



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Anadolu'dan Dünyaya Lezzet Yolculuğu: Tarhana, Gastrodiplomasi Aracı Olabilir mi?*

Candan ŞAHİN^{a*}, Düriye BOZOK^b

^a Güney Marmara Kalkınma Ajansı, BALIKESİR, E-mail: candansahintr@gmail.com. ORCID: 0009-0006-0787-3869

^b Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, BALIKESİR, E-mail: dbozok@balikesir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3703-6918

Öz

Orta Asya'dan göç eden Türkler tarafından Anadolu coğrafyasıyla buluşturulan, kullanım alanları, içeriksel zenginliği, sağlığa olan faydaları ile Türk mutfak kültüründe ön plana çıkan tarhana, aynı zamanda yapılış biçimiyle de kültür, gelenek ve dayanışmanın simgesidir. Yemeğin evrensel dili aracılığıyla kültürel alışverişi teşvik eden, diplomatik ilişkileri güçlendiren ve ülkelerin imajını olumlu yönde etkileyen gastrodiplomasiyi etkin şekilde kullanan ülkelerin turizm potansiyelleri artmakta, ekonomik kalkınmaları desteklenmekte ve uluslararası ilişkiler güçlenmektedir. Çalışmanın amacı Türk Mutfak kültüründe çorbaların atası kabul edilen tarhananın gastrodiplomasi unsuru olarak kullanılabilme potansiyelinin doküman analizi yöntemiyle ortaya konulmasıdır. Çalışma sonucunda Türk Kültürü mirası olarak kabul edilen tarhananın coğrafyayı yansıtmaya becerisi, kullanım alanları, tarhana konusunda yürütülen çalışmaların çeşitliliği gibi güçlü yönleriyle gastrodiplomasi aracı olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca tarhananın gastrodiplomasi unsuru olarak kullanılabilmesine yönelik politika yapıcılara, yerel yönetimlere, gastronomi profesyonellerine, akademisyenlere ve üreticilere çeşitli öneriler sunulmuştur. Bütüncül bakış açısıyla hazırlanan bu çalışmanın tarhananın ve Türk Mutfağında öne çıkan ürünlerin gastrodiplomasi unsuru olarak kullanımı konusunda literatüre yeni bir bakış açısı kazandıracağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tarhana, Türk Çorbaları, Türk Mutfağı, Gastrodiplomasi.

Flavor Journey from Anatolia to the World: Can Tarhana be a GastroDiplomacy Tool?

Abstract

Tarhana, which was introduced to the Anatolian geography by Turks migrating from Central Asia, stands out in Turkish culinary culture with its usage areas, content richness and health benefits, and is also a symbol of culture, tradition and solidarity with the way it is made. Countries that effectively use gastrodiplomacy, which encourages cultural exchange through the universal language of food, strengthens diplomatic relations and positively affects the image of countries, increase their tourism potential, support their economic development and strengthen international relations. The aim of the study is to reveal the potential of tarhana, which is accepted as the ancestor of soups in Turkish Culinary culture, to be used as an element of gastrodiplomacy by document analysis method. As a result of the study, it was concluded that tarhana, which is accepted as a heritage of Turkish Culture, can be a gastrodiplomacy tool with its strengths such as its ability to reflect the geography, its usage areas, and the diversity of studies on tarhana. In addition, various suggestions have been presented to policy makers, local administrations, gastronomy professionals, academicians and producers for the use of tarhana as an element of gastrodiplomacy. It is thought that this study, prepared with a holistic perspective, will bring a new perspective to the literature on the use of tarhana and the prominent products in Turkish Cuisine as a gastrodiplomacy element.

Keywords: Tarhana, Turkish Soups, Turkish Cuisine, Gastrodiplomacy.

JEL CODE: L830, I120

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 23.07.2024

Birinci Düzeltme : 10.10.2024

İkinci Düzeltme : 10.11.2024

Kabul : 19.11.2024

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Şahin, C. & Bozok, D. (2024). Anadolu'dan Dünyaya Lezzet Yolculuğu: Tarhana, Gastrodiplomasi Aracı Olabilir Mi?, Turizm Akademik Dergisi, 11 (2), 279-297.

* Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

** Sorumlu yazar e-posta: candansahintr@gmail.com

GİRİŞ

Gastrodiplomasi, uluslararası ilişkileri geliştirmek ve ülkelerin küresel sahnedeki olumlu bir imajını teşvik etmek için gıda ve mutfuğu bir araç olarak kullanılan yumuşak güç politikası yaklaşımlarından biridir (Grandi, 2023). Gastrodiplomasi, çekici bir ulusal marka yaratarak ülkeye ziyaretçi çekmek (Nair, 2020); ülke ürünlerine karşı tüketici davranışlarını olumlu yönde etkilemek (Gusdini, 2023; Farina, 2021) amacıyla da kullanılmaktadır. Asya ülkeleri tarafından başlatılan gastrodiplomasi hareketi ülkeler tarafından ticari faaliyetleri arttırmak, turizm sektörünü geliştirmek ve farklı ülkelerle iş birliği sağlamak amacıyla kullanılmaktadır (Sokol, 2013). Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan Dünya Seyahat Pazarı Küresel Trend Araştırması Raporu'na göre, Türk mutfuğu oldukça zengin bir kültüre sahiptir (Alptekin & Bildik, 2019). Türk Kahvesi ve geleneği, tören keşkeği, ince ekmekek yapımı ve paylaşımı geleneği ile çay kültürünün UNESCO somut olmayan kültürel miras listesinde yer alması (UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2024); Türk Mutfuğu'nun tanıtma çabaları son yıllardaki olumlu gastrodiplomasi faaliyetleri olsa da hala yeterli seviyede değildir (Alptekin & Bildik, 2019).

Yoğurt, tahıllar ve yöreye özgü sebze ve baharatların harmanlanarak hamura dönüştürülmesi ve bu hamurun kurutulması ile yapılan tarhana, Türkler tarafından Anadolu'ya taşınmış olup Türk Çorbalarının atası sayılmaktadır. Anadolu'lar için bir yemek olmanın yanında gelenek ve dayanışmanın da simgesi olan bu lezzet, Türk kültürünün de adeta aynası konumundadır. Gerek Türk Kültürünü yansıtmaya becerisi, içeriksel zenginliği ve sağlığa olan faydaları; gerek yaygınlığı ve coğrafi işaretli çeşitleri, ile tarhana, Türk Mutfuğu'nun uluslararasılaştırılmasında ve gastrodiplomaside aktif olarak kullanılmalıdır.

Çalışmanın amacı Anadolu mutfuğunun geleneksel lezzetlerinden olan tarhananın gastrodiplomasi unsuru olarak kullanılabilme potansiyelinin doküman analizi yöntemiyle, yerli ve yabancı literatürdeki bilgiler ışığında ortaya konulması ve ilgili paydaşlara bu konuda yol haritası sunulmasıdır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türk Mutfak Kültüründe Çorbanın ve Tarhananın Yeri

Tarih öncesinden bugüne toplumlar, kültürleri ve yaşadıkları coğrafya ile bağlantılı yiyecekleri tüketmişlerdir. Köklü bir geçmişe sahip Anadolu, yüzyıllar boyunca çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış ve birçok geleneksel ürüne kucak açmıştır (Altun, 2014). Orta Asya'dan göç ettikten sonra yüzyıllar boyunca

Anadolu topraklarında yaşayan Türkler, Anadolu mutfuğunun zengin deseninin oluşumunda önemli bir rol oynamıştır (Baysal, 1993). Çorba, insanlık tarihi kadar eski bir lezzet olup M.Ö. 6000 yıllara ait çömleklerin var olması, M.Ö. 3600'lü yıllara ait metal kazanların bulunması çorbanın besin kaynağı olarak kullanımının çok eskilere uzandığını kanıtlamaktadır. Hayvansal ve/veya bitkisel yiyeceklerin su, süt, et suyu gibi bir sıvı içerisinde pişirilmesiyle hazırlanan bir yemek çeşidi olan çorbalar, yapımında kullanılan tahıl, sebze, baklagiller, kırmızı veya beyaz et, yumurta gibi besinler nedeniyle oldukça besleyicidir (Özbeç ve Köşker, 2021). Tahıl ve baklagillerin kaynatılarak besleyici et suları ile birleştirilmesi, yaşamlarını sürdürebilmek her türlü malzemeyi ustalıkla kullanan Türk topluluklarının becerikliliğinin bir yansımasıdır (Özçelik, 2021).

Kültürel olarak çorba, Türk misafirperverliğinin önemli bir unsurudur. Genellikle yemeklerin başında servis edilen bu besin, sıcaklığı ve karşılamayı sembolize eder (Yıkılmış ve ark., 2017). Mercimek ve yayla gibi geleneksel çorbalar, genellikle aile toplantıları ve kutlamalar için hazırlanır ve birlikteliğin önemli sembollerindedir (Cankurtaran ve ark., 2020). Türk dilindeki çorba kavramı, Farsça tuzlu şey anlamına gelen "şur" ile aş anlamına gelen "aba" nın birleşmesinden oluşan "şuraba" kelimesinden türemiştir (Aktaş ve ark., 2009). Türk dilinde sıklıkla kullanılan çorba etmek, çorba da tuzu bulunmak, çorbaya dönmek gibi söz öbekleri çorba kültürünün dile yansımalarıdır. Osmanlı kültüründe çorba, halk için olduğu kadar ordu açısından da önemli sembolik anlamları işaret etmekteydi. Yeniçerinin çorba kazanını düşmanın eline geçirmesi şerefin lekelenmesi anlamını taşıırken padişah tarafından sunulmuş çorbanın askerlerce reddedilmesi kazan kaldırma olarak adlandırılmaktaydı. (Gümüş, 2011).

Türk mutfuğunun en önemli çorbalarından biri, yüzyıllara yayılan geçmişiyle tarhanadır. Yoğurt, un ve çeşitli sebzelerin fermente edilmiş karışımından yapılan tarhana, uzun raf ömrü ve yüksek besin değeri ile karakterize edilmektedir (Kumral, 2015). Bu çorba, mevsimlik malzemelerin korunmasına olanak sağlaması ve hızlı ve besleyici bir yemek seçeneği sunması nedeniyle Türk Mutfak uygulamalarının yaratıcılığını örneklemektedir. Tarhananın Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaygın olarak tüketilmesi, ulusal diyetteki önemini ve kültürel kimlikteki rolünü vurgulamaktadır (Özçelik, 2021). Türklerin yeme içme alışkanlıklarında göçebe kültürünün belirgin bir etkisi olduğu gözlemlenmektedir. Türk mutfuğunda, Orta Asya'dan bu yana besinlerin uzun süre saklanabilmesi için muhafaza yöntemleri arasında bulunan kurutma tekniği, taşıma kolaylığı ve uzun süre dayanıklılık sağlamak amacıyla sıkça kullanılmıştır. Bu mutfak alışkanlığı günümüzde hala etkisini göstermektedir. Nitekim Kaşgarlı Mahmut'un ese-

rinde kuru meyve anlamına gelen “Kak” günümüzde hala Anadolu'nun birçok yerleşkesinde aynı anlamda kullanılmaktadır (Alçay ve ark., 2015). Orta Asya döneminde kurutulup tüketilen “kurut” adı verilen yoğurt bazlı yiyecekler hâla Doğu Bölgeleri'nde tüketilmektedir (Çetinkaya, 2005). Geçmişte Türklerin “Kurut” adını verdikleri ve pek çok kaynakta kurutulmuş yoğurt olarak yorumlanan besinin sadece kurutulmuş yoğurt olmadığı, bir çeşit tarhana manasına da geldiğini de savunan kaynaklar mevcuttur (Oğuz, 2002). Tarhananın Orta Asya'dan göç eden Türkler ve Moğollar tarafından Anadolu'ya taşındığı ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde doğu ve batı ülkelerine yayıldığı kabul edilmektedir (Temiz, 2011). Kaşgarlı Mahmut tarafından kaleme alınan *Dîvânü Lugâti't-Türk'te* tarhana için, yazın yapıpı saklanan yoğurt anlamına gelen “Tar” kelimesi kullanılmıştır (Kemahloğlu, 2007). Tarhananın yaygınlığı, farklı dillerde farklı karşılıkları bulunmasıyla kanıtlanmaktadır. Tarhana, Farsça'da “Terhuvâne” ve “Terhîne”; Moğolca'da “Tarağ” (Oğuz, 2002); Mısır'da “Kishk”; Irak'ta “Kushuk”; Yunanistan'da ise “Trahanas” olarak bilinmektedir (Coşkun, 2014).

Çorbalar, Türk mutfak kültüründe her öğünde tüketilebilen bir yiyecek olmuş ve sosyoekonomik ekonomik ve sosyal statüden bağımsız olarak her kesimin sofrasında yer almıştır. Tarhana da yalnız halk tarafından değil Osmanlı Hanedanı tarafından da sıklıkla tüketilmiştir. Afyonkarahisar'da peynirli tarhanayı beğenerek içtiği bildirilmektedir (Aktaş ve ark., 2009). Tüm bu bilgiler tarhananın Türk Kültürü ve Türk Tarihi ile olan güçlü bağlarını ortaya koymaktadır.

Yumuşak Güç Unsuru Olarak Gastrodiplomasi, Ülkelerin Gastrodiplomaside Kullandığı Stratejiler

Kültürel diplomasinin en yaygın biçimlerinden olan gastrodiplomasi uluslararası iş birliğini geliştirmek için gıda ve mutfak araç olarak kullanan bir kamu diplomasi biçimidir (Chapple-Sokol, 2013). Gastrodiplomasi, bir destinasyonun yerel kimliğini ve geleneklerini sergileyen benzersiz mutfak deneyimleri sunarak ziyaretçileri çekmek için kullanılan araç olarak hizmet vermektedir (Ma'rifah ve ark., 2019). Gastronomi alanında birçok önde gelen ülke, kamu diplomasi aracı olarak gastrodiplomasiyi etkili bir şekilde kullanmaktadır. Tayland, Japonya, Güney Kore, Tayvan, Peru, İsrail, Endonezya, Malezya, Meksika, Yunanistan, İtalya, Fransa, Singapur, ABD, Çin, Rusya ve Kuzey Kore gastrodiplomasiyi etkin biçimde kullananlar arasında yer almaktadır.

Ülkeler kültürleriyle ilintili geleneksel yemekleri ve pişirme yöntemlerini tanıtmaya yoluyla uluslararası kitlelerde kültürel mirasları hakkında farkındalık oluşturabilirler. Bu tür etkinlikler ülkenin uluslararası alanda gücünü artırırken kültürel kimliğin ve mutfak

mirasının korunmasında da önemli bir rol oynar (Song & Kim, 2022). Tayland açısından gastrodiplomasi alanında öne çıkan kampanyalardan biri, “Amazing Thai Taste” kampanyasıdır. 2016 yılında başlatılan bu kampanyanın en çarpıcı vurgusu Tayland yemeklerinin temel bir ihtiyaç olmaktan öte, ziyaretçiler için önemli bir çekicilik unsuru olduğudur (Hinjoy ve ark., 2018). Kampanya kapsamında, yetiştirilen ürünleri toplama ve tatma gibi etkinlikler aracılığıyla yiyeceklerle ilgili duysal deneyimler de sunulmaktadır (Eren ve ark., 2020). Türkiye ise “HomeTurkey”, “Taste of Turkey” gibi bütünsel yaklaşımlarla gastrodiplomasiyi bir araç olarak kullanmaktadır (Akçay, 2023). Dijital çağda, ülkeler mutfak miraslarını tanıtmak için sosyal medya platformlardan giderek daha fazla yararlanmaktadır. Bu strateji daha geniş kitlelere ulaşma ve küresel izleyicilerle etkileşim kurma imkânı sağlamaktadır (Niu, 2022). Tanıtım faaliyetlerinde bazı ülkeler, kültürü ve coğrafyayı yansıtmaya becerisiyle öne çıkan coğrafi işaretleri ürünlere odaklanmaktadır (Simons, 2015).

Gastrodiplomaside ülkeler kendilerine özgü lezzetler etrafına inşa edilmiş stratejiler kullanabilmektedir. Örneğin Kore, Kimchi ve Bibimbap gibi lezzetlere odaklanarak bu lezzetleri tema olarak kullanan etkinlikler düzenlemektedir. Birçok ülke geleneksel yemeklerini ve pişirme tekniklerini tanıtan yemek festivalleri düzenlemektedir. Bu etkinlikler, farklı uluslardan şeflerin ve yemek meraklılarının birbirleriyle etkileşime geçmesi için bir platform görevi görerek karşılıklı etkileşimi artırmaktadır (Karyana, 2021). Ayrıca uygulanan aşçı değişim programları da aynı amaca hizmet etmektedir (Imanuella ve ark., 2020). Gastronomi turları ve eğitim programları gibi girişimler ise kültürel değişim ve ekonomik kalkınma için de platform görevi görmektedir (Hussin, 2018). Gastrodiplomasi aracı olarak kullanılan bir diğer yöntem ise farklı ülkelerde kurulan restoran zincirleridir. Yerel girişimcilerin tanınmış bir marka altında faaliyet göstermesine izin veren ülkeler mutfak kültürlerinin tanınmasını sağlarken aynı zamanda yerel istihdama katkı sağlayarak ekonomik anlamda da yumuşak güç uygulamış olurlar (Vellycia, 2021).

Belli bir etnik gruba veya dinsel-kültürel hassasiyetleri olan gruplara yönelik kampanyalar ile bu hedef kitlenin ilgisi çekilerek de ülke imajıyla ilgili sempati oluşturulabilmektedir. Örneğin Tayland, helal ürün merkezli gastrodiplomasiye odaklanarak kendisini hoşgörülü ve farklı kültürlerle duyarlı bir destinasyon olarak konumlandırmayı başarmıştır. Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkeler gastrodiplomaside çeşitliliğe ve gıdaların sağlık yönlerine vurgu yapmaktadır (Chapple-Sokol, 2013). Bazı ülkeler, geleneksel mutfaklarının tanınmasını sağlayan, ulusal kimliği güçlendiren, uluslararası iş birliğini kolaylaştıran ve tüm bu çabaları

sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu hale getiren UNESCO gibi ağırları gastrodiplomasi için güçlü bir araç olarak kullanırlar (Passidomo, 2017). Gastro-nomik yardım projeleri ülkeler tarafından gastrodiplomasi aracı olarak kullanılan önemli uygulamalardan-
dır. Bu kapsamda yerel gıda sistemlerini iyileştirmeye ve toplulukları beslenme konusunda eğitmeye odaklanan programlar uygulanmaktadır (Polak ve ark., 2016).

Gastrodiplomasi Unsuru Olarak Çorbalar

Tayland mutfağının simgesel yemeklerinden biri olan “Tom Yum” çorbası acı, ekşi ve tatlı tatların dengeli bir karışımıyla ün kazanmıştır. Beyaz ya da kırmızı et ile yapılabilen bu çorbanın temelini limon otu, galangal, kaffir limon yaprakları ve biberiye oluşturur. Bu malzemelerin kombinasyonu benzersiz ve lezzetli bir tat oluşturur (Biteunite, 2024). Tayland, çorbayı uluslararası düzeyde tanıtmak için uluslararası etkinlikleri, festivalleri ve diplomatik toplantıları önemli birer araç olarak kullanır. Çorbanın kültürel önemi Tayland yapımı filmlerde de açıkça görülür (Paprach, 2023). Gıda üreticileriyle yapılan iş birlikleriyle servisi pratik hale getirilen çorbanın pazar payı bu yolla artırılmıştır (Siripongvutikorn ve ark., 2009).

Son yıllarda gastrodiplomasiyi aktif şekilde kullanan Güney Kore, özellikle helal turizm konseptini benimsemiş ve Müslüman gezginleri ülkeye çekmek için lezzetli helal mutfak imajı oluşturmuştur (Marlinda ve ark., 2021). Ayrıca ülke, Kore yemeğini K-food olarak tanımlayarak tanıtım kampanyalarını bu söylem üzerine inşa etmiş böylelikle mutfak mirasını küresel platformda akılda kalıcı sloganla sergilemiştir (Surya ve Nugroho, 2023). Kimchi Jjigae çorbası, kültürel öneme sahip geleneksel bir Kore yemeği olup benzersiz lezzet profili ve potansiyel sağlık faydaları ile tanınır. Kore kültürünün bir sembolü olan bu çorba, çoğunlukla lahana gibi sebzelerin fermente edilmesiyle yapılan Kimchi’yi ana malzeme olarak kullanır (Park ve ark., 2014). Çorba, ayrıca arıç özütü, sarımsak, hardal yaprağı, mantar ve deniz yosunu gibi içerikleri ve fermente sebzelerden kaynaklanan faydalarıyla öne çıkmaktadır (Yu ve ark., 2020). Adını bu çorbanın ana hammaddesinden alan Kimchi Diplomasisi kavramı, sadece yemek ve tarifleri paylaşmanın ötesine geçerek Kore kimliğini, mirasını ve değerlerini dünya sahnesinde sergilemenin bir yolu olarak hizmet etmektedir (Herningtyas, 2019).

Zengin mutfak mirasıyla tanınan Fransa, UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alan mutfak kültürünü kültürel diplomasinin önemli bir unsuru olarak kullanmaktadır. Fransız soğan çorbası, ülke tarafından gastrodiplomasi aracı olarak kullanılan önemli unsurlardan-
dır. Soğan çorbasının sağlık üzerindeki olumlu etkisini inceleyen ve uluslararası alanda yayınlanan pek çok bilimsel çalışma olması, çorbanın

Beslenme ve Diyetetik Akademisi’nin 1957 yılındaki yıllık toplantısında servis edilmesi (Stein, 2015) önemli gastrodiplomatik mesajlar arasında gösterilebilir.

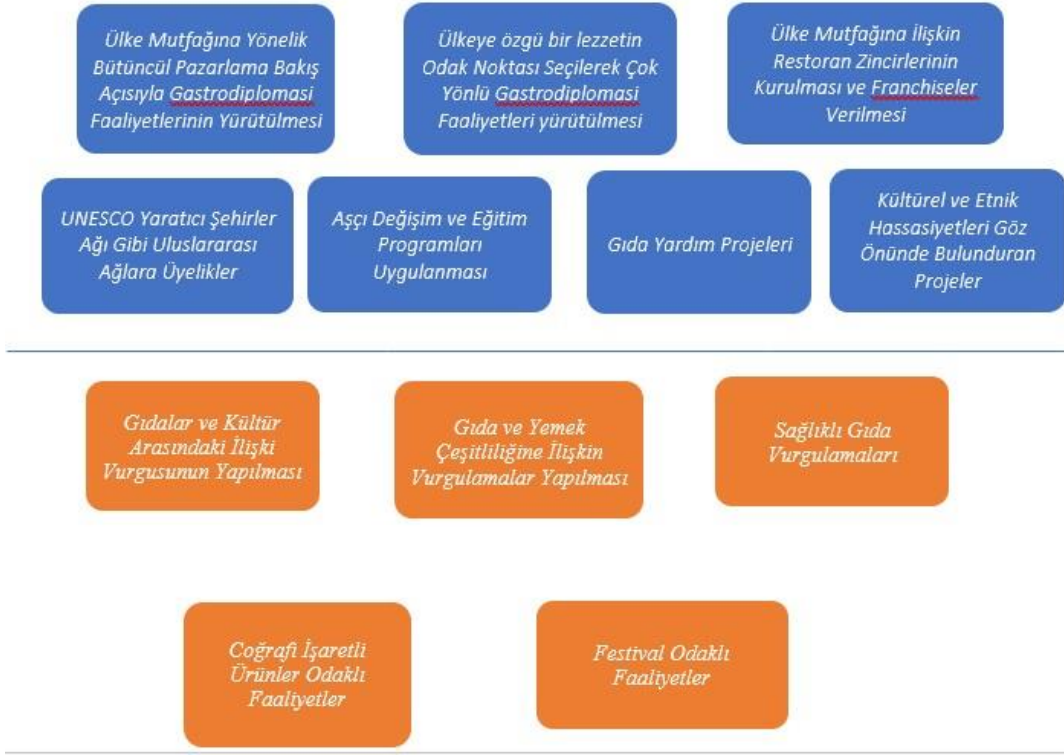
YÖNTEM

Çalışma kapsamında tarhananın gastrodiplomasi unsuru olarak kullanılabilirliğini değerlendirmek ve ilgili paydaşlara yol haritası çizmek üzere nitel araştırma yöntemlerinden dokuman analizi yöntemi kullanılmıştır. Belgesel taraması olarak da bilinen, araştırma yöntemleri için bir tamamlayıcı olarak hizmet eden doküman analizi, nitel araştırmalarda tek başına güvenilir bir araştırma yöntemi olarak da kullanılmaktadır (Sak ve ark., 2021). Araştırma yöntemi olarak yalnızca doküman analizi kullanıldığından araştırma, etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

Gerçekleştirilen literatür çalışmasında ülkeler tarafından yürütülen gastrodiplomasi faaliyetleri makalenin kavramsal çerçeve kısmında aktarılmış olup ülkelerce uygulanan stratejiler yazarlar tarafından şemalaştırılmıştır. Şemalaştırmada tek bir ürünle ilgili olmayan veya tek ürünle ilgili olup bütünsel şekilde yürütülen gastrodiplomasi faaliyetleri mavi renkli şema içerisinde gösterilmiştir. Tek bir ürün özelinde yürütülebilecek gastrodiplomasi faaliyetleri ise turuncu şema içerisinde gösterilerek okuyucunun daha net ayrımı varması sağlanmıştır. Tek bir ürün özelinde yürütülebilecek gastrodiplomasi faaliyetleri doküman analizinde araştırma sorusu olarak kullanılmıştır. Araştırma soruları ile ülkeler tarafından uygulanan iyi uygulama örnekleri incelenmiş ardından tarhana özelindeki mevcut durum resmi çizilmiştir. Çalışma kapsamında; kültür ve gastrodiplomasi arasındaki ilişkinin, yemek çeşitliliğinin, sağlıklı beslenme olgusunun, coğrafi işaretin ve festivallerin gastrodiplomadaki yeri araştırma sorusu olarak kullanılmıştır. Tarhananın gastrodiplomasi potansiyelinin bu bağlamda ortaya konulması içinse tarhana çeşitleri ve tarhanadan yapılan reçeteler, tarhananın sağlıklı beslenme ile ilişkisi, coğrafi işaretli tarhanalar, tarhana temalı festivaller araştırılarak mevcut durum ortaya konulmuştur.

Doküman incelemesi Web of Science (WoS), Scopus ve Google Scholar veritabanlarında gerçekleştirilmiştir. WoS, içeriğin güvenilir sağlayan yüksek kaliteli dergileri seçici olarak dizinlemesiyle bilinir. Bununla birlikte, seçici yapısı bazı değerli araştırmaları gözden kaçırabileceği anlamına gelir (Mongeon & Paul-Hus, 2015). Scopus, WoS’tan daha geniş bir veritabanına sahip olup WoS’ta indekslenmeyen birçok dergi dâhil olmak üzere konferans bildirilerini ve basılı makaleleri de içerdiğinden araştırmacılar için kapsamlı bir kaynaktır. Bununla birlikte, WoS’a benzer şekilde ilgili tüm literatürü kapsamayabilir (Pranckutė, 2021).

ÜLKELERİN GASTRODİPLOMASİ KONUSUNDA YÜRÜTTÜKLERİ FAALİYETLER



Google Scholar ise, WoS veya Scopus'ta yer almayan tezler, kitaplar ve gri literatür dâhil olmak üzere çok çeşitli akademik içeriği indeksleyerek geniş bir kapsam sunar (Baker ve ark., 2020). Bu nedenle konuyla ilgili olarak herhangi bir çalışmanın gözden kaçmaması için her üç veritabanında taramalar, Nisan-Ekim 2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Kültür ve Gıda Çeşitliliğinin Gastrodiplomasideki Yeri, Türk Kültüründe Tarhana ve Tarhana Çeşitleri

Gastronomik öğeler toplumsal değerlerin birer yansımasıdır (Gündüz, 2024). Birçok kültürde yemeğin başlangıcı olarak kabul edilen çorbalar, farklı coğrafyalarda farklı malzemelerle ve pişirme teknikleriyle karşımıza çıkmaktadır. Bir kâse çorba, adeta ait olduğu coğrafyanın aynası gibi olup coğrafyanın özellikleri bu yiyecekten açıkça okunur. Örneğin deniz ürünlerinin bol olduğu ülkelerde deniz ürünlerinden yapılan çorbalar, makarna ile özdeşleşmiş İtalya'da makarna çeşitlerinden yapılan çorbalar, soğuk ülkelerde kalori değeri yüksek kremadan yapılan çorbalar ait oldukları coğrafyanın özelliklerini yansıtır (Gümü, 2011). Türk mutfağının kültürel temsilcisi çorbalar, bölgelerin zengin mutfak mirasını yansıtmakta ve günlük yemeklerin temelini oluşturmaktadır (Kaya ve ark. 1999). Yabancı

turistlerin Türk mutfağına ilişkin algısının, kelime ilişkilendirme testleri aracılığıyla ortaya konulduğu çalışmalar, Türk çorbalarının uluslararası alanda popüler olduğunu göstermektedir (Yiğit & Perçin, 2021).

Geniş yelpazedeki yemek çeşitliliği kültür ve mutfak zenginliğini ifade etmenin önemli bir yoludur (Grandi, 2023). Bir yiyeceği çeşitli şekillerde sunmak farklı damak tatlarına ve beslenme tercihlerine hitap etme kabiliyetini ve kapsayıcılığı artırır. Kapsayıcılık ise kültürel çeşitlilikle donanmış küreselleşmiş bir dünyada kabul görülebilme açısından çok önemlidir. Örneğin, Güney Kore, Kimchi Diplomasinde vejetaryen seçenekler veya füzyon yemekler gibi araçlar kullanarak çok çeşitli kültürlerin kitleleriyle daha derin bir bağ kurmayı hedeflemektedir (Nihayati ve ark., 20229). Tayvan'ın gastrodiplomasi yoluyla bubble tea'yi tanıtması bu stratejiye güzel bir örnektir. Yemek çeşitliliği ulusların kültürel zenginliklerini daha etkili bir şekilde aktarmalarına olanak tanıyan bir hikâye anlatma aracı olarak da hizmet etmektedir (Putri, 2023). Türkler tarafından Anadolu'ya taşınan, yüzlerce yıllık tarihe sahip bir lezzet olan tarhana hasatın bol olduğu aylarda mevsim sebzeleri, yoğurt, tahıllar ve yöreye özgü baharatların harmanlanarak eşsiz bir hamura dönüştürülmesi, bu hamurun ise uzun süre saklanması için kurutulması ile yapılır. Çok çeşitli malzemelerle yapılabilen tarhana, çoğunlukla çorba olarak tüketilse de çok farklı şekillerde de kullanılabilir. Bu yönüyle tarhana

bir çorba çeşidinden ziyade aynı zamanda bir tekniktir. Tarhana, Anadolu için yalnızca yemek değil, aynı zamanda gelenek ve dayanışmanın da simgesidir. Geleneksel olarak ailelerin ve komşuların bir araya gelerek hazırladığı bu lezzet, sohbet etmek ve dayanışmak için bir fırsat sunar.

Türk Standartları Enstitüsü tarhanayı “buğday unu, kırmısı, irmik veya bunların karışımı ile yoğurt, biber, tuz, soğan, domates ile tat ve koku verici, sağlığa zarsız bitkisel maddelerin karıştırılıp yoğrulduktan ve fermente edildikten sonra kurutulması, öğütülmesi ve elenmesiyle elde edilen bir besin maddesi” şeklinde tanımlamaktadır. Tarhana ile ilgili özelliklerin belirtildiği TSE 2282 nolu standartta ürün, kullanılan kıvam vericiye göre un, göce, irmik tarhanası ve karışık tarhana olarak dört sınıfta tarif edilmişse de tarhananın içeriği ve yapılış biçimi yöreden yöreye değişmektedir (Yönel ve ark., 2018). Besin değeri ve lezzeti kullanılan malzemeler ve yapılış biçiminden etkilenen onlarca çeşit tarhana adeta coğrafya ve kültürle yoğurulmaktadır. Gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda bulguların tarhana çeşitleri ve içerikleri yazarlar tarafından hazırlanan tabloda sunulmuştur.

Gıdaların Çok Yönlü Kullanımının Gastrodiplomasideki Yeri ve Tarhana Kullanılarak Yapılan Reçeteler

Bir gıdanın birden fazla yemekte bileşen olarak kullanılabilmesi, farklı mutfak geleneklerine daha fazla uyarlanabilirlik sağlar. Bu uyarlanabilirlik küreselleşmiş dünyada çok önemlidir. Örneğin, Hint mutfağında sıklıkla kullanılan baharatlar ve süt ürünleri, geniş bir kitleye hitap edebilecek benzersiz lezzet profilleri oluşturularak Hint yemeklerinin bu denli geniş coğrafyada popüleritesini artırmıştır (Jain ve ark., 2015). Ülkeler bu tür çok yönlü malzemeler sayesinde farklı damak tatlarına hitap ederek ülkenin kültürüne ilginin artması yoluyla gastrodiplomaside avantaj elde edebilir (Koytak, 2024). Örneğin, baharat bakımından zengin Endonezya, bu malzemeleri geleneksel yemeklerden modern yemeklere kadar çeşitli şekillerde kullanarak ülkenin kültürel tarihini ve çeşitliliğini anlatmaktadır. Ayrıca, çok yönlü malzemelerin kullanılabilmesi, ülke mutfağının turizm bağlamında da cazibesini artırmaktadır. Gastronomi turizmine olan ilgi artıkça aynı malzemeleri kullanarak zengin çeşitlilikte yemekler sunan destinasyonlar daha geniş kitleleri destinasyona çekebilmektedir (Eldean ve Mostafa, 2020).

Tarhana kullanılarak yapılan yemek reçetelerine ulaşmak için içerik analizi yöntemi kullanılmış olup bu yöntemin seçilmesindeki neden mesajlar içeren her tür verinin belirli bir amaca yönelik olarak incelenmesi, sınıflandırılması, özetlenmesi ve elde edilen bulguların araştırmanın hedeflerine göre analiz edilerek yorumlanmasına olanak sağlamasıdır (Şahin, 2008). İçerik analizinin gerçekleştirilmesinde Google arama motoru kullanılmış, aracın arama kısmına tarhana ve tarif anahtar kelimeleri yazılarak tarama yapılmıştır. Araştırmada, Google arama motoru istatistiklere göre diğer arama motorlarına oranla yüzde 85 gibi yüksek oranda (Novasta Bilişim, 2024) kullanıma sahip olduğu için tercih edilmiştir. Arama motoru sonuç sayfaları arasında ilk sayfada olan ve kullanıcı sayısı fazla olan “Nefis Yemek Tarifleri”, “Kısık Ateş”, “Yemek.Com” internet siteleri ile Youtube platformu kaynak olarak kullanılmıştır. İnternet tabanlı taramalar 10-16 Haziran 2024 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Taramalar sonucunda 60’ın üzerinde reçeteye ulaşılmıştır. Reçeteler farklı isimle de olsa birbirini tekrarlamaya başladığında analiz sona erdirilmiştir. Çorba dışında da tarhananın kullanılabilirliği onlarca lezzetin olması çorba tüketim kültürünün olmadığı coğrafyalarda bile bu lezzetin tanıtılabileceğini ve tarhananın kabul görülebileceğini göstermektedir. Yapılan tarama sonucunda ulaşılan tarifler çorbalar, paneli tatlar, köfteler, hamur işleri ve diğer lezzetler olarak yazarlar tarafından oluşturularak sunulmuştur.

Tablo 1. Türkiye'de Yaygın Olarak Tüketilen Tarhana Çeşitleri

Tarhana Çeşidi	Özelliği
Ak Tarhana	Kütahya yöresinde yapılan ak tarhanada malzeme olarak, un, maya, yoğurt kırmızıbiber, nane, tuz, acı biber ve domates kullanılır.
Beyşehir Tarhanası	Süzme yoğurttan yapıp bakır kazanda ısıtılan ayrına göce ve tereyağı ilave edilir. Karışımın bezeler alınarak bezeler hasırların üzerinde 2-3 gün kurutulur. Daha çok Beyşehir yöresinde tüketilir.
Ege Tarhanası	Domates, biber, soğan ve çeşitli otların kaynatılmasıyla hazırlanan sebze karışımı soğutulup yoğurt ve buğday unu ile karıştırılarak mayalanmaya bırakılır. Mayalandıktan sonra küçük parçalara ayrılan hamur güneşte kurutulur, ardından elek yardımıyla inceltir ve tekrar kurutularak saklanır.
Et Tarhanası	Karaman yöresinde yaygın şekilde tüketilmektedir. Hamuruna, kıyma, ince bulgur, haşlanmış patates, baharatlar, salça ve tuz eklenerek hazırlanır.
Gediz Tarhanası	Kırmızıbiber, soğan, yoğurt, nane, tuz, un ve daha önce yapılmış olan tarhana ekşi maya olarak eklenip hamur haline getirilir. Bu hamur yaklaşık yirmi gün mayalanmaya bırakılır. Bu süre içinde tarhana ekşiyip tatlanır. Mayalanan hamur bezelerin üzerine dökülür ve kurumaya bırakılır. İnce toz haline gelmiş tarhanalar bezelere serilerek iyice kurutulur.
Göce Tarhanası	Göce tarhanasının üretiminde çiğ veya pişmiş buğday yarması ile süzme yoğurt kullanılır. Ankara, Aydın, Maraş yörelerinde yaygındır.
Göçmen Tarhanası	Marmara bölgesinde sıkça yapılan Göçmen tarhanası, buğday unu, yoğurt, lor peyniri, domates, salça, yeşilbiber, yumurta, tuz, ekme mayası ve çeşitli baharatlar içermektedir. Hamur yaklaşık 2 hafta fermantasyona bırakılmaktadır.
Hamur Tarhanası	Büyük bir kazanın içindeki suya çörekotu, nane, çörtlük, ayva, kırmızıbiber katılır ve kaynatılır. Hazırlanan karışım süzıldıktan sonra tuz ve buğday unu ilave edilerek pişirilir.
Kıymalı Tarhana	Trakya yöresinde bilinen kıymalı tarhana yapımı için salçalık kırmızıbiber, domates, kuru soğan, süt, kıyma, tuz, peynir, yoğurt, yaş ekme mayası, bir miktar bir önceki yıl yapılan tarhana ve un kullanılır. Süt ve kıyma birlikte pişirilip karışıma eklenir. Tarhana hamuru günde 3-4 kez yoğrularak mayalanmaya bırakılır, mayalandıktan sonra kurutulur, toz haline getirilir ve tekrar kurutularak saklanır.
Kastamonu Yaş Tarhana	Kastamonu, Eskişehir ve Çankırı'nın bazı bölgelerinde yapılan bu tarhananın hamurunda yeşil biber, soğan, dereotu tohumu, salatalık, ayva, un, yoğurt, tuz kullanılır. 3-4 gün fermantasyona bırakılan bu hamura bütün olarak eklenen besinler ayrılır ve sonrasında çeşitli sebze ve baharatlar hamura ilave edildikten sonra tekrar fermente edilir.
Kızılık Tarhanası	Kızılık ile karıştırılmış buğday unu veya arpa göcesinden üretilen bir üründür. Kastamonu'nun yanı sıra Kütahya, Bolu, Bursa ve Zonguldak illerinde üretilmektedir.
Maraş Tarhanası	Buğday yarması kaynar suyla karıştırılarak pişirilir. Soğuduktan sonra yoğurt, kekik ve çörekotu eklenir. Elde edilen karışım yaklaşık 12 saat mayalanmaya bırakılır ve ardından "cığ" adı verilen sazlık çubuklarla dokunmuş hasır türü sergilere serilerek kurutulur. Tarhana yaş halde, yarı kurumuş (firik) halde, çerez şeklinde, et veya kelle suyuna bandırılıp kızartılarak, soğanla kavrulularak, sıcak sac üzerinde pişirilerek tüketilebilir.
Pancarlı Tarhana	Ak tarhana hamuru içine doğranmış pancar eklenir ve pişirilir. Kastamonu'nun İnebolu ilçesinde yapılmaktadır.

Tablo 1 (devamı). Türkiye’de Yaygın Olarak Tüketilen Tarhana Çeşitleri

Tarhana Çeşidi	Özelliği
Top Tarhana	Isparta yöresinde yapılan top tarhana dövülmüş buğday, dereotu ve tuzun kaynatılmasıyla yapılır. Soğuyan karışım yoğurt, nane, maydanoz ile yoğurulur ve yumurta büyüklüğünde parçalar halinde bir bezin üzerine dökülerek kurutulur.
Trakya Tarhanası	Edirne’de tarhana yapımında yoğurt, kırmızıbiber, soğan, un, ekşi hamur ve bazen domates ile salça kullanılırken, Kırklareli’nde bu malzemelere çeşitli baharatlar, et suyu, tereyağı ve peynir de eklenebilir. Kırmızıbiberin yoğun olarak kullanılması nedeniyle tarhananın rengi oldukça kırmızı olmaktadır.
Sivas Tarhanası	Domates, yeşilbiber, kırmızı salçalık biber, soğan maydanoz, doğranıp inceltir. Karışıma yoğurt ve istenilen baharatlar eklenip karıştırılır. Hamurda haşlanmış nohut, yağ ve maya da kullanılabilir. Bunun dışında elma, armut, ayva ve havuç gibi meyve ve sebzeler bileşime eklenebilir. Hamur, 3-4 gün fermantasyona bırakılır. Fermantasyon süresi sonunda hamur küçük parçalara ayrılır ve kurutulur.
Süt Tarhanası	Çanakkale Gelibolu’da yapılmaktadır. Süt, tuz ve karabiber birlikte kaynatılır. Sıcak bir şekilde yarmanın üstüne dökülür çekene kadar karıştırılır. Daha sonra fırında kızartılır. Temiz bir beze alınır. Soğuyunca inceltir ve kurutulur.
Şalgamlı Tarhana	Maraş Tarhanasının hamuruna haşlanmış şalgam ve nohut ilave edilerek yapılır.
Tatlı Tarhana	Üzüm şirasına düğür, gendime veya döğme ufağı eklenir. Tazesi üzerine tuzsuz tereyağı ve dövülmüş ceviz serpilerek servis edilir. Kurutulmuşu ise kışın sıcak suyla yumuşatılarak tüketilir.
Üzüm Tarhanası	Üzüm şirasına ince buğday kırması ve pekmez toprağı ilave edilip kaynatılması ve kurutulmasıyla yapılan lokum benzeri bir üründür.

Kaynak: (Coşkun, 2014; Çekal ve Aslan, 2017; Yönel ve ark., 2018)

Tarhanadan yapılan çeşitli lezzetlere örnekler, sırasıyla tarhanalı pirinç köftesi, tarhanalı sıkıcık köftesi ve tarhanalı kraker (Nefis Yemek Tarifleri, 2024).

Endüstriyel Gıdaların Gastrodiplomasideki Yeri ve Endüstriyel Ürün Olarak Tarhana

Gıda maddeleri endüstriyel ölçekte üretildiğinde, tat, kalite ve sunumda tutarlılığı garanti eden süreçlerden geçerler. Bu standardizasyon, ülkelerin mutfak ürünlerini uluslararası kitleler açısından uygun ve çekici hale getirir. Örneğin, İtalyan makarnalarının veya Fransız peynirinin seri üretimi, bu ürünleri dünya çapındaki tüketiciler açısından ulaşılabilir ve popüler hale getirmiştir (Luša ve Jakešević, 2017). Endonezya’nın Indomie isimli hazır eriştelere, Endonezya kültürünü küresel olarak tanıtmak için gastrodiplomasi aracı olarak kullanılması bu bakış açısını desteklemektedir (Fathun, 2023). Gıda ürünlerinin endüstrileşmesi kültür alışverişi dışında dış ticaret yoluyla da ülkelere ekonomik katkılar sağlar. Örneğin, Meksika salsaları veya Tay sosları gibi işlenmiş gıdaların ihracatı, ülkelerin mutfak geleneklerini yeni pazarlara tanıtırken (Low, 2020), gıda ticaretiyle kurulan ekonomik bağlar, ülkeler arasında olumlu ilişkiler oluşturur (Luša & Jakešević, 2017).

Tarhana uzun yıllar boyunca evlerde yapılıp hane halkı tarafından tüketilen bir ürün olarak kalsa da son yıllarda nüfus artışı ve hızlı şehirleşme gibi faktörler nedeniyle ürünün pazar payı artmış; ürün, ticari önem kazanmış ve endüstriyel boyutta üretim hız kazanmıştır. Günümüzde farklı büyüklük ve fonksiyondaki gıda işletmeleri tarafından hazır çorba olarak üretilen ve pazarlanan tarhana, gelecekte önemli bir endüstriyel ürün haline gelme potansiyeline sahiptir (Akbaş & Coşkun, 2006). Endüstriyel ürün haline gelmesiyle daha geniş kitleler tarafından tüketilecek bu yiyecek, Türk Mutfak kültürünün uluslararası arenada tanınmasını sağlayacak diplomatik bir araç olacaktır.

Sağlıklı Beslenmenin Gastrodiplomasideki Yeri ve Fonksiyonel Gıda Olarak Tarhana

Diplomatik kanallar aracılığıyla sağlığın teşvik edilmesi konusundaki tüm iş birlikleri küresel sağlık diplomasisinin konusudur (Chattu ve ark., 2021). Gıda ortamlarına ilişkin hükümet politikalarının ne ölçüde uygulandığının kıyaslanması, obezitenin ve diğer bulaşıcı olmayan hastalıkların azaltılması için hükümetlerin daha fazla harekete geçmesini sağlamaktadır (Vandevijvere & Swinburn, 2015). Örneğin sağlıklı

Tablo 2. Tarhana Kullanılarak Yapılan Reçeteler

Tarhanadan Yapılan Çorbalar	Tarhanadan Yapılan Paneli Lezzetler	Tarhanadan Yapılan Köfte Çeşitleri	Tarhanalı Hamur İşleri	Diğer Lezzetler
Sade tarhana çorbası	Tarhana harçlı çıtır tavuk	Tarhanalı köfte	Ekşi maya tarhana ekmeği	Tarhanalı Mücver
Naneli tarhana çorbası	Tarhanalı Arnavut ciğeri	Tarhanalı sebzeli köfte	Tarhanalı poğaç	Tarhanalı falafel
Domatesli tarhana çorbası	Tarhanalı çıtır bamy	Tarhanalı Patatesli Köfte	Tarhanalı kurabiye	Tarhanalı mantı
Sütlü tarhana çorbası	Tarhanalı mantar pane	Tarhanalı terbiyeli köfte	Tarhanalı kraker	Tarhanalı humus
Yoğurtlu tarhana çorbası		Tarhanalı sulu köfte	Tarhanalı börek	Tarhanalı börülce salatası
Sebzeli tarhana çorbası		Tarhanalı mercimek köftesi	Tarhanalı pide	Tarhanalı pilav
Kıymalı tarhana çorbası		Tarhanalı pirinç köftesi	Tarhanalı kiş	Tarhanalı kısır
Mercimekli tarhana çorbası		Tarhanalı bulgur köftesi	Tarhana pişisi	Tarhanalı makarna
Şehriyeli tarhana çorbası		Tarhanalı sıklık köftesi	Tarhanalı muffin	Tarhanalı erişte
Kesme erişteli tarhana çorbası			Tarhanalı çörek	Tarhanalı pizza
Tarhanalı düğün çorbası			Tarhanalı pankek	Tarhanalı omlot
Nohutlu tarhana çorbası			Tarhana semseği	Tarhanalı yumurta
Közlenmiş biberli tarhana çorbası				
Tarhanalı yeşil mercimek çorbası				



gıda ortamı politikası endeksi (Food-EPI), hükümetlerin sağlıklı gıda ortamları yaratmaya yönelik politika uygulama düzeyini değerlendirmek için geliştirilmiştir (Asiki ve ark., 2020). Yemek kültüründe taze malzemeler, doğal otlar ve baharatlar kullanmak ve sağlıklı pişirme tekniklerini benimsemek sağlığa önem veren hedef kitlenin ülke gastronomisini deneyimlemesi konusunda çekim yaratır (Oliveria ve ark., 2022). Ülkelerin gastrodiplomasi kampanyalarında, yiyeceklerin sağlıklı, doğal ve çevreci olduğuna dair yapılan vurgular, ülke imajı açısından olumlu etkiler yaratmaktadır (Zhang, 2015). Örneğin Güney Kore, taze malzemeler kullanılarak yapılan ve dengeli beslenmeye katkı sağlayan yemeklerini gastrodiplomasi unsuru olarak aktif bir şekilde kullanmaktadır (Herningtyas, 2019).

Türk mutfağında menü planlama aşamasında genellikle başlangıç olarak konumlandırılan çorbalar, midenin öğüne hazırlanmasında, iştah kontrolünde dolayısıyla fazla kalori alımının önlenmesinde önemli rol oynar. (Özbey & Köşker, 2021). Fermente bir Türk tahıl gıdası olan tarhana, özellikle bebekler ve küçük çocuklar için besleyici bir çorbadır (Kaya ve ark., 1999). Fonksiyonel gıda kavramı, gıdanın sağlık açısından özel işlevleri ve faydaları olduğunu vurgulamaktadır. Fonksiyonel gıdalar içerdiği antioksidanlar, probiyotikler, omega-3 yağ asitleri gibi bileşenlerle sağlığı

destekleyerek sindirimi iyileştirme, bağırsıklığı artırma, kalp sağlığını destekleme gibi roller üstlenirler (Doyon ve Labrecque, 2008). Fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilen tarhana fermente ürün olup içeriğinde bulunan laktik asit bakterileri ve maya türleri nedeniyle zengin mikrofloraya sahiptir (Şentürk ve ark., 2019). Araştırmalar, tarhananın içeriğindeki probiyotiklerin sindirim sistemi sağlığını desteklediğini ve bağırsıklık sistemini güçlendirebileceğini göstermektedir (Gök & Ulu, 2019). Tarhana içeriğindeki kanser türleriyle savaşan ve kalp hastalıklarına karşı koruyucu olan fitokimyasallar ile sağlık üzerinde olumlu etkilere sahiptir. (Giménez-Bastida & Zieliński, 2015).

Yapılan literatür taraması sonucunda tarhana hamurunun zenginleştirilmesi yöntemiyle son üründe daha faydalı ürün elde etme denemelerinin yaygınlaştığı görülmüştür. Bu çalışmalara örnek olarak: Tarhana hamurunda bal kabağı ve nar kabağı (Felek, 2019); Yulaf, kinoa, lupin, buğday ruşeymi, nohut, fasulye, mısır, pirinç, karabuğday, kestane, badem unları ile patates nişastası (Dadalı & Elmacı, 2021); Domates çekirdeği, domates posası, biber çekirdeği, biber posası gibi salça üretim atıkları (Işık, 2013); Mercimek unu (Göncü, 2020); Balık unu (Erdem, 2008); Orman meyveleri (İstek ve ark., 2021); Kefir (Erinç & Çiftçi, 2018); Keçiyoynuzu unu (Erol, 2010); Havuç lifi ve şeker pan-

carı (Ünlü, 2017); Bayat ekmek (Gül, 2010) kullanımı ile yapılan çalışmalara rastlanmıştır. Yapılan literatür taraması, çok farklı kombinasyonlarla yapılabilen tarhananın bir yiyecek çeşidinden öte tıpkı dolma, müver gibi bir teknik olduğunu, sağlık yönünün kolaylıkla iyileştirilebildiğini ortaya koymaktadır.

Coğrafi İşaret Unsurunun Gastrodiplomasideki Yeri ve Coğrafi İşaretli Tarhana Çeşitleri

Ülkeler, belirli bölgelere özgü ürünleri koruyarak ve pazarlayarak, mutfak geleneklerini uluslararası alanda kültür hikayesi aracı olarak kullanabilirler (Yang, 2023). Araştırmalar, coğrafi işaretli ürünlerin varlığının destinasyon seçimini etkileyen önemli faktörler olduğunu göstermektedir (Çekiç ve ark., 2023). Coğrafi işaretli ürünler benzersiz özellikleri ve kültürel önemleri nedeniyle uluslararası pazarlarda genellikle yüksek fiyatlarla talep edilmektedir (Kuri & Ananya, 2020). Örneğin, İtalya'nın Parmesan veya Fransa'nın Rokfor peyniri gibi ürünleri destinasyonlara ilişkin bilinirlik oluşturarak imaj gelişimini desteklemekte, ürünlere olan ilgiyi artırarak yerel üreticiye katkı sağlamaktadır (Li, 2024). Coğrafi işaretlerin kullanımı ülkeler arasındaki ticari ilişkilerde ve uluslararası pazarlarda da önemli bir rol oynamaktadır. Bir ürünün tanımlı bir coğrafi bölgeye ait olduğunu ve o bölgenin özelliklerini taşıdığını gösteren coğrafi işaretler, uluslararası ticarette ürünlerin kökenini ve kalitesini garanti altına alır. Bu durum, ülkeler arasındaki ticarete güvenilirliği artırır (Doğan, 2015). Güney Kore'nin Boseong yeşil çayının turizm hareketliliğini artırdığı, bölgesel ekonomiyi canlandırdığı da Suh ve Macpherson tarafından (2007) gerçekleştirilen çalışmada ortaya konulmuştur. Ülkeler coğrafi işaretlerini tanıttıkça, uluslararası konumlarını daha da güçlendiren ekonomik ortaklıklar ve ticaret

anlaşmalara da imza atarlar (Moschini ve ark., 2008). Ayrıca, sürdürülebilirlik ve etik tüketime yönelik artan küresel ilgi, coğrafi işaretlerin gastrodiplomasideki rolünü güçlendirmektedir. Çünkü birçok coğrafi işaret, çevresel sürdürülebilirliğe ve yerel toplumun refahına öncelik veren geleneksel tarım uygulamalarıyla ilişkilidir (Rosa ve ark., 2023).

Çalışma kapsamında yapılan araştırmalar sonucunda coğrafi işaretli tarhana çeşitlerinin oldukça fazla sayıda olduğu görülmüştür.

Festivallerin Gastrodiplomasideki Yeri ve Türkiye'de Düzenlenen Tarhana Konulu Festivaller

Ülkeler, yemek festivallerine ev sahipliği yaparak mutfak kültürlerini tanıtabilir, uluslararası ziyaretçilerle etkileşime geçebilir, diğer ülkelerle kültürel bağları güçlendirebilir. İsmail ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmada (2022) festivallerin uluslararası alanda tanıtım ve imajı güçlendirmek için faydalı araçlar olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, Chapple-Sokol (2013) ve Egge-ling (2017) tarafından yapılan çalışmalar da festivallerinin kültürel diplomasi ve uluslararası katılım için nasıl güçlü araçlar olarak hizmet edebileceğini göstermiştir. Yapılan internet tabanlı yapılan araştırmalarda Antalya (Korkuteli), Burdur, Denizli (Beyazağaç, Dordurga), Muğla (Bodrum, Menteşe), Kahramanmaraş, Konya (Beyşehir), Kütahya, Tekirdağ (Ergene) ve İzmir (Urlada) tarhana özneli festival ve şenlikler yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Türk Patent Enstitüsü Coğrafi İşaretli Ürünler Veri Tabanına Göre Hazırlanan Tescilli ve Başvuru Aşamasındaki Tarhana Çeşitleri (tescil ve başvuru tarihine göre)

Coğrafi İşaret Tescilli Almış Tarhana Çeşitleri	Coğrafi İşaret Başvuru Aşamasındaki Tarhana Çeşitleri
Maraş Tarhanası	Ermenek Et Tarhanası
Uşak Tarhanası	Ermenek Kuru Tarhanası
Kızılıcık Tarhanası (Bolu)	Konya Tarhanası
Göce Tarhanası (Muğla)	Tokat Üzüm Tarhanası
Kızılıcık Tarhanası (Kütahya)	Tokat Tarhanası
Şirin Tarhanası (Gaziantep)	Diyarbakır Tarhanası
Gediz Tarhanası	Bucak Tarhanası
Malatya Tarhanası	
Amasya Sıkma Tarhanası	
Cide Tarhanası	
Fethiye Tarhanası	

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkelerin gastronomik değerleri aracılığıyla diğer ülkelerle etkileşim kurması olarak bilinen gastrodiplomasi, ülke imajının olumlu hale gelmesi açısından önemli bir araçtır. Gastronomik öğeler, bir ülkenin tarihi, geleneği ve sosyal değerlerinin yansımaları olarak hizmet eder. Özellikle tarhana gibi geleneksel yiyecekler ülkenin tarımsal uygulamalarını, kültürel değerlerini ve bölgesel çeşitliliğini yansıtmaya becerisiyle Türk Kültürünün birer simgesidir. Ancak tarhana yapım geleneğinin korunması ve sürdürülmesi konusunda daha fazla çalışma yapılmalıdır.

Çok çeşitli mutfak bağlamlarına dâhil edilebilen gıdalar sadece gastronomik deneyimi geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda kültürler arası etkileşimleri kolaylaştıran, turizmi canlandıran, ekonomilere katkı sağlayan ve diplomatik ilişkileri teşvik eden kültürel elçiler olarak da hizmet eder. Üretildikleri coğrafyayı yansıtan onlarca çeşit tarhana, çorbalar dışında da çok çeşitli reçetede kullanılabilmektedir. Bu durum çorba tüketiminin sınırlı olduğu coğrafyalarda da ürünün kabul görebilmesi adına avantaj yaratmaktadır. Ancak tarhananın Türk mutfağında bile çoğunlukla çorba yapım amacıyla kullanılıyor olması bu konuda bilinç yaratılması gerektiğini göstermektedir.

Gıdanın endüstrileşmesi ürünleri standartlaştırarak, ticareti kolaylaştırarak bir ulusun gıda yoluyla kültürel diplomasiye katılma yeteneğini artırır. Son yıllarda tarhananın endüstrileşmesi ürünün uluslararası standartlarda üretilebilmesi ve pazarlanabilmesi adına yeni bir fırsat yaratmaktadır. Ayrıca endüstriyel üretimin tanıdığı seri üretim avantajıyla daha büyük miktarlarda üretilip daha geniş pazarlara ulaşacak tarhana, bu yolla yerel tarım üreticilerine de katkılar sağlayacaktır. Bu noktada mevcut standartların güncellenmesi ve kalite denetim mekanizmalarının iyileştirilmesi gerekmektedir.

Ülkeler, mutfak geleneklerinin sağlığa olan faydalarını kültürel diplomasi unsuru olarak kullanabilir. Zengin vitamin, mineral ve probiyotik içeriğiyle tarhana, sağlığa faydalı fonksiyonel gıdalar arasında yer almaktadır. Ayrıca tarhananın yapılış biçimi içeriğinin zenginleştirilebilmesi açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Nitekim son yıllarda tarhana içeriğinin zenginleştirilmesine yönelik gerçekleştirilen bilimsel çalışma sayısında önemli bir artış söz konusudur. Ancak yeni geliştirilen tarhana çeşitlerinin de ticarileşmesi konusunda daha fazla çaba harcanmalıdır.

Ülkeler, coğrafi işaretlerinin benzersiz niteliklerinden yararlanarak küresel imajlarını geliştirebilirler. Türk Patent Enstitüsü bazında yapılan araştırmalar, çok sayıda coğrafi işaretli tarhana olduğunu, birden

fazla tarhana çeşidi için de coğrafi işaret başvurusu yapıldığını ortaya konulmuştur. Coğrafi işaretli tarhanaların uluslararası alanda da geçerliliğinin sağlanması için Avrupa Birliği İşareti başvurusu yapılması ve coğrafi işaretli tarhanaların ticarileşmesi için gerekli faaliyetlerin yürütülmesi önemli görülmektedir.

Yerel yemekleri ve pişirme tekniklerini ön plana çıkaran festivaller, katılımcılarla duygusal bağlar kurarak mekâna bağlılığı ve sadakati artırır. Ülkeler bu etkinlikleri stratejik olarak pazarlayarak yerel gastronomiyi keşfetmeye hevesli turistleri çekebilir. Tarhana festivallerinin etkin tanıtımı, bu festivallere sürdürülebilirlik ve gıda güvenliği gibi güncel temaların dâhil edilmesi durumunda gastrodiplomasi alanında avantaj sağlanacaktır.

Bu bağlamda Türk mutfağının önemli bir unsuru olan tarhananın gastronomi diplomasi unsuru olarak daha etkin kullanılması için paydaşlar bazında aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur. Öneriler, literatür taramasında elde edilen bulgular geniş çerçevede yorumlanarak geliştirilmiştir:

Politika Yapıcılar Açısından Öneriler

- Tarhana, Türkiye'nin gastronomi diplomasisi stratejilerine entegre edilmelidir. Tarhanayı tanıtmak ve pazarlamak için bir ulusal komisyon kurulmalıdır.
- Diplomatik etkinliklerde tarhana, Türk Çorbası olarak tanıtılmalı ve uluslararası yemeklerde sunumu konusunda pozitif ayrımcılık yapılmalıdır.
- Tarhana, diplomatik hediye olarak sunulmalıdır. Sunumu esnasında hikâyesine ve yapılış biçimine yer verilmelidir.
- Gezici Türk Kahvesi araçları gibi yöntemlerle tarhananın uluslararası alanda tanıtımı sağlanmalıdır.
- Tarhana yapım geleneğinin Unesco somut olmayan kültürel miras listesinde yer almasına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Tarhananın tarihi, tarhana geleneği, tarhana çeşitleri, tarhanadan yapılan lezzetler, tarhana konusunda uygulanan politikalar gibi konuların tanıtıldığı gov.tr uzantılı bir internet sitesi oluşturulmalıdır.
- Uluslararası alanda da tarhana konulu festivaller ve kültürel etkinlikler düzenlenmelidir.
- Tarhana üreticilerine eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlayarak ürünün kalite standartları geliştirilmelidir. Ayrıca ürünle ilgili güncel standartların tanımlanması sağlanmalıdır.

- Tarhananın gastrodiplomasi ögesi olarak kullanımı konusunda gastronomi uzmanları için eğitim programları düzenlenmelidir.
- Tarhananın sağlık açısından yararları uluslararası pazarlarda daha fazla vurgulanmalıdır. Sağlığa faydalı tarhananın yapılış biçimi, tarhanadan yapılabilecek lezzetler ile ilgili tanıtım ve eğitim faaliyetleri artırılmalıdır.
- Tarhana “okul gıdası” olarak konumlandırılmalıdır.
- Tarhana ürünlerinin ihracatını destekleyici politikalar oluşturulmalıdır. Helal ve Kosher belgeli tarhanaların üretimi teşvik edilmelidir.
- Tarhananın, coğrafi işaretleme ve tescil gibi yöntemlerle korunma çalışmaları artırılmalı, ayrıca coğrafi işaret alan tarhana çeşitleri için etkin denetleme politikalar geliştirilmeli ve Avrupa Birliği işareti alınması gibi çalışmalar yürütülmelidir.
- Tarhana konusunda yapılacak araştırma ve geliştirme çalışmalarına finansal destek sağlanmalıdır.

Yerel Yönetimler Açısından Öneriler

- Tarhana üretiminin yoğun olduğu destinasyonlarda tarhana konulu müzeler açılmalı, müzelerde tarhananın tarihi, tarhana kültürü, tarhana yapımında kullanılan ekipmanlar tanıtılmalıdır.
- Tarhana üretimi konusunda kooperatif ve birliklerin kurulması teşvik edilmelidir. Kooperatif ve birliklerin hammadde temininden satış aşamasına kadar bir bütün içinde çalışması sağlanarak tarhananın yerel üretim desenine pozitif katkı sağlayacak bir unsura dönüştürülmesinin önü açılmalıdır.
- Bardakta çorba gibi tarhana satışı yapan gezici girişimler desteklenmeli, bu konudaki girişimlere örnek olmak aracılığıyla belediyeler tarafından da işletmeler kurulmalıdır.

Gastronomi Profesyonelleri Açısından Öneriler

- Tarhana yapım atölyeleri düzenlenmeli, festivallerde de tarhana konulu yarışmalar ve workshoplar düzenlenmelidir.
- Tarhananın pizza tabanı, sos gibi kullanım alanlarının daha çok farkına varılmalı bu konularda standart reçeteler geliştirilmelidir.
- Uluslararası şefler ile iş birlikleri yapılarak tarhana içeren füzyon yemekler geliştirilmelidir.

Akademisyenler ve Üreticiler Açısından Öneriler

- Üniversitelerin ilgili bölümlerinde gastrodiplomasi derslerine yer verilmelidir.
- Tarhana çeşitliliği ve kullanım alanları üzerine yapılan yabancı dildeki çalışma sayısı artırılarak uluslararası literatürde tarhana farkındalığının oluşmasına katkı sağlanmalıdır.
- Sağlığa faydalı tarhana çeşitleri konusunda bilimsel çalışmalar artırılmalıdır. Glutensiz, vegan, düşük kalorili beslenme gibi trendlere uygun tarhana reçeteleri geliştirme konusunda daha fazla bilimsel çalışma yürütülmelidir.
- Başarılı sonuçlar elde edilen tarhana çeşitlerinin seri üretime de geçmesi için üniversite-senayi iş birliği komisyonları çalışmalar yapmalıdır.
- Endüstriyel tarhanalarda katkı maddesinin kullanılmaması, geleneksel tarhanalara en yakın içerik ve lezzetin yakalanması konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Hızlı tüketim için bardakta tarhana çorbası formülasyonları iyileştirilerek yaygınlaştırılmalıdır.

Bütüncül bakış açısıyla hazırlanan bu çalışmanın Türk Mutfağında öne çıkan ürünlerin gastrodiplomasi unsuru olarak kullanımı konusunda literatüre yeni bir bakış açısı kazandıracığı düşünülmektedir.

TARTIŞMA

Teorik Katkı

Çalışmayla geleneksel gıdaların uluslararası ilişkilerdeki rolü vurgulanmakta, gastrodiplomasi kavramına dair daha geniş bir çerçeve sunularak, akademik araştırmalara yeni bir perspektif kazandırılmaktadır. Çalışma kapsamında ülkeler tarafından yürütülen gastrodiplomasi faaliyetleri ayrıntılı bir şekilde ele alınarak elde edilen sonuçlar sistematik bir ortaya konulmuş, ülkelerin gastrodiplomasi alanında uyguladıkları stratejiler şemalaştırılarak okuyucuların konu hakkında bütünsel bilgi edinmesinin önü açılmıştır. Şemalaştırılan stratejiler tek bir ürüne uyarlanabilen ve uyarlanamayan olarak sınıflandırılarak gastrodiplomasi faaliyetlerinin çeşitli kümelere nasıl ayrılacağı konusunda da literatüre katkı sunulmuştur. Tek bir ürün özelinde uygulanabilen gastrodiplomasi faaliyetlerine yönelik iyi uygulama örnekleri ayrıntılı biçimde incelenerek bu konuda bütüncül konu aydınlatması yapılmıştır. Ayrıca çalışmayla bir ürünün gastrodiplomasi potansiyelinin nitel olarak değerlendirilmesine yönelik bilimsel bir sistem geliştirme noktasında da literatüre katkı sağlandığı düşünülmektedir.

Uygulamaya Katkı

Çalışma, tarhana gibi geleneksel bir ürünün, gastrodiplomasi aracı olarak nasıl kullanılabilceğine dair somut öneriler sunmaktadır. Politika yapıcılar ve yerel yönetimler için, tarhananın tanıtımı ve kullanımını bağlamında stratejik planlamalar yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Ayrıca, gastronomi profesyonellerine yönelik özel uygulama  nerileri ile tarhananın menülerde ve etkinliklerde nasıl daha fazla yer bulabileceği konusunda yollar gösterilmektedir. Böylece, Türk mutfak kültürünün uluslararası platformlarda daha görünür hale gelmesine katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalara  neriler

Araştırmanın zaman ve maliyet kısıtından dolayı yalnızca doküman analizi yöntemiyle yürütülmesi, yalnızca mevcut literatür ve belgelere dayanarak sonuçlar elde edilmesi araştırmanın önemli kısıtlılıklarındandır. Ayrıca tarhananın farklı coğrafyalarda nasıl algılandığına ve kullanıldığına dair kıyaslamaların yapılması, kültürel hassasiyetlere ilişkin verilerin elde edilememesi çalışmanın genel geçerliliğini sınırlayabilir. Gelecek çalışmalarda bu sınırlılıkların aşılması için çalışmaların kapsamlı saha araştırmaları ile desteklenmesi önerilmektedir. Tarhananın farklı kültürlerdeki algısının  l lmesi ve ekonomik bağlamda da ürünün uluslararası pazarlardaki konumunun anlaşılması nicel araştırmalar da yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, Ş., Coşkun, E. (2006). Tarhana Üretimi ve Özellikleri Üzerine bir Değerlendirme. *Türkiye 9. Gıda Kongresi*, 24-26 Mayıs 2006, Bolu.
- Akçay, E. (2023). Halkla İlişkilerin En Lezzetli Hali: "Gastro Halkla İlişkiler". *Aydın Gastronomy*, 8(1), 215-230.
- Aktaş, N., Cebirbay, M.A. ve Işık, N. (2009). Geleneksel Beyşehir Tarhanası. *II Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, Van.
- Alçay, A. Ü., Yalçın, S., Bostan, K., Dinçel, E. (2015). Orta Asya'dan Anadolu'ya Kurutulmuş Gıdalar. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (37), 83-93.
- Alptekin, Z. M. ve Bildik, B. (2019, Aralık). Türkiye'de gastrodiplomasi ve fırsatlar. *I. Uluslararası Malatya Gastronomi ve Kültür Kongresi Kitabı*, 5-13, Malatya.
- Altun, İ. (2015). Kahramanmaraş-Elbistan'da Geleneksel Olarak Yapılan Tarhana ve Tarhana Çorbası. *İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 45-49.
- Anonim, (2004). TS 2282 Tarhana Standardı. Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.
- Asiki, G., Wanjohi, M., Barnes, A., Bash, K., Muthuri, S., Amugsi, D. A., ... & Holdsworth, M. (2020). Benchmarking food environment policies for the prevention of diet-related non-communicable diseases in kenya: national expert panel's assessment and priority recommendations.
- Baker, H. K., Kumar, S., & Pandey, N. (2020). A bibliometric analysis of european financial management's first 25 years. *European Financial Management*, 26(5), 1224-1260.
- Baysal, A. (1993). Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları*, Yayın No:3, s.12-20.
- Biteunite. (2024, April 12). The History and Origins of Tom Yum Soup. Retrieved from <https://www.biteunite.com/blog/the-history-and-origins-of-tom-yum-soup>.
- Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary diplomacy: breaking bread to win hearts and minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(2), 161-183.
- Chávez-Mendoza, C. and Sánchez, E. (2017). Bioactive compounds from mexican varieties of the common bean (*phaseolus vulgaris*): implications for health. *Molecules*, 22(8), 1360.
- Chattu, V. K., Pooransingh, S., & Allahverdi-pour, H. (2021). Global health diplomacy at the intersection of trade and health in the covid-19 era. *Health Promotion Perspectives*, 11(1), 1.
- Coşkun, F. (2014), Tarhananın Tarihi ve Türkiye'de Tarhana Çeşitleri, *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(3).
- Çekal, N. ve Aslan, B. (2017). Gastronomik Bir Değer Olarak Tarhana ve Coğrafi İşaretlemede Tarhananın Yeri ve Önemi. *Pamukkale Üniversitesi Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 124-135.
- Çekiç, İ., Oğan, Y., & Bulut, Z. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1).
- Çetinkaya, A., Elmalı, M., Karadağoğlu, G., Yaman, H. (2005). Geleneksel lezzetler- Kars. Kremalı kurut. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 9 (20).
- Dadalı, C., Elmacı, Y. (2021). Wheat Flour Alternatives Used in Tarhana Production. *Turkish Journal of Agriculture- Food Science and Technology*, 9(9): 1631-1637.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *NWSA Academic Journals*, 10(2), 58-75.
- Doyon, M. and Labrecque, J. (2008). Functional foods: a conceptual definition. *British Food Journal*, 110(11).
- Eggeling, K. A. (2017). Cultural diplomacy in qatar: between 'virtual enlargement', national identity construction and elite legitimation. *International Journal of Cultural Policy*, 23(6), 717-731.
- Eldean, S. and Mostafa, R. (2020). Food tours in the context of multiculturalism of tourism destinations: the city of dubai as an example. *International Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(2), 320-343.
- Erdem, E. (2008). *Tarhana Üretiminde Balık Eti Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Eren, E. T., Düzenli, T., & Var, M. (2020). Environmental satisfaction levels of the elderly individuals in nursing home gardens. *Indoor and Built Environment*, 30(10), 1809-1826.
- Erinç, H., Çiftçi, S. (2017). Maraş Tarhanası Üretiminde Kefir Kullanımının Son Ürün Üzerine Etkileri. *The Journal Of Food*, 43 (1): 114-121.
- Erol, N., I. (2010). *Keçiboynuzlu Tarhana Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Farina, F. (2021). The politics of washoku: japan's gastro-nationalism and gastrodiplomacy. *Studi E Saggi*, 93-107.
- Felek, İ. (2019). *Bal Kabağı ve Zivzik Nar Kabuğu Unu ile Zenginleştirilmiş Hazır Tarhana Çorbası Üretimi*. Yüksek Lisans tezi, Siirt Üniversitesi, Siirt.
- Giménez-Bastida, J. A. and Zieliński, H. (2015). Buckwheat as a functional food and its effects on health. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 63(36), 7896-7913.

- Gök, İ. and Ulu, E. K. (2019). Functional foods in turkey: marketing, consumer awareness and regulatory aspects. *Nutrition & Food Science*, 49(4), 668-686.
- Göncü, A. (2020). *Tarhana Üretiminde Farklı Mercimek Unları ve Boza Kullanım Olanaklarının Araştırılması*, Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Grandi, L. K. (2023). Branding, diplomacy, and inclusion: the role of migrant cuisines in cities' local and international action. *Societies*, 13(7), 151.
- Gusdini, W. m., Lestari Nasution, A. I., & Imsar, I. (2023). The effects of up selling and gastrodiplomacy on the consumer purchasing power of japanese halal food products case study food retail sushi tei in north sumatera. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 11(2) (2023) 165-176.
- Gül, T. (2010). *Bayat Ekmeklerin Tarhana Üretiminde Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Gümü, H. (2011). *Türk mutfak kültüründe çorbalar*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Gündüz, C., Rezaei, M., Quaglia, R., & Pironti, M. (2024). Culinary tourism: exploring cultural diplomacy through gastronomy festivals in turkey and italy. *British Food Journal*, 126(7), 2621-2645.
- Herningtyas, R. (2019). Korean gastro diplomacy: strategy to enhance country promotion toward moslem countries. Proceedings of the Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 – *Humanity, Education and Social Sciences*.
- Hussin, H. (2018). Gastronomy, tourism, and the soft power of malaysia. *Sage Open*, 8(4).
- Imanuella, J. and Aryani, M. I. (2020). Upaya gastro-diplomasi indonesia di korea utara. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(2), 235.
- Ismail, A., Mulyaman, D., & Sarudin, R. (2022). Festival indonesia: answer to indonesian public diplomacy towards russian citizens. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 18(2), 99-110.
- Işık, F. (2013). Salça Üretim Atıklarının Tarhana Üretiminde Kullanımı. Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Istek, Ö. Tomar, O., Çağlar, A. (2021). Orman Meyveli Tarhananın Fonksiyonel Özellikleri. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Özel Sayı 22, S. 118-127.
- Jain, A., Rakhi, N. K., & Bagler, G. (2015). Analysis of food pairing in regional cuisines of india. *Plos One*, 10(10).
- Kaya, S., İbanoğlu, Ş., & Kaya, A. (1999). Moisture sorption characteristics of tarhana, a fermented turkish cereal food. *Journal of Food Quality*, 22(1), 95-100.
- Kemahloğlu, K. (2007). *Tarhananın Farklı Yöntemler ile Kurutulmasının Kuruma Karakteristiklerine ve Kalite Özelliklerine Etkisinin Araştırılması*. E.Ü. Bilimsel Araştırma Projesi, 02.EMYO.02, s.30 İzmir.
- Koytak, H. Z. (2024). Ethnicity on the table: a content analysis of online reviews for syracuse's cuisines. *Sociology Compass*, 18(3).
- Kumral, A. (2015). Nutritional, chemical and microbiological changes during fermentation of tarhana formulated with different flours. *Chemistry Central Journal*, 9(1).
- Kuri, C., Ananya, S. (2020). Tourism Diplomacy: A Feasible Tool of Building Nation's Image through Tourism Resources. A Study on Bangladesh, *European Journal of Business and Management*, 12(24).
- Low, K. E. Y. (2020). Gastropolitical encounters and the political life of sensation. *The Sociological Review*, 69(1), 190-205.
- Luša, Đ. and Jakešević, R. (2017). The role of food in diplomacy: communicating and "winning hearts and minds" through food. *Medijske Studije*, 8(16), 99-119.
- Ma'rifah, A. N., Akbar, E., M.S.I, U. R. S., Fitria, S., & Hidayati, N. (2019). *Halal food as gastronomy tourism strategy: opportunities and challenges for indonesian economy*. Proceedings of the the First International Conference on Islamic Development Studies.
- Marlinda, A. P., Cipto, B., Al-Fadhat, F., & Jubba, H. (2021). South korea's halal tourism policy - the primacy of demographic changes and regional diplomacy. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(3), 253.
- Mongeon, P. and Paul-Hus, A. (2015). The journal coverage of web of science and scopus: a comparative analysis. *Scientometrics*, 106(1), 213-228.
- Moschini, G., Menapace, L., & Pick, D. (2008). Geographical indications and the competitive provision of quality in agricultural markets. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(3), 794-812.
- Nair, B. B. (2020). Durban indian cuisine as an instrument of gastrodiplomacy leverage in tourism. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 363-371.
- Nefis Yemek Tarifleri. Tarhanalı Tarifler. Erişim Adresi: <https://www.nefisyemektarifleri.com/liste/tarhanali-tarifler/> (Erişim tarihi:12.10.2024).
- Nihayati, A., Pertiwi, E. A., & Haripa, T. I. (2022). The analysis of south korean gastrodiplomacy towards the increases of south korean kimchi export. *Journal of World Trade Studies*, 6(2), 53-66.
- Novasta Bilişim. (2024, 21 Mayıs). Türkiye'de ki arama motoru kullanım oranları. Erişim Adresi: <https://novasta.com.tr/turkiyede-ki-arama-motoru-kullanim-oranlari/> (Erişim tarihi:12.10.2024).

- Niu, Y. (2022). China's digital public diplomacy during the 2022 Beijing winter olympics. *Journal of Political Science Research*, 3(1)
- Oğuz, B. (2002). Türkiye Halkının Kültür Kökenleri 1 Giriş Beslenme Teknikleri. *Anadolu Aydınlanma Vakfı Yayınları*, İstanbul.
- Oliveira, M. F. B, Martins, C. A., & Castro, I. R. R. d. (2022). The (scarce and circumscribed) culinary content in food-based dietary guidelines around the world: 1991–2021. *Public Health Nutrition*, 25(12), 3559-3567.
- Özbey, Z., Köşker, H. (2021). Türk Mutfak Kültüründe Çorba ve Coğrafi İşaretli Çorbalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(3), 471-489.
- Özçelik, H. (2021). Tarhana soup in turkey: preparation and service. *Modern Concepts & Developments in Agronomy*, 9(4).
- Paprach, T. and Hashim, R. (2023). Destination space in film: viewer perspectives on film destination contributions to promoting thai tourism. *Tourism Culture & Communication*, 23(1), 61-79.
- Park, K., Jk, J., Ye, L., & Daily, J. W. (2014). Health benefits of kimchi (korean fermented vegetables) as a probiotic food. *Journal of Medicinal Food*, 17(1), 6-20.
- Passidomo, C. (2017). "Our" culinary heritage. *Humanity & Society*, 41(4), 427-445.
- Polak, R., Phillips, E. M., Nordgren, J., Puma, J. L., Barba, J. L., Cucuzzella, M., ... & Eisenberg, D. M. (2016). Health-related culinary education: a summary of representative emerging programs for health professionals and patients. *Global Advances in Health and Medicine*, 5(1), 61-68.
- Pranckutė, R. (2021). Web of science (wos) and scopus: the titans of bibliographic information in today's academic world. *Publications*, 9(1), 12.
- Putri, A. R. and Baskoro, R. M. (2023). A "splash" of taiwan bubble tea: gastrodiploacy, nation brand and a symbol. *AEGIS: Journal of International Relations*, 7(1).
- Rosa, M. D., Masi, M. G., Apostolico, L., Bartoli, L., & Francescone, M. (2023). Geographical indications and risks of unsustainability linked to "disaffection effects" in the dairy sector. *Agriculture*, 13(2), 333.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250.
- Simons, G. (2015). Taking the new public diplomacy online: Russia and China. *Place Branding and Public Diplomacy*, 11(2), 111-124.
- Siripongvutikorn, S., Thongraung, C., Usawakesmanee, W., Buatoom, T., & Thammarutwasik, P. (2009). Development of instant garcinia (garcinia atroviridis) tom-yum mix as a high acid seasoning. *Journal of Food Processing and Preservation*, 33(1), 74-86.
- Sokol, C. (2013), Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. The Hague. *Journal of Diplomacy*, 8 (2):161-183.
- Song, H. and Kim, J. (2022). Effects of history, location and size of ethnic enclaves and ethnic restaurants on authentic cultural gastronomic experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3332-3352.
- Stein, K. (2015). What we ate: repasts of the academy's past. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 115(2), 286-302.
- Suh, J., ve Macpherson, A. (2007). The impact of geographical indication on the revitalization of a regional economy: A case study of "Boseong green tea, *Area*, 39(4), 518-527
- Surya, R. and Nugroho, D. (2023). Kimchi throughout millennia: a narrative review on the early and modern history of kimchi. *Journal of Ethnic Foods*, 10(1).
- Şahin B., Ç. (2008), Bir Pazarlama İletişim Medyası Olarak Web Ortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri, *Yönetim*, 19(61): 52-71.
- Şentürk, D. Z., Dertli, E., Erten, H., & Şimşek, Ö. (2019). Structural and technological characterization of ropy exopolysaccharides produced by lactobacillus plantarum strains isolated from tarhana. *Food Science and Biotechnology*, 29(1), 121-129.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. Coğrafi İşaretler Veri Tabanı. (Erişim Adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani> (Erişim tarihi: 19.05.2024)
- UNESCO Türkiye Millî Komisyonu. UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras Listeleri. Erişim Adresi: <https://www.unesco.org.tr/Pages/126/123/UNESCO-Somut-Olmayan-Kulturel-Miras-Listeleri>. (Erişim tarihi: 27.05.2024).
- Vandevijvere, S. and Swinburn, B. (2015). Pilot test of the healthy food environment policy index (food-epi) to increase government actions for creating healthy food environments. Vandevijvere S, et al. *BMJ Open*;5: e006194. Doi:10.1136/bmjopen-2014-006194
- Vellycia, V. (2021). Beyond entertainment: gastrodiploacy performance in korean drama and reality show. *Communicare: Journal of Communication Studies*, 8(2), 104.
- Yang, F., Huang, P., & Xu, L. (2023). Revealing the coupling relationship between the geographical indications of agricultural products and tourism economy: a case study in sichuan province. *Advances in Economics and Management Research*, 7(1), 502.
- Yiğit, S. and Perçin, N. Ş. (2021). Analysis of the perception of foreign tourists about turkish cuisine through the word association test: the case of cappadocia region. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 6(1), 1-6.

Yönel, D., Karagöz, Ş., Güllü, M., (2018). Tarhana Üretimi ve Çeşitleri. *International West Asia Congress Of Tourism Research*, Van, Turkey.

Yu, T., Park, E., Song, G., Yi, R., & Park, K. (2020). Kimchi markedly induces apoptosis in ht-29 human colon carcinoma cells. *Journal of Food Biochemistry*, 45(1).

Zhang, J. (2015). The Foods of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastrodiplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, 9, 568-591.

Destek Bilgisi: Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Araştırma yöntemi olarak yalnızca doküman analizi kullanıldığından araştırma, etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: 1. Yazar = 60%, 2. Yazar = 40%

EXTENDED SUMMARY

Flavor Journey from Anatolia to the World: Can Tarhana be a GastroDiplomacy Tool?

Candan ŞAHİN*, Düriye BOZOK

Introduction

Gastrodiplomacy is one of the soft power policy approaches that uses food and cuisine as a tool to enhance international relations and promote a positive image of countries on the global stage. Gastrodiplomacy is also used to attract visitors to the country by creating an attractive national brand and to positively influence consumer behavior towards the country's products. The gastrodiplomacy movement, initiated by Asian countries, is used by countries to increase trade activities, develop the tourism sector and cooperate with other countries. Tarhana, which is made by blending yogurt, cereals, local vegetables and spices into a dough and drying this dough, was brought to Anatolia by the Turks and is considered the ancestor of Turkish Soups. This flavor, which is not only a food for Anatolians but also a symbol of tradition and solidarity, is a mirror of Turkish culture. Tarhana should be actively used in the internationalization of Turkish Cuisine and gastrodiplomacy with its ability to reflect Turkish Culture, its richness of ingredients and health benefits, and its prevalence and geographically marked varieties.

The aim of the study is to reveal the potential of tarhana, one of the traditional flavors of Anatolian cuisine, to be used as an element of gastrodiplomacy with the document analysis method in the light of information in the domestic and foreign literature and to provide a road map for the relevant stakeholders.

Method

Within the scope of the study, document analysis method, one of the qualitative research methods, was used to evaluate the usability of tarhana as a gastrodiplomacy element and to draw a road map for the relevant stakeholders. Document analysis, also known as documentary review, serves as a complement to research methods and is also used as a reliable research method in qualitative research on its own. In the literature study conducted, the gastrodiplomacy activities carried out by the countries are presented in the conceptual framework section of the article and the strategies implemented by the countries are diagrammed by the authors. Gastrodiplomacy activities that can be

carried out for a single product were used as research questions in the document analysis. With the research questions, examples of good practices implemented by countries were examined and then a picture of the current situation in tarhana was drawn. Within the scope of the study; the relationship between culture and gastrodiplomacy, food diversity, healthy nutrition, geographical indication and the place of festivals in gastrodiplomacy were used as research questions. In order to reveal the gastrodiplomacy potential of tarhana in this context, the current situation was revealed by researching tarhana varieties and recipes made from tarhana, the relationship between tarhana and healthy nutrition, geographically marked tarhana, tarhana-themed festivals.

Findings

Soups, which are accepted as the beginning of the meal in many cultures, appear with different ingredients and cooking techniques in different geographies. Soups, the cultural representative of Turkish cuisine, reflect the rich culinary heritage of the regions and form the basis of daily meals. A wide range of food diversity is an important way of expressing cultural and culinary richness. Presenting a food in a variety of ways increases inclusiveness and the ability to appeal to different palates and dietary preferences. Inclusiveness is crucial for acceptance in a globalized world that is endowed with cultural diversity. Tarhana, which can be made with a wide variety of ingredients, is mostly consumed as a soup, but it can also be used in many different ways. For Anatolians, tarhana is not only a meal, but also a symbol of tradition and solidarity. Traditionally prepared by families and neighbors, this delicacy offers an opportunity for conversation and solidarity. The content and preparation of tarhana varies from region to region. As a result of the literature review, it was concluded that there are more than 20 types of tarhana. The ability to use a food as an ingredient in more than one dish allows for greater adaptability to different culinary traditions. This adaptability is very important in a globalized world. The content analysis conducted within the scope of the study shows that there are more than 60 recipes that can be made from tarhana. The fact that there are dozens of flavours in which tarhana can be used other than soup shows that this flavour can be introduced and tarhana can be accepted even in geographies where there is no soup consumption culture.

When foodstuffs are produced on an industrial scale, they undergo processes that guarantee consistency in taste, quality and presentation. This standardization makes countries' culinary products relevant and attractive to international audiences. In addition to cultural exchange, the industrialization of food

* Corresponding author at: Balıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, E-Mail Address: candansahintr@gmail.com

products also contributes economically to countries through foreign trade. Although tarhana has remained a product made at home and consumed by households for many years, this food, which will be consumed by wider masses as it becomes an industrial product, will be a diplomatic tool that will enable Turkish Culinary culture to be recognized in the international arena.

All cooperation on health promotion through diplomatic channels is the subject of global health diplomacy. In countries' gastrodiplomacy campaigns, the emphasis on healthy, natural and environmentally friendly food has a positive impact on the country's image. Soups, which are usually positioned as starters in the menu planning phase in Turkish cuisine, play an important role in preparing the stomach for the meal, controlling appetite and thus preventing excess calorie intake. Tarhana, which is accepted as a functional food, is a fermented product and has a rich microflora due to the lactic acid bacteria and yeast species in its content. As a result of the literature review, it was seen that attempts to obtain more useful products in the final product by enriching the tarhana dough have become widespread.

Geographical indications, which show that a product belongs to a defined geographical region and has the characteristics of that region, guarantee the origin and quality of products in international trade. This increases credibility in trade between countries. As a result of the research conducted within the scope of the study, it was concluded that the number of tarhana varieties with geographical indication and in the process of obtaining geographical indication reached 18.

By hosting food festivals, countries can promote their culinary cultures, interact with international visitors and strengthen cultural ties with other countries. Internet-based research has revealed that many destinations in Turkey host festivals and festivities centered on tarhana.

Discussion, Conclusion And Recommendations

Gastronomic elements serve as reflections of a country's history, tradition and social values. In particular, traditional foods such as tarhana are symbols of Turkish culture, reflecting the country's agricultural practices, cultural values and regional diversity. However, more work needs to be done to preserve and sustain the tradition of tarhana making.

Foods that can be incorporated into a wide variety of culinary contexts not only enhance the gastronomic experience, but also serve as cultural ambassadors that facilitate cross-cultural interactions, stimulate tourism, contribute to economies and promote diplomat-

ic relations. Tarhana can be used in a wide variety of recipes other than soups. This creates an advantage for the product to be accepted in geographies where soup consumption is limited. Industrialization of food increases a nation's ability to engage in cultural diplomacy through food by standardizing products and facilitating trade. The industrialization of tarhana in recent years creates a new opportunity to produce and market the product at international standards.

Countries can use the health benefits of their culinary traditions as an element of cultural diplomacy. With its rich vitamin, mineral and probiotic content, tarhana is among the functional foods that are beneficial for health. In addition, the way tarhana is made provides important advantages in terms of enriching its content. However, more effort should be made to commercialize newly developed tarhana varieties. Countries can improve their global image by capitalizing on the unique qualities of their geographical indications. There are many tarhana varieties with geographical indications. In order to ensure the international validity of tarhana with geographical indication, it is important to apply for a European Union Sign and to carry out the necessary activities for the commercialization of tarhana with geographical indication.

Effective promotion of tarhana festivals and inclusion of current themes such as sustainability and food safety in these festivals will provide an advantage in the field of gastrodiplomacy. In this context, within the scope of the study, suggestions have been made to various stakeholders for more effective use of tarhana, an important element of Turkish cuisine, as an element of gastronomy diplomacy. It is thought that this study, prepared from a holistic perspective, will bring a new perspective to the literature on the use of prominent products in Turkish Cuisine as an element of gastrodiplomacy.