ürünlerin turistler motive edici unsur olarak inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Amuquandoh ve Asafo-Adjei (2013), Du Rand vd. (2003), Su (2013) yemek kültürünün toplumların anlaşılmasındaki temel sebeplerden olduğunu belirtmişlerdir (Akdağ ve Bayrakçı, 2016: 98).

Türkiye, sahip olduğu coğrafi konumu sebebiyle birçok savaşa, doğal afetlere, kıtlık vb. olaylara şahit olmuş köklü geçmişi olan ve farklı medeniyetlere ev sahipliği yapan bir ülkedir (Nisari ve Sakin-Yılmazer, 2018: 69) ve aynı zamanda Türkiye sahip olduğu bu özellikleriyle, köklü tarihiyle, mutfak kültürüyle, yiyecek-içecek hikayeleriyle ve çeşitli ürünleriyle turistlerin ilgisini çekmektedir. Buna rağmen yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliği azdır ve alanyazın taraması yapıldığında yiyecek-içecek hikayelerinin bulunduğu çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma gastronomi turizmi için önemli bir husus olan yiyecek-içecek hikayelerinin bilinir olmasını vurgulamaktadır. Bu çalışmada Türk yemek hikayelerinin bilinirliğinin gastro turistler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Daha önce yapılmamış bir araştırma olması sebebiyle hem gastro turistleri etkileyen bir unsur hem de sürdürülebilir gastronomi turizmi için yeni bir alan olarak karşımıza çıkabilecek bir olgu olarak düşünülmektedir. Yiyecek-içecek hikayelerinin Türk mutfak kültürü açısından önemi ele alınmış ve sürdürülebilir gastronomi turizmi için gastro turistler açısından incelenmiştir.

Türk Mutfak Kültürü

Türk mutfak kültürü göçebe hayatın da getirdiğini köklü geçmişleriyle zengin ve çeşitli mutfak ürünlerine sahiptir (Güler, 2010: 25). Mutfak kültürünün oluşumundaki önemli etkenlerden biri coğrafyadır (Demirgöl, 2018: 106). Türk coğrafyasının etrafında şekillenen birçok farklı medeniyeti içinde barındıran mutfak kültürü günümüze kadar ulaştırmıştır. Kızıldemir vd. (2014) yaptıkları çalışmada Türk mutfak kültürünü 4 farklı aşamada değerlendirmek gerektiğini vurgulamaktadır. Bu aşamalar;

- İslam öncesinde ve etkisinde Türk mutfağı,
- Selçuklu mutfağı,
- Osmanlı mutfağı,
- Cumhuriyet dönemi mutfağıdır.

Batu ve Batu (2018) Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimini inceledikleri makalesinde Türk gastronomisini aynı şekilde dört başlık altında incelemişlerdir;

- Selçuklu dönemi öncesi (Antik Türkler),
- Anadolu Selçuklu Devleti'nde gastronomi,
- Osmanlı İmparatorluğu gastronomisi,
- Modern Türk gastronomisi şeklindedir.

Türkler dönemsel olarak farklı inanışlara, kültüre, çevreye, sosyolojik yaşama, mutfak ürünlerine, bireysel yaşama sahip olmuşlardır. Akgöl ve Birdir (2015) tarafından yapılan çalışmaya göre; Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin ana nedenleri, Türkiye'nin doğal ve tarihi güzellikleri %57,3 oranı ile ilk sırada yer almaktadır, yerel halkı tanıma, hakkında bilgi edinme isteği %45,7 ikinci sırada ve Türk mutfağına ait yerel ürünleri tatma %28,7 olarak gözlemlenmiştir. Zengin içerikli yemek kültürü doğrultusunda Türkiye tescillenmiş birçok yemeğe ve Unesco tarafından koruma altına alınmış geleneklere ve mutfak kültürlerine sahiptir. Unesco somut olmayan kültürel miras gastronomi gelenekleri ve ritüelleri Tablo 1.de gösterilmiştir.

Tablo 1. UNESCO SOKÜM gastronomi gelenekleri, tören ve ritüelleri

Gelenek	Ritüel ve Tören
Geleneksel tören keşkeği	Dualar eşliğinde yıkanan buğdayın ritimle birlikte dövülerek hazırlanmasıyla ortaya çıkan bu ürün, kadınlar ve erkekler kendilerine ait sorumlulukları yerine getirir.
Mesir macunu festivali	Tören başlamadan önce dualar edilmektedir. Daha sonra dua serüveni ürün hazırlanırken de devam etmektedir. Ürünün tarihine ve kökenine ve kendisinin kutsallığına inanılır.
Türk kahvesi ve geleneği	Türk kahvesi içildikten sonra ortaya çıkan tortuyu fincan kapatılıp üç kere çevrilmesi sonucu fincan dibinde kalan şekillerin anlamlı simgelere dönüştüğüne rivayet edilir. Bu durum falcılık geleneğinin ticari bir yola çevrilmesine sebep olur.
İnce ekmek yapımı ve paylaşımı geleneği	Göçebe yaşam tarzının getirdiği göç esnasında daha uzun süre saklanabilen ürünler geliştirilmiştir.

Kaynak: Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021: 798-803.

Çeşitli dönemlerde çeşitli kültürlerle ve yiyeceklere yer edinmiş olan Türk mutfağı Unesco yaratıcı gastronomi şehirlerine 3 farklı şehir eklemiştir. Türkiye'nin uluslararası yaratıcı gastronomi şehirleri ise (Unesco, 2024):

- Gaziantep (2015)
- Hatay (2017)
- Afyonkarahisar (2019)

Türk Mutfağında Yiyecek-İçecek Hikayeleri

Yoğurt: Yoğurt, Hz. İbrahim'e melekler aracılığıyla öğretildiğine ve babadan oğula bir sır olarak aktarıldığına ilişkin rivayetler bulunmaktadır (Kurt, t.y. 72).

Türk kahvesi: Misafirperverlik Türkler için önemli bir kavramdır. Türk kahvesi önemli arkadaşlara, eşlere ve misafirlere ikram edilmektedir. Konuşma ve paylaşma gibi birlikte yapılan eylemlerin sembolüdür. Kullanımı 17. Yüzyıl Osmanlı saray mutfağına dayanmaktadır (Yönet-Eren ve Ceyhun-Sezgin, 2018: 703-704).

Şerbet: Aromatik bitkilerle hazırlanan bu egzotik içecek yemeklerin yanında veya kahvenin eşlikçisi olarak misafirlere özel taslarda ikram edilmiştir (Bilgin, 2020: 50-55; Sarıoğlu ve Cevizkaya, 2016: 240).

Helva: Helva birinin hayatını kaybetmesi sonucunda yakınları tarafından hazırlanan un, su ve şekerle yapılan bir tatlıdır ve "ölü helvası" denmektedir. Hayatını yitiren kimsenin kavru lan helva kokusunu duymadan ruhunun evinden çıkmadığına inanılır (Bolçay, 2014: 114).

Pastırma: Göçebe bir hayat süren Türklerin göç sırasında atın eyerine sıkıştırılmış olan etler ile atın hareketleri sonucu terlemesiyle ortaya çıkan tuz ve etin birleşimiyle oluşan bir üründür (Türker, Türkmen, Caymaz, 2019: 266).

Herise: Gadr-ı Hum her yıl Zilhicce ayının 18'inde Arap alevileri tarafından kutlanan bir törendir. Törende kesilen kurbanların dövme ile birleştirilmesinden ortaya herise çıkar. Bu bir tören yemeğidir (Dölek, 2022: 186).

Tarhana: Un, yoğurt, su ve tuzla hazırlanan bir saklama yöntemidir. Yiyeceklerin çabuk bozulmaması için yaz aylarında üretilen ürünleri korumak, kışın tüketime hazır hale getirmek için yapılan yöntemdir (Coşkun, 2014: 70).

Araştırma Yöntemi

Türkiye çeşitli mutfak ürünlerine sahip farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış köklü tarihi olan bir ülkedir. Türklerin konar-göçer yaşamından günümüz yaşantısına kadar uzanan bu köklü mutfak kültürünü ürünleri ve ürünlerin sahip olduğu hikayelerinin incelenmesi ve gastro turistler (seyahat amacı farklı kültürlerle ait yeme içme deneyimi olan turistler) üzerindeki etkisinin araştırılması bu çalışmanın amaçlarındadır. Bu çalışmada nitel araştırma yapılmıştır. Nitel araştırmacı sorunu bir bütün olarak inceler. Bu çalışma literatür kapsamında daha önce yapılmamış bir araştırma olmasından dolayı literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkan yemek hikayelerinin yanı sıra kişilerin yemek yeme psikolojisinin dışarıdan gelen etmenlerle

aynı ürüne farklı yaklaşım sergileyebileceği durumu merak konusudur. Bu sorundan yola çıkılarak derinlemesine bilgi sahibi olmak adına yarı yapılandırılmış görüşme metodu ile araştırmacı önceden ucu açık sorular hazırlayıp uzman görüşüne göndermiştir. Beş farklı uzman görüşünün onayının ardından sorular son halini almış olup katılımcılara kartopu yöntemiyle ulaşılmıştır. Öncelikle bir gastro turiste ulaşılmış ardından gastro turistin yönlendirmeleri sonucu 25 katılımcıyla görüşülmüştür. Görüşmeler yüz yüze ve online olarak yapılmış ve her görüşme yaklaşık olarak 30 dakika sürmüştür. Görüşmeler gastro turistlerin izinleri doğrultusunda kayıt altına alınmış daha sonra hiçbir değişikliğe uğratılmadan doğrudan alıntılar şeklinde aktarılmıştır. Bu çalışma Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesinin, Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu tarafından 07.05.2023 tarihli ve 23/04 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur (Protokol NO. 2023/190). Bu çalışmanın evreni gastro turistler olup örnekleme ise Türk mutfak kültürüne aşina olan gastro turistlerdir. Bu çalışmada içerik analizi ve betimsel analiz çalışması yapılmıştır. Betimsel analiz, katılımcıların düşüncelerini direkt olarak aktarmak için alıntılar yapılarak ortaya çıkan fikirlerin araştırmacının herhangi bir değişimine uğramadan aktarılması ve yorumlanmasıdır. Elde edilen veriler, açık bir şekilde betimlenmektedir (Sözbilir, 2009: 6). İçerik analizi ise elde edilen verilerin açıklanması için gerekli kavramları bulmayı amaçlamaktadır. Betimsel analizle yorumlanmış olan verilerin derinlemesine incelenmesi ve yeni kavramların ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Karataş, 2015: 74). Bu bağlamda tekrar eden kelime ve kelime gruplarının ortaya çıkarmak için bu çalışmada kelime bulutundan faydalanılmıştır. Nitel araştırmalarda bireylerin değişkenlik gösterebileceğinden geçerlilik ve güvenilirlik sağlayamadığı düşünülmektedir. Fakat tekrar eden kelime grupları varlığı ve katılımcıların yanıtları doğrudan alıntılar şeklinde aktarılmış olup araştırmacının herhangi bir değişikliğine uğratılmamış objektif bir şekilde yorumlanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2’de gösterildiği gibi %60 erkek katılımcı ve %40 kadın katılımcıdan oluşmaktadır. Erkek katılımcıların 19-55 yaşları arasında değişkenlik gösterdiği gözlemlenirken kadın katılımcıların yaşları ise 20-41 yaşları arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların gelir düzeyleri 1250-30000 TL arasında değişkenlik göstermektedir. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde 3 lisansüstü, 12 lisans, 2 ön lisans ve 4 katılımcının ise lise mezunu olduğu görülmektedir. 18 bekar katılımcı bulunmaktadır ve 7 katılımcı ise evlidir. Katılımcıların farklı meslek gruplarından mensup olduğu gözlemlenmiştir dolayısıyla gastro turist profillerinin çeşitlilik gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların demografik özellikleri

Kişi	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Düzeyi	Meslek	Aylık Gelir	Memleket
G1	Kadın	26	Evli	Lisans	Öğrenci	10000	İzmir
G2	Erkek	27	Bekar	Ön lisans	Müşteri temsilcisi	25000	Karadağ-Rożaje
G3	Erkek	55	Evli	Lise	Emekli	15000	İstanbul

G4	Kadın	23	Bekar	Lisans	İş-uğraş terapisti	10000	Kastamonu
G5	Kadın	30	Evli	Ön lisans	Memur	20000	Antalya
G6	Kadın	30	Bekar	Lisans	Öğretmen	15000	Gaziantep
G7	Erkek	45	Evli	Lisans	Memur	30000	Tekirdağ
G8	Kadın	37	Bekar	Lisans	Memur	20000	Şanlıurfa
G9	Erkek	23	Bekar	Lisans	Öğrenci	6000	Hatay
G10	Erkek	26	Bekar	Lisans	Harita mühendisi	25000	Çanakkale
G11	Kadın	20	Bekar	Lisans	Öğrenci	1250	Ardahan
G12	Erkek	31	Evli	Lisans	Esnaf	25000	Adıyaman
G13	Erkek	23	Bekar	Lisans	Öğrenci	6000	Ankara
G14	Erkek	30	Evli	Lisans	Yitecek-içecek yöneticisi	30000	Hatay
G15	Erkek	19	Bekar	Lisans	Öğrenci	10000	Kahramanmaraş
G16	Kadın	24	Bekar	Lisans	Öğrenci	5000	Kahramanmaraş
G17	Kadın	25	Bekar	Lisansüstü	Öğrenci	5000	Ordu
G18	Kadın	36	Bekar	Lise	Serbest meslek	5000	Adana
G19	Erkek	25	Bekar	Lise	Aşçı	15000	Diyarbakır
G20	Erkek	33	Evli	Lisansüstü	Akademisyen	19000	Antakya
G21	Kadın	41	Bekar	Lisansüstü	Çevrebilimci	10000	İstanbul
G22	Erkek	30	Bekar	Lise	Şarap üreticisi	15000	Antakya
G23	Erkek	30	Bekar	Lisans	Mühendis	30000	Muş
G24	Erkek	26	Bekar	Lisans	Mühendis	30000	Sakarya
G25	Erkek	32	Bekar	Lisansüstü	Tercüman	15000	Batman

Akbaba ve Kargiglioğlu (2016) tarafından yerli gastro turistlerin yüksek eğitim seviyelerine sahip olduğu belirtilmiştir. Yine aynı şekilde Açiker vd. (2020) tarafından görüşülen katılımcıların %57.9 oranında lisansüstü eğitime sahip olduğunu belirtilmiştir. Yine aynı şekilde Atasoy ve Güllü (2020) yaptıkları çalışmalarında görüşülen katılımcıların %58,2 oranında lisans mezunu olduğunu belirtmişlerdir. Böylece gastro turistlerin yüksek eğitim seviyesine sahip olduğu doğrulanmaktadır.

Tablo 3'te katılımcıların özel gün yiyeceklerine ait düşünceleri verilmiştir. Katılımcıların özel gün yemeklerini kültürel bir olgu olarak gördüğü, bunun yanı sıra gıda ürünleriyle spiritüel bir bağ, empati kurulduğunu belirttikleri gözlemlenmiş ve törenlerde yapılan özel gün yemeklerinin hızlıca fazla kişiye ikram edilebilen her evde bulunan malzemelerle yapılan ürünler olduğu belirtilmiştir.

Tablo 3. Özel gün yemeklerine ilişkin bulgular

Tema	Kod	Alıntı
Özel gün	Gelenek	“Geçmiş zamanlarda yemeklere-tatlılara anlamlar yüklenmiştir. Günümüze kadar da bu şekilde devam ediyor. Tulumba ağzı tatlandırır. Kavurma esnasında çıkan kokunun eski Türk geleneklerine göre ölünün ruhuna gittiğine inanılır. Koku ölünün ruhunu, helvanın kendisi ise geride kalanları besler (G2)...” “Bilmiyorum gelenekler böyleydi, bu yüzden devam edildiğini düşünüyorum (G7).” “Yani bence bu bir gelenek görenektir. Tam olarak neden böyle olduğunu bilmiyorum ama un helvasının kuma benzer görüntüsü var belki bu bir çağrıştırmadır (G8).” “Yani niye yapılıyor bilmiyorum âdettendir herhalde böyle görmüşüz (G11).” “Bence bu geçmişten gelen bir gelenek olduğu için şu anda devam ediyor... Helvayı da mutlu günümüzde yiyoruz ama bu bir kültür (G13)...” “Süre gelmişlik diye düşünüyorum. Büyüklerden öğrenilen şeylerin devam ettirme durumunun hâkim olması diyebilirim (G14).” “Bildğim kadarıyla eskilerden gelen bir kültür olabilir dedelerimizin anneannelerimizin uyguladığı bir kültür olabilir. Helva kavurmak bir ikram gibi şerbetli tatlıların genellikle düğünlerde kullanıldığı gibi bu yönden bir ayrım olabilir (G15).” “...Yıllardır yapılan şeyler olduğu için olabilir sonuçta kemikleşmiş bazı geleneklerin devamlılığının gelmesi daha kolaydır (G18).” “Orada yapılışında bir ritüel olduğunu düşünüyorum, ateşle birleşmesi o ürünün de çektiği acı çile insanın o ürün o malzemenin yanışıyla empati kurarak onu yaktıkça kavurdukça bağ kuruyor, tulumba deepfry iki dakikada olan ve ateşle teması kısa olan bir ürün ama helva dediğin şey saatlerce acıyla kavrulur. Ben orada şey spiritüel bir empati olduğunu düşünüyorum yani bunu yapılışında (G21).”

Bir katılımcının “...ateşle birleşmesi o ürünün de çektiği acı çile insanın o ürün o malzemenin yanışıyla empati kurarak onu yaktıkça kavurdukça bağ kuruyor...” söylemi, tüketilen ürünle empati kurduğunu ve ürüne olan yaklaşımına etkilerini belirtmektedir.

Sevimli ve Sönmezdağ (2017) yaptıkları çalışmada Türk toplumlarında tatlıların doğum, ölüm, dini törenler veya evlilik gibi özel günlerde kullanıldığı belirtmiş ve ayrıca özel gün tatlılarını şu şekilde sıralamışlardır: Aşure, çikolata, baklava, güllaç, helva, hoşmerim, lokma, pasta, lokum ve zerde... Günümüzde hala tören, festival ve şenliklerle bu tatlıların turizme katkıları olduğunu da belirtmişlerdir.

Tablo 4’te gösterildiği üzere katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda yiyecek-İçecek tadımını etkileyen unsurlar koku, görüntü, lezzeti, fiyatı ve dokusu gibi faktörlerin katılımcıların yiyecek-İçecek tercihlerini etkilediği gözlemlenmiştir. Akbaba ve Semerci (2018) yaptıkları yerel yemeklerin turist motivasyon faktörü olarak değerlendirdikleri çalışmasında yemeklerinin tadı, iyi görünümü, iyi kokması ve tüketicide iyi bir izlenim bırakmasını duygusal çekicilik başlığı altında toplamışlardır.

Tablo 4. Yiyecek-içecek tadımına ilişkin bulgular

Tema	Kod	Alıntı
Duyusal özellikler	Yiyecek-içecek tadımı	“Yiyeceği tatma konusunda ilgi uyandıran şey baharattır. İnsanda kalp neyi ifade ediyorsa; yemekte de baharat kesinlikle olmazsa olmazdır (G7).” “Kokusu beni kendine çeker ya da iter (G8).” “Hikayesi olması, kaliteli olması ve nasıl hazırlandığı. Onların pişirilme amacı eski bir hikayeye hitap ettiği için insan ayrı bir şeyle yaklaşıyor o yemeklere içsel bir benimsemeyle yaklaşıyor yani (G9)...” “Genellikle o yiyeceğin benzersiz aroması ve tadıdır. Bir yiyeceği ilk defa tattığınızda o yiyeceğin benzersiz bir tadı olduğunu keşfetmek aslında oldukça heyecan veriyor (G10)...” “Burun, koku benim için önemli bir kriterdir. Güzel kokuya sahip olmayan ürünlerden çok hoşlanmıyorum (G14).” “Açıkçası mesela ben jelimsi şeylerden pek hoşlanmıyorum örneğin Japon mutfağında ya da uzak doğu mutfaklarında jelimsi tatlılar vardır o tatlılar bana hep iştah kaçırıcı geliyor (G17).” “Yemeğin tadının yoğunluğu (G18).” “Lezzet damak tadı yani. Çünkü birçok lezzet çoğu kişiye uymayabilir. Mesela şekerli ekşili bir yemeği herkes sevmeyebilir (G19).”

Şekil 1. Katılımcıların verdiği cevaplara ilişkin kelime bulutu



Bir katılımcı “Hikayesi olması, kaliteli olması ve nasıl hazırlandığı. Onların pişirilme amacı eski bir hikâyeye hitap ettiği için insan ayrı bir şeyle yaklaşıyor o yemeklere içsel bir benimsemeyle yaklaşıyor yani” ürün seçimlerinde hikayesi olan ürünlere daha derin yaklaştığını belirtmiştir.

Tablo 5. Yiyecek-içecek tüketim bilgisi ve tüketime etkisi

Tema	Kod	Alıntı
Gastro turist	Yiyecek-içecek tüketim bilgisi	"Tabi ki neden olmasın içindeki ürünleri bilmek ürünün tadına varmayı kolaylaştırır (G4)." "Tabi ki. Hikayesi yiyecek-içeceği her zaman ilgi çekici ve akılda kalıcı kılar (G5)." "Tabi ki olmalıdır (G8; G2, G16)." "Kesinlikle olmalıdır... yemeğin içeriği olarak, kullanılan malzemenin yetiştirme süreci, hangi ellerden geçtiği ve en son nasıl pişirildiği (G9)..." "Bence tabi ki evet olmalıdır... tat alma deneyimlerini daha keyifli ve anlamlı hala getiriyor (G10)..." "Bence olmalıdır ya. Yemeğin içeriği bilinirse belki ona karşı olan yaklaşımı değişebilir. Çünkü ben mesela süt ürünlerini vesaire sevmiyorum ve ben bir yemeğin içinde süt ürünleri barındırdığını bilirim eğer çok sıcak bakmıyorum (G11)."
	Etki	"Bence etkiler. Bir yemeğin tarihini, hikayesini bilmek; hammaddelerinin nerelerden geldiğini bilmek yemeği daha iştahla yemeye sebep olacaktır. Bu da damak tadını etkileyen faktörler biri olabilir (G1)." "Gideceği mekândan gezeceği yerlere kadar etkiliyor...yani gidip x yerde de yiyebilir ama Michelin yıldızlı restoranda yemek yiyor aslında aynı yemek (G4)..." "Evet. Yemeği daha bilinçli yer yani özgününe göre yapıp yapılmadığını fark edebilir (G5)." "Ben etkileyeceğini düşünüyorum, yani nasıl bir yemeği bilgisi olursa, daha önce nerde bulunmuş, nasıl oluşmuş, etkileyeceğini düşünüyorum (G11)..." "Evet etkiler, ürünün yaşadığı ve geçtiği sürecin bana anlatılması hoşuma gider ve açıkçası yemeğimi yerken bunu dinlemenin de benim açımdan faydalı bilgi birikimi olacağını düşünüyorum (G25)."

Tablo 5'te görüldüğü üzere katılımcılar gastro turistin bilgi sahibi olması gerektiğini belirtmektedir. Tüketeceği ürün konusunda bilgi sahibi olan gastro turistin tüketimini etkileneceği ifade edilmiştir. Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda ortaya iki farklı kod çıkmıştır.

Tablo 6. Yiyecek-içecek hikayeleri

Tablo 6’da gösterilen katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda %28 katılımcının sadece yiyecek içecek hikayesi bildiği gözlemlenmiştir. Dolayısıyla yiyecek-içecek hikayesi bilinirliğinin az olduğunu söylemek mümkündür.

Tema	Kod	Alıntı
Yiyecek-içecek hikayeleri	Defne	<i>“..... Apollo Defne hikayesi bildiğim kadarıyla şöyle Antakya’da Defne bölgesi var Harbiye diye bir şelale var Harbiye bölgesinde orada asırlık diyebileceğin Defne ağaçları bulunur orada duymuştum ben de bu hikâyeyi. Defne adında genç güzel bir kız var. ...Yunan mitolojisinden Tanrı Apollo Antakya’da Harbiye taraflarında çıkıyor gezerken Defne’yi görüyor. Defne de çok ürkek narin bir kız. Apollo’yu görünce korkuyor kaçıyor. Arkasından Apollo Defne’yi kovalıyor Defne’ye ‘sana zarar vermeyeceğim’ demesine rağmen Defne kaçmaya devam ediyor. Tabiat anaya sığınmıyor n’olur beni kurtar diyor. Hikâyeye göre bir anda Defne’nin ayakları ağaç gibi oluyor ve kök salmaya başlıyor. Korkusundan dolayı çok ağladığı için Harbiye şelalesini oluşturduğuna rivayet ederler bir de elleri, saçları, Defne Ağacı’nın yaprakları olduğu söylenir...Defne Ağacı’nın zeytinlerinin yağıyla yapılan kozmetik ürünler dediğimiz (G20)...”</i>
	Etlı yemekler	<i>“Bu soruya biraz etli yemekler üzerinden yaklaşmak istiyorum. Her yenilen et aslında yaşamı olan bir hayvanın yaşam ve ölüm hikayesidir. Bir hayvanın doğumu, yaşamı ve en sonunda ölümü kesinlikle başlı başına bir hikayedir (G4).”</i>
	Helva	<i>“Helva benim bildiğim tarihi yeri var. Helva sayesinde edilen dualarla kişinin mezarında çektiği acıların azaldığına ve hatta kaybolduğuna inanılıyor. Üstelik helvanın yapımına yardım ederek malzemelerine katkıda bulunarak acıya ortak olma hali paylaşıyor (G6).”</i>
	Dövme	<i>“Şöyle söyleyeyim, dövme dediğimiz yine keşkek tarzının bir değişimi salçalısı, geçtiğimiz eski zamanlarda, dedelerimiz atalarımız, o dönemin üretilen ve ele geçen ürünü olan buğdayını, salça ve yağ çok kullanıldığı için onunla harmanlayıp içine genelde boyun eti kullanılarak pişirilen ve servis edilen ve sürekli tüketilen bir ürün ama günümüzde daha çok düğünlerde tüketiliyor sanırım (G9).”</i>
	Analı Kızlı	<i>“...Analı kızlıyı biliyorum, onun hikayesi biraz daha bilinen bir şey, yemeğin içindeki büyük kıymalı köfteler anneyi, içerisindeki küçük köfteler ise kızları temsil ediyor. O yüzden ismi analı kızlıdır (G13).”</i>

	Tatlılar	<i>"Kabak tatlısı vardır Hatay'da. Hatay'da kıtlık gibi bir durum varmış önceden eski Antakyalıların anlattığına göre... Kabak tatlısı da baklava gibi ürünler çok pahalı olduğu için ve erişim olanağı kısıtlı olduğu için insanlar kendi mahsullerinden kabak tatlısını yapıyorlarmış. Böyle bir hikayesi var kabak tatlısının (G15)."</i> <i>"Aşureyi biliyorum. Nuh'un özel bir yemek yaptığından ve elinde tüm malzemeleri birleştirerek ortaya kuru meyveler, baklagiller ile yapılan bir tatlıdır. Belli günlerde yapılır bu tatlı. Her sene aynı gün yapılır tüm evlerde (G19)."</i>
--	----------	--

Tablo 7. Yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliği

Tema	Kod	Alıntı
Tüketim	Yiyecek-içecek hikayesi bilinirliği	<i>"Bu durum etli yemekleri yememi engelliyor (G4)."</i> <i>"Helvaya duygusal olarak yaklaşmamı sağladı. Birinin bir yerde değer verdiği birinin kaybını yaşadığını düşünüp bu duruma üzüldüm (G6)."</i> <i>"Dönemin yaşanılan zorluklarını, bolluk anında insanların bir araya gelerek ve ürünlerini bir araya getirerek kutlamalar yaptıklarını ve birlik beraber duygusunu uyandırdı. Ürüne yaklaşımında olumlu anlamda değişim oldu (G9)."</i> <i>"Şöyle bu hikayeleri merak edip araştırdım, önceden de severek tükettiğim yiyeceklerdi fakat öğrendikten sonra her yediğimde aklıma mutlaka o hikâye gelir (G13)."</i> <i>"Şöyle söyleyeyim insanlarla empati kurabiliyorsunuz o tatlıyı tattıktan sonra nasıl bir lezzet olduğunu ve kendinizi onların yerine koyuyorsunuz o dönemlere gidiyorsunuz o tatlıyı yedikten sonra onlar gibi düşünmeye ve anlıyorsunuz nasıl dönemlerden geçtiklerini (G15)."</i> <i>"Tarihsel bilgi ile tüketildiğinde aklımıza gelmiyor değil tabi. Farkını bu durum bile ortaya koyar (G19)."</i> <i>"...Şimdi ben onu vücudu temizleyen bir ürün olarak temizlik malzemesi olarak gördüğümünden dolayı yemeklerin içerisine defne yaprağı atıldığında ben o yemeği yiyemiyorum (G20)."</i>

Tablo 7’de belirtilen katılımcıların yanıtları doğrultusunda bildikleri yiyecek-içecek hikayelerine olan yaklaşımlarında değişim olduğu belirtilmiştir. Katılımcıların ürünler hakkındaki görüşleri olumlu veya olumsuz olarak değişime uğramış olup katılımcıların ürüne daha önceki yaklaşımlarından farklı bir tutum sergiledikleri belirtilmiştir. Bir katılımcının hayvanları birer yaşam hikayesi olarak görmesi ve bu durum karşısında et tüketememesi durumu ortaya çıkmıştır. Bir katılımcının defne yaprağı içeren ürünleri artık tüketemediğini söylediği gözlemlenmiştir. Dolayısıyla yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliği katılımcıların ürüne yaklaşımında farklılığa yola açmıştır.

Tablo 8. Yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliği Türk mutfak kültürüne katkı sağlar mı?

Tema	Kod	Alıntı
Türk mutfak kültürü	Katkı	“Tabi ki katkı sağlar. Hikâye, akılda kalıcılığı ve ürünün tanınma kapasitesini artırır (G5).” “Evet katkı sağlar. Hikâyenin bilinmesi bölgenin gastro turizminin gelişmesine katkı sağlar. Bölgeye hikayesi aracılığı ile turist çeker. Ayrıca hikayesinin olması Yiyecek veya içeceğin bir sonraki nesillere daha rahat aktarılmasını sağlar (G12).” ‘Evet, hikayeler çekicilik katacaktır. ...bir kişi hikayesiyle birlikte merakının uyanacağını düşünüyorum (G14).’ ‘Katkı sağlar yiyeceğe karşı ve başka şehirlerde de bu hikâyenin bilinmesi kişilerin merakını uyandırır ve daha çok ziyaretçisinin lezzetlere ulaşmak için seyahat etmesini sağlar (G18).’ ‘...Dolayısıyla Türk mutfağıyla ilgili bu tarz efsane ve söylemler turistik hareket yaratacağını düşünüyorum (G20).’ ‘Sağlar öyle bir çalışma yapılması da iyi olur yani neyi tükettiğimizin farkında oluruz (G22).’ ‘... kısaca Türk mutfak kültürüne olumlu anlamda katkı sağlar (G24).’

Tablo 8’de gösterilen katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda yiyecek-içecek hikayesinin bilinirliğinin Türk mutfak kültürüne katkıda bulunacağını gözlemlenmiştir. Katılımcıların yanıtlarından elde edilen verilen ışığında katılımcıların %96’sı yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliğini Türk mutfak kültürüne katkı sağlayacağını düşünürken %4’lük kısmı ise katkı sağlamayacağını düşündüğü açıklamıştır. Oluşacak katkının, ülkeye ya da bulunduğu şehre tanıtım, bilinirlik, sürdürülebilirlik, gastronomi turizmine ve Türk mutfak kültürüne ilişkin olduğu belirtilmiştir. Çolakoğlu ve Sarıuşık (2021) yaptıkları çalışmada yiyecek-içecek hikayelerinin anlatımının uluslararası bilinirliğe katkı sağlayacağını belirtmiş ve hikayelerin yemeklerin aktarımında önemli bir rol olduğu, mutfak kültürüne ve ürünlerin özgünlüğünün korunarak devamlılığının sağlanacağını vurgulamışlardır. Bu bağlamda yiyecek-içecek hikayelerinin bilinirliğinin Türk mutfak kültürüne katkı sağlayacağı gözlemlenmiştir.

Sonuç

Yemek tüketimi insanların sosyal, psikolojik ve fizyolojik olarak ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu sebeple yiyecek-içecek tüketimi sadece fizyolojik değil bireysel ve aynı zamanda toplumsal bir olgudur. Yaşanan olayları birlik ve beraberlik içinde kutlamak ya da hüznü birlikte paylaşmak düzenlenen tören yemekleriyle bir bütündür. Yapılan yemeklerde acı, keder, sevinç, hüznün, yokluk paylaşılmış bu yemeklerin tekrarlanması bir gelenek halini almıştır. Günümüzde hala tekrarlanan yöresel özel gün yemeklerinin varlığından söz edilebilir. Bu bağlamda Türk mutfağının çeşitli ürünlerinin unutulmaması ve hikayelerinin, tarih ve tariflerinin kuşaktan kuşağa aktarımı önemli bir husustur. Türk mutfağının temelinde yatan çoklu kültürlerin kaynaşmasıyla ortaya çıkan bu ürünlerin kalıcılığı sağlanmalı ve aktarımı yapılmalıdır.

Katılımcıların yanıtlarından elde ettiğimiz bilgiler ışığında t ketlenen ürün hakkında bilgi sahibi olmanın tüketimi etkileyeceği belirtilmiştir. Bu bağlamda tüketim öncesinde veya sırasında ürün hakkında bilgi sahibi olmanın tüketime olumlu veya olumsuz bir şekilde yansıyacağı gözlemlenmiştir. Yiyecek- cecek hikayelerinin bilinmesi durumunda gastro turist ve ürün arasında bir bağ oluşacağı ve ürünün ortaya çıkışındaki yaşanan olaylar, olayı yaşayan kişilerle empati kurulabileceğini, içsel bir yakınlık oluşturulabileceği belirtilmiştir. Dolayısıyla yiyecek- cecek hikayesi gastro turistin ürüne olan bakış a ışını etkileyeceği gözlemlenmiştir. Yöresel mutfak ürünlerinin hikayelerinin gastro turistlere aktarılmasının Türk mutfak kültürüne katkı sağlayacağı belirtilmiştir. Katılımcıların verdiği yanıtlar neticesinde aşağıdaki öneriler verilebilir;

Gelecek  alışmalar için Türk mutfak kültürünün unutulmaya yüz tutmuş ürünlerinin, geleneklerinin ve kültür ögelerinin ortaya çıkıp tekrar yaşatılması için farklı şehir ve yiyecek- cecekler için çalışma yapılabilir.

Yöresel yemek restoranları için Türk yemek kültürünün otantik ve egzotik yapısının modern bir çizgi ile birleştirilerek yemek hikayelerinin pazarlama aracı olarak kullanımı d ş n lmelidir. Yapılan aktarımın geri dönütleri incelenmelidir.

Sürdürülebilir gastronomi turizmi için ise yapılan aktarım gastronomi turizmi için canlandırıcı ve kalıcı sürdürülebilir bir zemin hazırlar. Aktarımın sağlanması için özellikle yerel halkın hikâye anlatıcılığının yaygınlaştırması gerekmektedir.

Kaynakça

- Akbaba, A., Kargiglioğlu, Ş. (2016). Yerli gastro turistlerin eğitim seviyeleri ve yaş gruplarına göre destinasyondaki gastronomi turizmi etkinliklerine katılımları: Gaziantep'i ziyaret eden gastro turistler üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 87- 95
- Akbaba, A., Semerci, H. (2018). Bodrum'a gelen uluslararası ziyaretçilerin yerel yemek tüketimindeki motivasyon faktörlerinin değerlendirilmesi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 41-57.
- Akıncı, Z., Küçüker C., Yurcu, G. (2020). Konaklama işletmelerinde servis hizmetleri ile ilgili turist algısı: bir önem-performans analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 656-680.
- Akgöl, Y., Birdir, K. (2015). Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Atasoy, B., Güllü, K. (2020). Gastro-turistlerin seyahat özellikleri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 1-12.
- Batu, A., Batu, H. S. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today. *Journal of ethnic foods*, 5(2), 76-82.
- Bayrakci, S., Akdağ, G. (2016). Yerel yemek tüketim motivasyonlarının turistlerin tekrar ziyaret eğilimlerine etkisi: Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-108.
- Bilgin, A. (2020). Osmanlı kültüründe şerbet. *Toplumsal Tarih*, (317), 50-57.
- Bolçay, E. (2014). Erzurum'da cenaze gelenekleri. *Türkbilig/Türkoloji Araştırmaları Dergisi*, 15(28), 111-118.
- Cevizkaya, G., Sarioğlu, M. (2016). Türk mutfak kültürü: şerbetler. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 237-250.
- Ceyhun Sezgin, A., Yönet Eren, F. (2018). Kültürel miras açısından Türk kahvesi. *Turkish Studies Social Sciences*, 13(10), 697-712.
- Coşkun, F. (2014). Tarhananın tarihi ve Türkiye'de tarhana çeşitleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(3), 69-79.
- Çolakoğlu, N. K., & Sarıışık, M. (2021). Yerel gastronomi ürünlerine ait hikâyelerin destinasyon pazarlamasında kullanılmasına ilişkin bir değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 730-743.
- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfacı. *Uluslararası Türk dünyası turizm araştırmaları dergisi*, 3(1), 105-125.
- Dölek, İ. (2022). Hatay (Arap) alevilerinde kutsal bir zaman olarak Gadir-i Hum Bayramı ve kutlama gelenekleri. *Antakiyat*, 5(2), 186-208.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(26), 25-30.

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, 1(1), 62-80.

Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 191-210.

Kurnaz, A., Yeşilyurt, B. (2021). Somut olmayan kültürel miras listesine gastronomik bir bakış. 2. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Kongresi, içinde (s.795-806). Sakarya Üniversitesi.

Kurt, A. (t.y.). Yoğurtun tarihçesi ve dünya yüzüne Yayılışı. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 1(1).

Nisari, M. A., Yılmaz, M. (2018). Ziyaretçi motivasyonu ve yerel yemek. International Journal of Contemporary Tourism Research, 2(1), 68-77.

Sevimli, Y., Sönmezdağ, A. S. (2017). Özel gün tatlıları: Kültür turizmi açısından önemi. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD) E-ISSN: 2602-4462, 1(2), 18-28.

Türker, N., Türkmen, B. M., ve Caymaz, E. (2019). Geleneksel bir ürün olarak Kastamonu pastırması. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3(2), 265-277.

İnternet Kaynakları

Sözbilir, M. (2009). *Nitel veri analizi*. <https://fenitay.wordpress.com/wp-content/uploads/2009/02/1112-nitel-arac59ftc4b1rmada-veri-analizi.pdf> Erişim Tarihi: 06.05.2024

UNESCO (t.y.). *Yaratıcı şehirler*. <https://www.unesco.org.tr/Pages/88/129/UNESCO-Yarat%C4%B1c%C4%B1-S%CC%A7ehirler-Ag%CC%86%C4%B1> Erişim Tarihi: 06.05.2024.