



# AYDIN GASTRONOMY

**İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ**

ISTANBUL AYDIN UNIVERSITY  
FINE ARTS FACULTY

**Yıl 6 Sayı 2- Temmuz 2022**  
Year 6 Issue 2 - July 2022

Genel DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016  
Cilt 6 Sayı 2 DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/2022.602

[dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas](http://dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas)

# AYDIN GASTRONOMY

ISSN 2528-9411 / E-ISSN 2687-1920

## Sahibi/Proprietor

Doç. Dr. Mustafa AYDIN (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

## Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief

Zeynep AKYAR (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

## Editör/Editor

Prof. Dr. Kamil BOSTAN (İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye)

## Editör Yardımcısı/Assoc. Editor

Öğr. Gör. ÇİĞDEM MUŞTU (Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik, Türkiye)

## İdari Koordinatör/Administrative Coordinator

Tamer BAYRAK

## Grafik Tasarım/Graphic Desing

Deniz Selen KAĞITCI

## Türkçe Redaksiyonu/Turkish Redaction

Süheyla AĞAN

## İngilizce Redaksiyonu/English Redaction

Neslihan İSKENDER

## Dil/Language

Türkçe / Turkish - İngilizce / English

## Yayın Periyodu/Publication Period

Yılda iki kere yayınlanır / Published twice a year

Ocak & Temmuz / January & July

## Yazışma Adresi/Correspondence Address

Florya Yerleşkesi Beşyol Mah. İnönü Cad. No: 38

Sefaköy 34295 Küçükçekmece/İstanbul, Türkiye

Tel: 444 1 428

Faks: 0 212 425 57 97

Web: [dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas](http://dergipark.org.tr/tr/pub/aydingas)

E-mail: [aydingastronomy@aydin.edu.tr](mailto:aydingastronomy@aydin.edu.tr)

## Baskı/Printed by

Armoninuans Matbaa

Adres: Tavukçuyolu Cd. Palas Sk.

No:3 Y.Dudullu Ümraniye - İstanbul

Tel: 0216 540 36 11

Faks: 0216 540 42 72

E-mail: [grafik2@armoninuans.com](mailto:grafik2@armoninuans.com)

---

*Aydın Gastronomy, gastronomi ve mutfak sanatları alanında derleme ve araştırma makalelerinin yayınlandığı bilimsel hakemli bir dergidir. Aydın Gastronomy is a peer-reviewed periodical journal which provides a platform for publication of reviews and research articles in the field of gastronomy and culinary arts.*

## YAYIN KURULU/EDITORIAL BOARD

- |                      |   |  |
|----------------------|---|--|
| Aktolkin ABUBAKIROVA | • | Ahmet Yesevi Üniversitesi, KIRGIZİSTAN                   |
| Ali AYDIN            | • | İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye      |
| Artun YIBAR          | • | Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye                |
| Ayla ÜNVER ALÇAY     | • | İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye           |
| Beyza H. ULUSOY      | • | Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşe, KKTC                   |
| Çiğdem MUŞTU         | • | Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik, Türkiye      |
| Flora ALESKEROVA     | • | Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi, Azerbaycan    |
| İlkay YILMAZ         | • | Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye                    |
| İsmail Hakkı TEKİNER | • | İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye |
| Kamil BOSTAN         | • | İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye           |
| Murat AY             | • | Doğuş Üniversitesi, İstanbul, Türkiye                    |

## BİLİM KURULU - SCIENTIFIC BOARD

- |                         |   |
|-------------------------|---|
| Abdullah DİLER          | • Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta, Türkiye           |
| Aktolkın ABUBAKIROVA    | • Ahmet Yesevi Üniversitesi, Kırgızistan                    |
| Ali AYDIN               | • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye       |
| Andriela VITIC CETKOVIC | • University of Montenegro, Podgorica, Montenegro           |
| Artun YIBAR             | • Bursa Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye                 |
| Aybuke CEYHUN SEZGİN    | • Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye     |
| Aydın VURAL             | • Dicle Üniversitesi, Diyarbakır, Türkiye                   |
| Aziz TEKİN              | • Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye                      |
| Bahattin ÖZDEMİR        | • Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye                    |
| Canan HECER             | • Esenyurt Üniversitesi, İstanbul, Türkiye                  |
| Candan VARLIK           | • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Ebru DENİZ              | • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Ergün ÖMER GÖKSOY       | • Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye               |
| Feramuz ÖZDEMİR         | • Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye                    |
| Flora ALESKEROVA        | • Azerbaijan Tourism and Management University, Azerbaijan  |
| Harun AKSU              | • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye       |
| Hilal ÇOLAK             | • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye       |
| Kutay OKTAY             | • Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye                |
| M. Reşat BAŞAR          | • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Maya IVANOVA            | • Varna University of Management, Dobrich, Bulgaria         |
| Mehmet ÇALICIOĞLU       | • Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye                       |
| Mehmet ERGÜL            | • San Francisco State University, USA                       |
| Murat DOĞDUBAY          | • Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye                |
| Mustafa NİZAMLIOĞLU     | • Gelişim Üniversitesi, İstanbul, Türkiye                   |
| Mustafa TAYAR           | • Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye                       |
| Osman ERKMEN            | • İstanbul Gedik Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Ömer ÇETİN              | • İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye           |
| Özer KANBUROĞLU         | • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Özge ÖZGEN ARUN         | • İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, İstanbul, Türkiye       |
| Özkan ÖZDEN             | • İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye                  |
| Recep ÇIBIK             | • Uludağ Üniversitesi, Bursa, Türkiye                       |
| Semra AKAR ŞAHİNGÖZ     | • Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye     |
| Simona MARTINOSKA       | • University of St. Kliment Ohridski, Ohrid, Macedonia      |
| Skender KACIU           | • University of Prishtina, Prishtina, Prishtina, Kosovo     |
| Şerife CENGİZ           | • İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye            |
| Şule AYDIN              | • Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir, Türkiye |
| Tarık Haluk ÇELİK       | • Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye                      |
| Yakup Can SANCAK        | • Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van, Türkiye                    |
| Yusuf DOĞRUER           | • Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye                       |
| Zehra HAJRULAI-MUSLIU   | • SS. Cyril and Methodius University, Skopje, Macedonia     |
| Zümrüt ÖĞEL             | • Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Konya, Türkiye          |

# AYDIN GASTRONOMY

Yıl 6 Sayı 2- Temmuz 2022 Year 6 Issue 2 - July 2022

## İçindekiler - Contents

### Araştırma / Research

- İstanbul'da Sokak Lezzeti Tüketen Bireylerin Tüketim Sebeplerinin ve Tüketimine İlişkin Kaygılarının Belirlenmesi**  
Determination of Consumption Reasons and Concerns Regarding Consumption of Individuals Consuming Street Food in Istanbul  
*Fügen DURLU ÖZKAYA, Veli CEYLAN*..... 107
- Yerel Gastronomik Kimlik Oluşum Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği**  
Gastronomy Museums as a Formation Element of Local Gastronomic Identity: The case of Safranbolu Turkish Coffee Museum  
*Abdullah BAYCAR*..... 119
- Kovid-19 Sürecinde Balık Restoranlarının Gıda Güvenliği Düzeyinin Değerlendirilmesi: Sarıyer/İstanbul Örneği**  
Evaluation of Food Safety Level of Fish Restaurants During Covid-19 Period: Sarıyer/Istanbul Case  
*Şehnaz Yasemin TOSUN, Hande DOĞRUYOL, Nuray ERKAN, İrem KÖSE REİS, K. Begüm DOĞRUYOL ALADAK* ..... 137
- Restoran Menülerinde Özel Beslenme Türleri: İstanbul Örneği**  
Special Nutrition Types in Restaurant Menus: The Case of Istanbul  
*Duran CANKÜL, Aysucan AYDIN* ..... 155
- Yerel Mutfak ve Sağlıklı Beslenme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İli Örneği**  
Investigation of Relationship Between Local Cuisine and Healthy Nutrition: The case of İzmir Province  
*Derya SAYGILI, Özge ELMAS GÜNAYDIN, Derman KÜÇÜKALTAN, Hande DEMİRCİ, Onur ÖZDEN*..... 165
- Tüketicilerin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyleri: Almanya, Macaristan ve Türkiye Karşılaştırması**  
Consumers' Consciousness Level on Food Safety: Germany, Hungary and Turkey Comparison  
*Merve ATINÇ, Tolga KAHRAMAN* ..... 179
- Pasta Tüketen Bireylerin Pasta Tercihleri Üzerine Bir Araştırma**  
A Study on Cake Preferences of Cake Consuming Individuals  
*İlayda Naz ÖZAY, Birgül AYDIN, Murat AY, Görkem TEYİN* ..... 191
- Kapadokya Bölgesine Gelen Ziyaretçilerin Coğrafi İşaretli Ürünleri Bilme Durumlarının Gastronomik Destinasyon Algısı Üzerindeki Etkisi**  
The Effect of Geographical Indication Product Knowledge of Visitors to Cappadocia on The Gastronomic Destination Perception  
*Firdevs YÖNET EREN, Aybuke CEYHUN SEZGİN*..... 201
- Natural Monosodium Glutamate in Geographically Indicated Cheeses in Turkey**  
Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Peynirlerde Doğal Monosodyum Glutamat  
*Emir Hilmi ÜNER, Fügen DURLU ÖZKAYA* ..... 219
- The Understanding of Food Literacy in the Field of Tourism**  
Turizm Alanında Gıda Okuryazarlığı Anlayışı  
*Grant Altay TAŞKIN, Ayşe Nevin SERT* ..... 227

## Derleme / Review

### **İspanya'da Gastronomi Turizminin Tarihsel Gelişimi ve Gastrodiplomasi Değerlendirmesi**

Historical Development of Gastronomy Tourism in Spain and Evaluation of Gastrodiplomacy

*Necmettin ÖZGEN* .....239

### **Kültür, Sınıf ve Statünün Göstergesi: Tabak**

Sign of Culture, Class and Status: Plate

*Oğuzhan TINMAZ, Hakan YILMAZ* .....263

### **Besin Hazırlama ve Pişirme Yöntemlerinin İleri Glikasyon Son Ürünleri Üzerine Etkisi**

The Effect of Food Preparation and Cooking Methods on Advanced Glycation End Products

*Burak ERİM, Erdi ERGENE, Canan HECER* .....275

### **Yöresel Lezzetlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Türkiye'deki Helvalar**

Importance of Regional Tastes in terms of Gastronomy Tourism: Halva in Turkey

*Mustafa Kadir ESEN*.....283

### **Covid 19 ile Mücadelede Türk Mutfağının Önemi**

The Importance of Turkish Cuisine in Fighting COVID-19

*Nurten ÇEKAL, Hatice AKTÜRK*.....295

### **Mersin Mutfağının Gastronomik Ürünleri**

Gastronomic Products of Mersin Cuisine

*Çağla ÖZBEK, Nuray GÜZELER* .....311

### **Yenilebilir Çiçek Olarak Gülün Önemi ve Osmanlı Mutfak Kültüründeki Yeri**

The Importance of Rose as an Edible Flower and Its Role in Ottoman Cuisine

*Şeyma Nur GÜNEŞ, Tolga AKCAN* .....325

# AYDIN GASTRONOMY

Yıl 6 Sayı 2- Temmuz 2022 Year 6 Issue 2 - July 2022

## Doi Numaraları - Doi Numbers

**Genel DOI:** 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016

**Gastronomy Cilt 6 Sayı 2 DOI:** 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/2022.602

### **İstanbul'da Sokak Lezzeti Tüketen Bireylerin Tüketim Sebeplerinin ve Tüketimine İlişkin Kaygılarının Belirlenmesi**

Determination of Consumption Reasons and Concerns Regarding Consumption of Individuals Consuming Street Food in Istanbul

*Fügen DURLU ÖZKAYA, Veli CEYLAN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2001

### **Yerel Gastronomik Kimlik Oluşum Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği**

Gastronomy Museums as a Formation Element of Local Gastronomic Identity: The case of Safranbolu Turkish Coffee Museum,

*Abdullah BAYCAR*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2002

### **Kovid-19 Sürecinde Balık Restoranlarının Gıda Güvenliği Düzeyinin Değerlendirilmesi: Sarıyer/İstanbul Örneği**

Evaluation of Food Safety Level of Fish Restaurants During Covid-19 Period: Sarıyer/Istanbul Case

*Şehnaz Yasemin TOSUN, Hande DOĞRUYOL, Nuray ERKAN, İrem KÖSE REİS, K. Begüm DOĞRUYOL ALADAK*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2003

### **Restoran Menülerinde Özel Beslenme Türleri: İstanbul Örneği**

Special Nutrition Types in Restaurant Menus: The Case of Istanbul

*Duran CANKÜL, Aysucan AYDIN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2004

### **Yerel Mutfak ve Sağlıklı Beslenme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İli Örneği**

Investigation of Relationship Between Local Cuisine and Healthy Nutrition: The case of Izmir Province

*Derya SAYGILI, Özge ELMAS GÜNAYDIN, Derman KÜÇÜKALTAN, Hande DEMİRCİ, Onur ÖZDEN..*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2005

### **Tüketicilerin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyleri: Almanya, Macaristan ve Türkiye Karşılaştırması**

Consumers' Consciousness Level on Food Safety: Germany, Hungary and Turkey Comparison

*Merve ATINÇ, Tolga KAHRAMAN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2006

### **Pasta Tüketen Bireylerin Pasta Tercihleri Üzerine Bir Araştırma**

A Study on Cake Preferences of Cake Consuming Individuals

*İlayda Naz ÖZAY, Birgül AYDIN, Murat AY, Görkem TEYİN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2007

### **Kapadokya Bölgesine Gelen Ziyaretçilerin Coğrafi İşaretli Ürünleri Bilme Durumlarının Gastronomik Destinasyon Algısı Üzerindeki Etkisi**

The Effect of Geographical Indication Product Knowledge of Visitors to Cappadocia on The Gastronomic Destination Perception

*Firdevs YÖNET EREN, Aybuke CEYHUN SEZGİN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2008

### **Natural Monosodium Glutamate in Geographically Indicated Cheeses in Turkey**

Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Peynirlerde Doğal Monosodyum Glutamat

*Emir Hilmi ÜNER, Fügen DURLU ÖZKAYA*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2009

### **The Understanding of Food Literacy in the Field of Tourism**

Turizm Alanında Gıda Okuryazarlığı Anlayışı

*Grant Altay TAŞKIN, Ayşe Nevin SERT*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2010

### **İspanya'da Gastronomi Turizminin Tarihsel Gelişimi ve Gastrodiplomasi Değerlendirmesi**

Historical Development of Gastronomy Tourism in Spain and Evaluation of Gastrodiplomacy

*Necmettin ÖZGEN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2011

### **Kültür, Sınıf ve Statünün Göstergesi: Tabak**

Sign of Culture, Class and Status: Plate

*Oğuzhan TINMAZ, Hakan YILMAZ*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2012

### **Besin Hazırlama ve Pişirme Yöntemlerinin İleri Glikasyon Son Ürünleri Üzerine Etkisi**

The Effect of Food Preparation and Cooking Methods on Advanced Glycation End Products

*Burak ERİM, Erdi ERGENE, Canan HECER*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2013

### **Yöresel Lezzetlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Türkiye'deki Helvalar**

Importance of Regional Tastes in terms of Gastronomy Tourism: Halva in Turkey

*Mustafa Kadir ESEN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2014

### **Covid 19 ile Mücadelede Türk Mutfağının Önemi**

The Importance of Turkish Cuisine in Fighting COVID-19

*Nurten ÇEKAL, Hatice AKTÜRK*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2015

### **Mersin Mutfağının Gastronomik Ürünleri**

Gastronomic Products of Mersin Cuisine

*Çağla ÖZBEK, Nuray GÜZELER*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2016

### **Yenilebilir Çiçek Olarak Gülün Önemi ve Osmanlı Mutfak Kültüründeki Yeri**

The Importance of Rose as an Edible Flower and Its Role in Ottoman Cuisine

*Şeyma Nur GÜNEŞ, Tolga AKCAN*

10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\_v06i2017



## ***Editörden***

*Gastronomi, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de artan bir şekilde ilgi görmeye devam etmektedir. Ancak çoğu kişi tarafından gastronomi, yemek yapmaktan ve sunmaktan ibaret bir meslek dalı olarak algılanmaktadır. Bu algı kırılmakla birlikte gastronominin ülkemizde hak ettiği yeri bulabilmesi için bir bilim ve sanat dalı olduğunun topluma tanıtılması gerekmektedir. Günümüzde ülkemizde devlet ve vakıf üniversitelerinde sayısı giderek artan bir şekilde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri açılmaktadır. Üniversitelerimizin bu konuya eğilmeleri, akademik kadrolar yetiştirmeleri, bilimsel çalışmalar yapmaları ve etkinlikler düzenlemeleri sevindirici ve gelecek için ümit vericidir.*

*Bilimsel gelişmelerin ve araştırmaların hedef kitleye iletilmesindeki en önemli araç, şüphesiz alanındaki yayınlanan bilimsel hakemli dergilerdir. Ülkemizde bu alanda birçok dergi bulunmakla birlikte bilimsel araştırmalara yer veren dergi sayımız sınırlı düzeydedir. Bu açığı gidermek, gastronomiye bilimsel ve sainsal bir yaklaşım getirmek; gastronomi ve mutfak sanatları alanında yapılmış bilimsel araştırma, inceleme ve proje çalışmalarının sonuçlarını paylaşmak; güncel bilgi ve gelişmeleri hedef kitleye aktarmak; konu ile ilgili sorunların tartışılmasına zemin oluşturmak; Türk mutfak kültürünü tanıtmak amacıyla İstanbul Aydın Üniversitesi tarafından bir dergi çıkarılmasına karar verilmiştir. Aradan geöen zaman içinde on iki sayı çıkarılmış; her bir sayıdaki makaleler çok sayıda araştırıcı/akademisyen tarafından incelenmiştir. Bu süreç içinde özverili ve titiz çalışılarak derginin kalitesi giderek artırılmıştır.*

*Dergimiz 2021 yılından itibaren TÜBİTAK ULAKBİM tarafından geliştirilen bir veri tabanı olan aynı zamanda Yükseköğretim Kurulu (YÖK) ile Üniversitelerarası Kurul (ÜAK) 'ın atama ve yükseltmelerde kabul ettiği bir "dizin" olan TR DİZİN'de taranmaktadır. Bu kapsamda makale yazarlarımıza ve hakemlerimize sonsuz teşekkürlerimizi sunarız. Uluslararası indeksler için de girişimde bulunulmuş olup olumlu sonuçlanmasını beklemekteyiz.*

*Ülke ve dünya gastronomisine hizmet eden araştırmacı ve bilim insanlarımıza en derin saygılarımla...*

***Prof. Dr. Kamil BOSTAN***

***Editör***



## İstanbul'da Sokak Lezzeti Tüketen Bireylerin Tüketim Sebeplerinin ve Tüketimine İlişkin Kaygılarının Belirlenmesi

**Fügen DURLU ÖZKAYA**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
fugen.ozkaya@hbv.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-2893-9557

**Veli CEYLAN**

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
veliceylan@subu.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-7098-7777

Geliş tarihi / Received: 24.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 17.04.2022

### Öz

Sokak lezzetleri, birçok ülkenin ve topluluğun mutfak kültüründe önemli bir yere sahip olan gıdalardır. Bu ürünlerin çeşitliliği ve tüketicilerin bu ürünlere ilişkin tüketim amaçları kültürden kültüre farklılık göstermektedir. Bu araştırma, tüketicilerin Türk mutfağına ait sokak lezzetlerini tüketim amacını ve bu ürünlere ilişkin kaygıyı belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma evrenini İstanbul'da sokak lezzeti tüketen bireyler oluşturmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemiyle Eminönü-Karaköy civarında bulunan satıcılardan sokak lezzeti satın almış 22 katılımcı araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formları, veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi neticesinde katılımcıların Türk mutfağına ait sokak lezzeti olarak nitelendirdiği ürünler, bu ürünleri tüketim amaçları ve bu ürünlere ilişkin kaygıları belirlenmiştir. Sokak lezzetlerinin pratik, lezzetli ve ekonomik oluşu bu ürünlerin tercihinde en önemli etkenleri oluştururken, bu ürünlere ilişkin en sık duyulan kaygı ise gıda güvenliğidir.

**Anahtar Kelimeler:** İstanbul, kaygı, sokak lezzetleri, tüketim alışkanlıkları

## **Determination of Consumption Reasons and Concerns Regarding Consumption of Individuals Consuming Street Food in Istanbul**

### **Abstract**

Street foods have an important place in the culinary culture of many countries and communities. The variety of these products and the consumption purposes of consumers for these products differ from culture to culture. This research aims to determine the consumers' consumption purpose of Turkish street foods and their concerns about these products. The population of the research consists of individuals consuming street foods in Istanbul. Twenty-two participants who bought street food from the vendors in Eminönü-Karaköy were included in the research using the snowball sampling method. In the research, semi-structured interview forms were used as data collection tool and interview technique was used as data collection technique. As a result of the content analysis, the products that the participants describe as street foods of Turkish cuisine and the consumption purposes of these products and their concerns about these products were determined. While the practical, delicious and economical street foods are the most important factors in the choice of these products, the most common concern about these products is food safety.

**Keywords:** *Istanbul, concern, street food, consumption habits*

### **Giriş**

Sokak lezzetleri; kamuya açık alanda, bir araçta ya da yiyecek içecek işletmesinde üretilen ve genellikle hızlı tüketim için satışa sunulan gıdalardır (Ferrari, Oliveira ve São José, 2021). Sokak lezzetleri dünya genelinde günlük olarak ortalama 2,5 milyar insan tarafından tüketildiği için toplumların yeme-içme kültüründe oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Addo-Tham, Appiah-Brempong, Vampere, Acquah-Gyan ve Gyimah Akwasi, 2020). Sokak lezzetlerinin yanı sıra bu ürünlerin sunulduğu ortam ve sunum şekli kültürden kültüre önemli farklılıklar göstermektedir. Örneğin, sokak lezzetleri ABD'de genellikle kamyonetlerde satılırken (Alfiero, Giudice ve Bonadonna, 2017), Uzak Doğu ülkelerinde ise genellikle küçük tezgâhlarda üretilip satılmaktadır (Liu, Zhang ve Zhang, 2014). Sokak lezzetlerinin kolay erişilebilir, düşük maliyetli ve düşük satış fiyatına sahip olması, bu ürünlerin özellikle kent ortamında geniş kitleler tarafından tüketilmesine olanak sağlamaktadır (Ohiokpehai, 2003).

Sokak lezzetleri genellikle açık alanda satıldığı için birçok risk unsuru barındırabilmektedir. Bu nedenle sokak lezzeti satıcısı ve sokak lezzetleri birçok araştırmaya konu olmaktadır (Mwove, Imathiu, Orina ve Karanja, 2020). Bölgesel çapta yürütülen bu araştırmalarda genellikle sokak lezzetlerinin taşıdığı riskler incelenmektedir (Omemur, 2008). Bu araştırmaların yürütülmesinin bir diğer nedeni ise sokak lezzetlerinin birçok bulaşanla karşılaşabileceği bir ortamda satıldığı için bu gıdaların güvensiz olduğu algısının bulunmasıdır (Choudhury, 2011). Bu nedenlerden ötürü bireylerin sokak lezzeti tüketim sebepleri, bir bölgenin/ülkenin/şehrin sokak lezzetleri, sokak lezzetleri satıcılarının ve sokak lezzetlerinin nitelikleri, sokak lezzetleri konusunda araştırılan başlıca konular olmuştur.

İlgili alanda yapılan geçmiş araştırmalarda, bireylerin sokak lezzeti tüketim sebeplerinin ve sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarının biribi-

rinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Geçmiş araştırmalardan hareketle bu araştırmada, tüketicilerin sokak lezzeti tüketim amaçlarını ve sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarını belirleme amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda İstanbul'da sokak lezzeti tüketen bireyler araştırmaya dâhil edilmiş, bu tüketimin sebebi ile tüketime ilişkin kaygılar irdelenmiştir.

### **Kavramsal Çerçeve Türk Mutfağında Sokak Lezzetlerinin Gelişimi**

Sokak lezzetleri, dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi Türk mutfağında da köklü bir geçmişe ve önemli bir konuma sahiptir. Türk mutfağındaki sokak lezzetlerinin geçmişi Osmanlı dönemine uzanmaktadır. II. Bayezid döneminde (1502 yılında) yayınlanan ve dünyanın ilk standart kanunu olarak kabul edilen *Kanunnâme-i İhtisab-ı Bursa* günlük hayata getirdiği birçok düzenlemenin yanı sıra sokak lezzeti satıcılarının da uygulaması gereken kuralları ortaya koymuştur (Özdemir, 2017). Bu durum, sokak lezzetlerinin Türkiye'deki tarihine ilişkin önemli bir bilgi vermektedir.

Türkiye'deki sokak lezzeti satıcılığının uzun bir geçmişe sahip olmasının belirli nedenleri bulunmaktadır. Yerasimos (2002), 16. yüzyılda İstanbul'da evlerin yalnızca yüzde altısında mutfak bulunduğunu aktarmaktadır. Bu durum, dışarıda yemek yeme olgusunun oluşmasını ve gelişmesini sağlamıştır. İfade edilen yıllarda gelişmiş bir restoran yapılanmasından söz etmek mümkün olmadığı için dışarıda yemek yeme olgusunun gelişimi daha çok sokak lezzeti bağlamında gerçekleşmiştir. Evliya Çelebi, bu yıllarda (16 ve 17. yüzyıl) sokak lezzeti satıcılarının çeşitli ürünler bazında uzmanlaştığını aktarmaktadır. Evliya Çelebi, 17. yüzyıl İstanbul'unda sokak lezzeti satıcısı konumunda börekçi, gevrekçi, kurabiyeci, kadayıfçı, lokmacı, göz-

lemeci, peynirci, kaymakçı, kebabçı, büryancı, hoşafçı ve şerbetçi gibi yiyecek-içecekler üzerine uzmanlaşmış kişiler bulunduğunu aktarmaktadır (Eksen, 2008).

Türkiye'de restoran sektörünün Avrupa'ya göre daha geç gelişmesi, sokak lezzetlerinin öneminin korumasında önemli bir etkiye sahip olmuştur. Bu durum yalnızca Türkiye için değil, Orta Doğu'da bulunan birçok ülke için de geçerlidir (Öney Tan, 2013). Bu coğrafyada genellikle mobil (seyyar) ve sabit olmak üzere iki farklı türde sokak lezzeti satıcısı bulunmaktadır. Özellikle mobil sistemlerin kurulum maliyetinin düşük olması, birçok girişimcinin sokak lezzeti satıcısı olmasını sağlamıştır (Yıldırım ve Albayrak, 2019). Türkiye'deki ilk sokak satıcıları mobil sistemleri tercih etmiş ve ürünlerini genellikle taşınabilir araçlarda, tepsilerde ve küfelerde satışa sunmuştur (Bayraktar ve Zencir, 2019).

II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de toplumun çeşitli alanlarında hareketlilik ve gelişmeler meydana gelmeye başlamıştır. Bu yıllarla birlikte dünyada turizm hareketleri yaygınlaşmış, dışarıda yemek yeme davranışına katılım da bu doğrultuda artış göstermiştir (Smith, 1998). Bu doğrultuda sokak lezzetlerinin ve fast food ürünlerinin tüketiminde artış meydana gelmiştir (Gönülgül ve Durlu Özkaya, 2017).

21. yüzyılla birlikte Türkiye'deki sokak lezzetleri satıcılarında büyük bir değişim meydana gelmeye başlamıştır. Özellikle 2015 yılından sonra sosyal medyanın etkisiyle birçok sokak lezzeti satıcısı ülke çapında tanınır hale gelmiştir. Bu durum, genellikle İstanbul merkezli olan sokak lezzeti satıcılarının şubeleşerek diğer illere yayılmasını sağlamıştır. Sokak lezzetleri bu yüzyılda diğer alanlarda da gelişim göstermiştir. Örneğin, ilki 2017 yılında düzenlenen Eskişehir Sokak Lezzetleri Festivali, so-

kak lezzetlerinin Türkiye'deki durumunu ortaya koyar niteliktedir (Demirci, Yılmazdoğan ve Düşmezkalender, 2020).

### **İstanbul Sokak Lezzetleri**

2021 yılı itibarıyla 15,4 milyonluk nüfusuyla Türkiye'nin en kalabalık ve gelişmiş şehri olan İstanbul, doğal olarak Türkiye'nin bütünü yansıtır niteliktedir. Bu durum, sokak lezzetleri çeşitliliği bakımından da geçerli olup, Türkiye'nin herhangi bir ilinde sunulmakta olan sokak lezzetinin İstanbul'da da sunulma ihtimali oldukça yüksektir. Türkiye'de, yeme-içme alanında ilk yazılı kaynak örneklerinin genellikle İstanbul'da verilmesi (Eksen, 2008),

Türkiye'deki sokak lezzetlerinin gelişiminin İstanbul kapsamında anlatılmasını sağlamıştır. Doğal olarak bir önceki başlıkta aktarılan Türkiye'deki sokak lezzetlerinin gelişim süreci, İstanbul özelinde değerlendirilmiştir. İstanbul sokak lezzetleri, birçok medeniyetin ve kültürün mirasını barındırmaktadır. Günümüz Türkiye topraklarında hüküm süren Anadolu Medeniyetleri, Roma İmparatorluğu ve Beylikler ile Türk İmparatorlukları (Selçuklu-Osmanlı), mutfak kültürünü dolayısıyla da sokak lezzeti çeşitliliğini etkilemiştir (Solunoğlu, 2018).

İstanbul sokak lezzetleri, birçok araştırmaya, habere ve belgeye konu olmaktadır. Bu çalışmaların ortak özelliği, İstanbul'da sunulan sokak lezzetlerinin tanımlanmasıdır. İstanbul'daki sokak lezzetlerini; hayvansal kaynaklı ürünler, deniz ürünleri, hamur işi ürünler, tatlılar, meyveler, içecekler ve diğer ürünler olmak üzere yedi grupta değerlendirmek mümkündür (Demir, Akdağ, Sormaz ve Özata, 2018). İlgili alanda yapılan araştırmalar incelendiğinde İstanbul sokak lezzetleri olarak nitelendirilen benzer ürünler ön plana çıkmaktadır.

Bu ürünler şunlardır (Ünsalan, 2021; Yalav-Heckerroth, 2021):

- Simit
- Midye dolma
- Köfte ekmek
- Balık ekmek
- Kokoreç
- Şerbetler
- Lahmacun
- Kumpir
- Mısır (haşlama/közleme)
- Döner
- Nohutlu pilav
- Kâğıt helva
- Çiğ köfte
- Börek
- Buzlu badem
- Tantuni
- Islak hamburger
- Macun
- Adana/Urfa kebab
- Boza
- Türk kahvesi

Listeden anlaşılacağı üzere Türk mutfağına ait olan ve işletmelerde sunulan birçok yiyecek-içecek, sokak lezzeti olarak nitelendirilmektedir. Bunun yanı sıra hamburger gibi Türk mutfağı kökenli olmayan yiyecekler de Türk sokak lezzetlerinde önemli bir yer edinmiştir.

### **Yöntem**

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemleri ve yorumlayıcı paradigma çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın deseni ise durum çalışmasıdır. Araştırma evrenini İstanbul'da ikamet eden yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu olarak kartopu örnekleme yöntemiyle Eminönü-Karaköy bölgesindeki satıcılarından sokak lezzeti satın alan bireyler seçilmiştir.

**Şekil 1.** Veri toplama sahası



Araştırma verileri, görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Veri toplama aracı ise yarı yapılandırılmış görüşme formlarıdır. Uygulanan görüşme formları için Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'ndan 02/08/2021 tarih ve 604.02/16750 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır. Görüşmeler, 5-10 Ağustos 2021 tarihleri arasında çevrim içi platformda gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 22 katılımcı ile araştırma tamamlanmıştır. Katılımcılara aşağıdaki 13 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir:

1. Sokak lezzetlerini nasıl tanımlarsınız?
2. Sizce Türk mutfağına ait sokak lezzetleri nelerdir?
3. Sizce sokakta satılan yiyecekler, Türk mutfak kültürünü ne derecede yansıtmaktadır?
4. Hangi nedenlerden dolayı sokak lezzeti tüketiyorsunuz?
5. Sokak lezzeti tüketim sıklığınız nedir?
6. Sokak lezzeti alacağınız satıcıyı nasıl seçiyorsunuz?
7. İlk kez gittiğiniz bir şehirde sokak lezzeti tüketir misiniz?

8. Sokak lezzeti tüketimine ilişkin kaygınız ya da çekinceniz var mı? Varsa bunlar nelerdir?
9. Sosyal medyada popüler hale gelen sokak lezzeti satıcılarının sokak lezzeti tüketiminde herhangi bir etkisi bulunuyor mu?
10. Sizin için sokak lezzeti tüketiminde gıda güvenliğinin yeri nedir?
11. Sokak lezzetlerini güvenli buluyor musunuz?
12. Gıda güvenliğini sağlamak için sokak lezzeti satıcısında bulunması gereken özellikler sizce nelerdir?
13. Sokak lezzetinin hangi koşullarda sunulması gerekmektedir?

Verilerin analizinde, mülakat deşifrelerinin, kayıtların ya da diğer dokümanların karakterize edilip karşılaştırılmasını sağlayan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi, MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla yapılmıştır. Bu süreçte öncelikle veriler kodlanmış ve temalar oluşturulmuştur. Temalar düzenlendikten sonra bulgular tamamlanmış ve yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında belirlenen ana temalar ve alt kodlar Tablo 1'de yer almaktadır.

### **Bulgular**

Katılımcılara demografik sorular kapsamında cinsiyet, yaş, gelir ve meslek bilgileri sorulmuştur. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 2'te yer almaktadır.

Katılımcıların %45'ini kadınlar, %55'ini ise erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 29.3'tür. Katılımcıların %33'ü düşük, %42'si orta, %25'i ise yüksek gelir durumuna sahiptir. Gelir durumunun düşük-orta-yüksek olarak nitelendirilmesinde asgari ücret baz alın-

mıştır. Katılımcıların meslekleri ise 12 farklı meslek grubunda (öğrenciler ve işsizler dâhil edilmiştir) dağılım göstermektedir.

**Tablo 1.** Ana temalar ve alt kodlar

Ana Tema	Alt Kod
Ürün Özellikleri	Görsellik
	Ürünün niteliği
	Hijyen
	Tazelik
	Ambalaj
Satıcı ve Ortam Özelliği	Satıcının kendisi
	Markalaşma
	Satıcının sertifika sahibi olması
	Mekân Yapısı
Tüketim Amacı	Hijyen
	Caziplik
	Koku
	Fiyat Uygunluğu
	Pratiklik
Kaygı	Lezzet
	Bilinmezlik
	Gıda Güvenliği
Deneyim	
Tüketim Sıklığı	
Sağlık	

Yarı yapılandırılmış görüşme formunun ilk sorusunda katılımcıların sokak lezzetlerini tanımlaması istenmiştir. Katılımcılar bu kapsamda çeşitli tanımlamalarda bulunmuştur. Yanıtlar genel olarak incelendiğinde sokak lezzetlerine ilişkin doğru tanımlamalarda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

K21 sokak lezzetlerini şöyle tanımlamıştır: “Sokak lezzetlerini, alışık olduğumuz veyahut hiç tatmadığımız yemekleri kolay bir şekilde ulaşılabilir kılan, makul fiyatlı, birçoğunun elle yenildiği lezzetli yemekler olarak tanımlamak mümkündür”.

**K22:** “Sokak lezzetleri maddi durum ayırt etmeksizin herkese hitap eden, tadı damağımızda kalan özel yemekler, güzel emek ürünleridir”.

**K12:** “Bazı lezzetler vardır, evde yemekle dışarıda yemek aynı hazzı vermez... İşte bunlar benim için sokak lezzetidir”.

### Türk Mutfağına Ait Sokak Lezzetleri

Soru formunun ilgili bölümünde katılımcılara, Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin neler olduğu sorulmuştur. Katılımcıların verdiği yanıtlar bazı yiyeceklerin üzerinde yoğunlaşmıştır. Cevaplara ilişkin kelime bulutu Şekil 2 'de yer almaktadır.



**Tablo 2.** Katılımcıların demografik özellikleri

Katılımcı Kodu	Cinsiyet	Yaş	Gelir	Meslek
K1	Erkek	61	Orta	İşçi
K2	Kadın	35	Orta	Öğretmen
K3	Kadın	34	Orta	Hemşire
K4	Kadın	59	Düşük	Ev Hanımı
K5	Kadın	30	Yüksek	Muhasebeci
K6	Kadın	26	Yüksek	Akademisyen
K7	Kadın	25	Orta	Diyetisyen
K8	Erkek	27	Orta	Mühendis
K9	Kadın	29	Yüksek	Mühendis
K10	Erkek	27	Yüksek	Mimar
K11	Erkek	17	Düşük	Lise öğrencisi
K12	Erkek	21	Yüksek	Üniversite öğrencisi
K13	Kadın	28	Orta	Antrenör
K14	Erkek	22	Düşük	Üniversite öğrencisi
K15	Erkek	25	Orta	Tıbbi Laboratuvar Teknikeri
K16	Kadın	30	Düşük	Ev hanımı
K17	Kadın	28	Düşük	İşsiz
K18	Erkek	18	Düşük	Lise öğrencisi
K19	Kadın	20	Düşük	Üniversite öğrencisi
K20	Kadın	28	Orta	Öğretmen
K21	Erkek	21	Düşük	Aşçı
K22	Erkek	35	Yüksek	Muhasebeci

**Şekil 2.** Katılımcıların Türk mutfağına ait sokak lezzetleri olarak nitelendirdiği ürünler

Katılımcılar, sırasıyla en sık midye dolma, pilav, simit, dürüm, halka tatlısı ve döneri, Türk mut-

fağına ait sokak lezzeti olarak nitelendirmiştir. Pilav kelimesi, tavuklu pilav ve nohutlu pilav gibi yemekleri, dürüm kelimesi ise tavuk dürüm, tantuni ve kebab gibi yemekleri içermektedir. Verilen yanıtlar arasında içecek ürününün bulunmaması dikkat çekmektedir. Boyoz ise daha çok İzmir’de satışa sunulmasına rağmen İstanbul’da ikamet eden bireyler tarafından da sıklıkla tüketilen sokak lezzeti olarak nitelendirilmiştir.

Katılımcılar, sokak lezzetlerinin Türk mutfağını ne derecede yansıttığına ilişkin sorulara çeşitli yanıtlar vermiştir. Bu konuda birçok katılımcı arasında fikir ayrılığı bulunmaktadır. K6, K14 ve K19 Türkiye’de satılan sokak lezzetlerinin Türk mutfağını yansıtmadığını ifade ederken, K3, K7, K12, K17, K20 ve K21 kısmen

yansıttığını ifade etmiştir. Diğer katılımcılar ise Türkiye'de satılan sokak lezzetlerinin Türk mutfağını tamamen yansıttığını ifade etmiştir. İlgili soruya verilen seçilmiş yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

**K6:** “Sokakta satılan yiyecekler genelde Türk mutfağını yansıtmıyor. Çünkü hızlıca bir şeyler tüketmeye çalışıyoruz. Türk mutfağı genelde evde yapılan sulu yemek gibi ürünleri barındırır. O yüzden Türk mutfağını pek yansıtmıyor”.

**K11:** “Bence herhangi bir yerin sokaklarında ne satılırsa o ürün o ülkenin kültürünü önemli ölçüde yansıtır. Çünkü o ülkenin insanların neye değer verdiğini neden hoşlandığını yansıtır ve bize de kültür hakkında bilgi verir”.

### Sokak Lezzeti Tüketim Nedenleri ve Tüketim Sıklığı

Katılımcıların ilgili sorulara verdiği yanıtlar caziplik, koku, fiyat uygunluğu, pratiklik ve lezzet olmak üzere beş kategoride kodlanmıştır. Tüketim amacı olarak kodlar dışında da çeşitli yanıtlar elde edilmiştir. Tüketicilerin sokak lezzetleri tüketim nedenlerine ilişkin kelime bulutu oluşturulmuştur. Kelime bulutu Şekil 3'te yer almaktadır.

Katılımlar sokak lezzetlerini daha çok hızlı, ekonomik ve lezzetli olduğu için tükettiğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra açlık, merak, sokak lezzetlerinin cazip ve popüler olması ile sokak lezzetlerine güvenme unsurları, bu ürünlerin tercihinde etkili olmuştur. Sokak lezzeti tüketim amacına yönelik verilmiş çeşitli yanıtlar aşağıda yer almaktadır:

**K18:** “Sokakta yemek bana daha cazip geliyor. Bir restorana kapanmak yerine al yemeğini otur sahilin karşısına ve tadını çıkar. Bir süre de olsa her şeyden kendini soyutlamaktır bu”.

**K4:** “Tezgâhta yiyecekleri görünce canım çekiyor, kokusu cezbediyor veya hiç aklımda yokken canım sokak yemeği isteyebiliyor”.

**K12** “Özellikle öğrenci olduğum için hem ekonomik oluşu hem de çoğu zaman dışarıda olduğumdan dolayı da hız açısından tercih ediyorum”.

**K22** “Genelde vakit kaybı olmasın diye küçük seyyar tezgâhlardan simit vb. şeyler alarak hızlı özelliğinden dolayı tercih ederim”.



**Şekil 3.** Tüketicilerin sokak lezzetlerini tüketim nedenleri

Tüketim sıklığına ilişkin verilen yanıtlar haftanın her günü ve ayda bir kez arasında değişmektedir. Katılımcılardan K1, K4 ve K14 ilk kez gittiği şehirde sokak lezzeti tüketmeyeceğini ifade etmiştir. Bunlar dışındaki tüm katılımcılar tüketmeyeceğini belirtmiştir. Tüketmeyeceğini belirten katılımcıların tüketiminin önündeki engel, sokak lezzetlerine ilişkin çeşitli kaygılardır.

### Sokak Lezzeti Tüketimine İlişkin Kaygı

Katılımcıların ilgili sorulara verdiği yanıtlar bilinmezlik, gıda güvenliği ve lezzet olmak üzere üç grupta kodlanmıştır. Kod dışında da çeşitli yanıtlar elde edilmiştir. Yanıtlardan oluşturulan kelime bulutu Şekil 4'te yer almaktadır.



**Şekil 4.** Tüketicilerin sokak lezzetlerine ilişkin kaygıları

Katılımcılar, en fazla sokak lezzetlerinin temizlik ve hijyen durumuna ilişkin kaygı duyduğunu ifade etmiştir. Bunun dışında en fazla kaygı duyulan unsurlar, sokak lezzetlerinin içerdiği gıdaların ne olduğunu bilmeme ve gıda güvenliğidir. Sokak lezzetlerinin sağlığa etkileri ve lezzetli olma durumu ise diğer unsurlara göre daha az bir kaygı oluşturmaktadır. Katılımcılar, sokak lezzetlerine ilişkin kaygılarını şöyle ifade etmiştir:



**Şekil 5.** Katılımcıların satıcıda bulunmasını istedikleri özellikler

**K6:** “Bazı ürünlere karşı kaygım var, bazılarına karşı ise yok. Genelde hijyene ilişkin kaygılarım var. Özellikle kokoreç ve midyeye ilişkin kaygım var. Gıda güvenliği dışında pek kaygım yok. Sağlık açısından da sorun olabilir, gıdanın sağlıklı olup olmamasıyla alakalı”.

**K10:** “Hijyen açısından kaygım olabiliyor veya içerisinden kullanılacak malzemelerin nasıl

üretildiği ya da sağlıklı bir şey mi yiyorum diye çekincem olabiliyor”.

#### Ürün ve Satıcı Özelliklerine İlişkin Görüşler

Katılımcılara ürünlerin ve satıcının ne gibi özellikler taşıması gerektiği sorulmuştur. Elde edilen yanıtlardan oluşturulan kelime bulutları Şekil 5 ve Şekil 6’da yer almaktadır.

Katılımcılar hem sokak lezzetlerinin hem de sokak satıcılarının temiz olması gerektiğini ifade etmektedir. Sokak lezzetlerinde temizliğin yanı sıra aranan unsurlar, ürünün lezzetli, ambalajlı, hızlı servis edilebilir, cazip, taze ve meşhur olmasıdır. Sokak lezzeti satıcısından beklenen diğer unsurlar ise güler yüzlü, eğitilmiş, sertifikalı ve markalaşmış olmasıdır.

#### Kodlar Arası İlişkiler

Araştırma kapsamında katılımcılardan elde edilen veriler, belirlenen temalar doğrultusunda kodlanmıştır. Bu kodlama, temalar ve kodlar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Katılımcıların sokak lezzetlerini tüketim nedenleri, sokak lezzetlerine ilişkin kaygıları ve sokak lezzetlerinde bulunması gereken özelliklere ilişkin görüşlerinin özetlenmesi için kod birlikte çalışma modeli (Şekil 7) oluşturulmuştur.



**Şekil 6.** Katılımcıların sokak lezzetinde bulunmasını istedikleri özellikler

Kodlar arası ilişkiler, sokak lezzetlerinin tüketim durumunu ve sokak lezzetlerine ilişkin



araştırmalar, özellikle Avrupa ve ABD’de sokak lezzeti tüketiminin sosyoekonomik düzeylere göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır (Buscemi vd., 2011; Corvo, 2014).

Araştırmada elde edilen bulgular, gıda güvenliğine ilişkin kaygının sokak lezzeti tüketimini olumsuz etkilediğini göstermektedir. Ayrıca sokak lezzeti satıcısının ya da satılan ürünün tanınmaması da kaygı oluşturmaktadır. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda tarafımızdan yapılan öneriler aşağıdaki gibidir:

Yetkililer için;

- Sokak lezzetleri satıcıları ve işletmeleri, gıda güvenliği kapsamında sıkı şekilde denetlenmelidir.
- Sokak lezzetleri satıcılarının uygun satış ortamını oluşturması sağlanmalıdır.
- Sokakta satılacak yiyecek-içeceklerin ne koşulda satılacağı, ilgili mevzuat çerçevesinde belirlenmelidir.

Mutfak araştırmacıları için;

- Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin hangi ürünler olduğu net olarak ortaya koyulmalıdır.
- Özellikle dünya genelinde Türk mutfağına ait sokak lezzetlerinin tanıtımının ve pazarlamasının uygun biçimde yapılması gerekmektedir.
- Ünlü restoranların yanı sıra çeşitli sokak lezzetleri satıcılarının da tanıtılması gerekmektedir.
- Tanıtım faaliyetleri akademik yayınların yanı sıra görsel ortamda da yapılmalıdır.

### Kaynakça

**Addo-Tham, R., Appiah-Brempong, E., Vampere, H., Acquah-Gyan, E., Gyimah Akwasi, A. (2020).** Knowledge on food safety and food-handling practices of street food vendors in ejisu-juaben municipality of Ghana. *Advances in Public Health*, 2020, 1-7. <https://doi.org/10.1155/2020/4579573>

**Alfiero, S., Giudice, A. L., Bonadonna, A. (2017).** Street food and innovation: the food truck phenomenon. *British Food Journal*, 119(11), 2462-2476.

**Bayraktar, G. Zencir, E. (2019).** Sokak satıcılarının gözünden sokak lezzetleri: İzmir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1367-1382.

**Buscemi, S., Barile, A., Maniaci, V., Batsis, J. A., Mattina, A., Verga, S. (2011).** Characterization of street food consumption in Palermo: possible effects on health. *Nutrition Journal*, 10(1), 1-9.

**Ceyhun Sezgin, A., Şanlier, N. (2016).** Street food consumption in terms of the food safety and health. *Journal of Human Science*, 13(3), 4072-4083,

**Choudhury, M., Mahanta, L., Goswami, J., Mazumder, M., Pegoo, B. (2011).** Socio-economic profile and food safety knowledge and practice of street food vendors in the city of Guwahati, Assam, India. *Food Control*, 22(2), 196-203.

**Corvo, P. (2014).** Food trucks in the USA: Sustainability, young entrepreneurship, and urban revitalization. İçinde: Cardoso, D. C. V. C., Companion, M., Marra, S. R. (Eds), *Street Food* (pp. 151-163). London: Routledge.

**Coşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E. (2015).** Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

**Demir, Ş., Akdağ, G., Sormaz, Ü., Özata, E. (2018).** Sokak lezzetlerinin gastronomik değeri: İstanbul sokak lezzetleri. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 589-601.

- Demirci, B., Yılmazdoğan, O. C., Düşmezkalender, E. (2020).** Festival algısı, festival memnuniyeti, festival değeri ve aidiyet ilişkisi: Eskişehir sokak lezzetleri festivali örneği. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(1), 1096-1112.
- Eksen, İ. (2008).** İstanbul'un Tadı Tuzu. İstanbul: Everest Yayınları.
- Ferrari, A. M., Oliveira, J. D. S. C., São José, J. F. B. D. (2021).** Street food in Espírito Santo, Brazil: a study about good handling practices and food microbial quality. *Food Science and Technology*, 41(2), 549-556.
- Fusté-Forné, F. (2021).** Street food in New York City: Perspectives from a holiday market. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100319. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100319>
- Gönülgül, S., Durlu Özkaya, F. (2017).** Los Angeles ve Toronto sokak lezzetlerinin menü içeriği ve üretim bakımından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 454-465.
- Liu, Z., Zhang, G., Zhang, X. (2014).** Urban street foods in Shijiazhuang city, China: Current status, safety practices and risk mitigating strategies. *Food Control*, 41, 212-218.
- Mwove, J., Imathiu, S., Orina, I., Karanja, P. (2020).** Food safety knowledge and practices of street food vendors in selected locations within Kiambu County, Kenya. *African Journal of Food Science*, 14(6), 174-185.
- Nurudeen, A. A., Lawal, A. O., Ajayi, S. A. (2014).** A survey of hygiene and sanitary practices of street food vendors in the Central State of Northern Nigeria. *Journal of Public Health and Epidemiology*, 6(5), 174-181.
- Ohiokpehai, O. (2003).** Nutritional aspects of street foods in Botswana. *Pakistan Journal of Nutrition*, 2(2), 76- 81.
- Omemu, A. M., Aderoju, S. T. (2008).** Food safety knowledge and practices of street food vendors in the city of Abeokuta, Nigeria. *Food Control*, 19(4), 396-402.
- Öney Tan, A. (2013).** *Turkey*. İçinde: Kraig, B., Sen, C. T. (Eds), *Street Food Around the World: An Encyclopedia of Food and Culture*. California: ABC-CLIO, LLC.
- Özdemir, R. (2017).** Tüketici haklarına yönelik tarihte yapılan ilk kanun: "Kanunname-i İhtisab-ı Bursa". *Mecmua*, (4), 1-16.
- Smith, V. L. (1998).** War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 202-227.
- Solunoğlu, A., Nazik, M. H. (2018).** Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Ünsalan, G. (2021).** The 10 best Turkish street foods. <https://www.timeout.com/istanbul/restaurants/the-best-turkish-street-foods>
- Yalay-Heckerroth, F. (2021).** A Guide To The Best Istanbul Street Food. <https://theculturetrip.com/europe/turkey/articles/a-guide-to-the-best-istanbul-street-food>
- Yerasimos, S. (2002).** Sultan Sofraları (3. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016).** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Ö., Albayrak, A. (2019).** Yabancı turistlerin İstanbul sokak yemeklerini değerlendirmeleri üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1077-1092.

## Yerel Gastronomik Kimlik Oluşum Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi Örneği

**Abdullah BAYCAR**

Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
abaycar@siirt.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-4995-2275

Geliş tarihi / Received: 30.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 13.04.2022

### Öz

Bu çalışmadaki amaç, gastronomi müzelerinin yerel gastronomik kimlik oluşumundaki önemini Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneğiyle ortaya koymaktır. Çalışma kapsamı, Safranbolu Türk Kahve Müzesi ve müzenin barındırdığı obje ve hizmetlerdir. Bu çalışmada; müzenin bulunduğu yöre, müze binası, müze materyalleri ve sunduğu hizmetlerin folklorik ve antropolojik anlamları müze gezi gözlemleri, müze çalışan anlatımları ve baristaların aktarımlarıyla irdelenmiştir. Birincil kaynaklara ek olarak, ikincil kaynaklar olarak müze kurucu ve çalışanların yerel ve ulusal medya platformlarına verdikleri röportajlardan istifade edilmiştir. Sosyal medya platformları analiz edilerek konukların deneyim paylaşımları ve yorumlarıyla gastronomik kimlik etkileri saptanmaya çalışılmıştır. Müzede yerel, ulusal ve ulus ötesi anlam ifade eden birçok varlığın geleneksel yapıda modern olarak arz edildiği saptanmıştır. Bu tür müzeler, kültürel mirasın korunup gelecek nesillere aktarılmasında bir araç olacağı gibi yerli ve yabancı turistlerin yiyecek ve içecek deneyimlerini en üst düzeyde yaşamalarına olanak sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi müzeleri, gastronomik kimlik, Safranbolu, Türk kahvesi

## Gastronomy Museums as a Formation Element of Local Gastronomic Identity: The Case of Safranbolu Turkish Coffee Museum

### Abstract

This study aims to show the importance of gastronomic museums in forming a local gastronomic identity with the case study of Safranbolu Turkish Coffee Museum. The scope of the study was Safranbolu Turkish Coffee Museum and the objects and services hosted by the museum. The museum's region, the museum building, the museum materials, and the folkloric and anthropological meanings of the services it offers were examined through museum tour observations and museum employee narratives. In addition to the primary sources, interviews given by the museum founders and employees to local and national media platforms were used. The effects of the guests' experience and comments on gastronomic identity were determined by analysing the social media platforms. Many assets that have local, national and transnational meanings in the museum have been presented by a modern presentation in a traditional building. These kinds of museums are a tool for preserving the existing cultural heritage transferring it to future generations and providing the opportunity for local and foreign tourists to experience food and beverage experiences.

**Keywords:** *Gastronomic identity, gastronomy museums, Safranbolu, Turkish coffee*

### Giriş

Yerel gastronomik kimlik, baskın anlayıştan ayrılan yörenin kendine has doğal ve beşerî niteliklerin kombinasyonu ile oluşmaktadır (Yılmaz, 2017). Gastronomik kimliğin oluşumu; yerel gelişim, yatay gelişim, dikey gelişim ve çapraz gelişim aşamalarına ait unsurların teşekkülüyle değerlendirilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002).

Gastronomik kimlik unsurlarının turizmde önemli bir gelir kaynağı olabilmeleri için yatay gelişim aşamalarını aşmış ve daha üst aşamalara ulaşmaları gerekmektedir. En üst gelişim aşaması olan çapraz gelişim aşaması, yiyeceğin farklı bir turizm aktivitesiyle bütünleştirildikten sonra ulusal ve/veya uluslararası boyutta markalaşması sonucu sunulmaya eriştiği seviyedir (Nebioğlu, 2017). Gastronomi müzeleri; yerel ve yatay gelişim aşamalarını aşmış dikey gelişim aşamasındaki gastronomik unsurların bir başka turizm faaliyeti olan müzecilikle bütünleşerek ortaya çıktığı üçüncü seviyeye ulaşmış yapılarıdır (Hjalager ve Richards, 2002).

Altı yüz yıllık geçmişiyle kendine özgü kavurma yönteminin farklılaşmasıyla markalaşan Türk kahvesi, Türk içecek kültürünün önemli bir parçası durumuna ulaşmış bir niteliktedir (Hatipoğlu ve Batman, 2014). Kahve; özgül kavurma yöntemlerine farklı hammadde, ek bileşen ve aroma ilavesi, öğütme biçimi, pişirme tekniği, cezveleri, sunuş şekli, telvesi, tüketim zaman ve amacı gibi elementler ilave edilerek mutfak kültüründe yerini derinleştirmiştir (Bayerova, 2019). Kız isteme ve taziye merasimi gibi özel günlerde tüketim adetleri edinilmesi kahveye taklit edilemeyecek folklorik bir boyut kazandırmıştır (Cengiz ve Lopar, 2020).

Turistlerin, farklı yemekleri deneyimlerken o yemeklerin kültürel niteliklerini öğrenme talebine cevap vermesi açısından gastronomik müzelerin önemi büyüktür (Hjalager ve Richards, 2002; Ser, 2020). Yiyecek kültürünün müze gibi turistik ve kültürel niteliklerle kombine edilmesi hem ürünlerin hem de destinasyonun katma değerlerini artırmaktadır. Gastronomi müzeleri



hem yerel hem de uluslararası ziyaretçilerin tatminini de artırmaktadır (Ser, 2020). Gastronomi müzeleri; yiyeceklerin tarihi geçmişi, pişirme yöntemleri, çeşitleri, yöre kültüründeki yerleri ve hikâyelerinin sergilendiği yerlerdir (Prentice, 1993). Tüketim olanaklarının müzelerle entegre edilmesi hem turistin kalış süresini uzatmakta hem de harcama miktarını artırmaktadır (Chepurda ve Savchenko, 2020; Hjalager ve Richards, 2002; Prentice, 1993). Kültür turizmi için önemli destinasyonlardan biri olan Safranbolu, UNESCO Dünya Miras Listesi içinde yer alan müze kentlerden birisidir (Özmen ve Eren, 2020; Kiper ve Arslan, 2007). Tarih, kültür, doğa ve inanç gibi birçok turizm çeşidine elverişli olanakları mevcuttur (Gürbüz, 2002). Safranbolu; tarihi yapı restorasyon çalışmaları, yeni konaklama yerleri, restoranlar, ören yerleri, rekreasyon faaliyetleri ve müze gibi turizm yatırımlarıyla son yıllarda turizm sektöründe cazibesini daha da artırmaktadır (Gürbüz, 2011; Karakaya ve Akbulut, 2010).

Safranbolu Türk Kahve Müzesi; tarihi bir binada Türk ve dünya kahve kültürüne ait objeleri nostaljik bir esintinin modern tekniklerle sergilendiği bir müzedir. Ayrıca Safranbolu Türk Kahve Müzesi'nde birçok Türk kahve çeşitlerinin hazırlanıp sunulduğu ve satışının yapıldığı hizmetler de mevcuttur. Bu vasıflarıyla Safranbolu Türk Kahve Müzesi, Türk kahvesine ait unsurları çok yönlü deneyimleme olanakları sağlamaktadır. Gastronomiyi müzecilikle bütünleştiren Safranbolu Türk Kahve Müzesi, Hjalager ve Richards'ın (2002) kimlik sınıflandırmasına göre dikey gelişim aşamasında bir unsurdur. Bunun yanında Safranbolu Türk Kahve Müzesi, UNESCO somut olmayan kültürel miras listesinde ilk Türk içeceği olan kahvenin; korunması, tanıtılması ve gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynadığı gibi turizm destinasyonları için çekicilik unsuru olarak sür-

dürülebilir turizme katkı sağlamaktadır (Bozgaıcı ve Çevik, 2021).

Bu çalışmada; gastronomi müzelerinin Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneğiyle yerel gastronomik kimlik oluşumu üzerine etkisi incelenmiştir. Çalışma kapsamında müzeye ait objeler ve temsil ettikleri kültürel miras incelenmiştir. Müzeyi deneyimleyen ziyaretçilerin yorum ve tecrübeleri sosyal medya platformları vasıtasıyla analiz edilmiştir. Ayrıca, geleneksel yazılı ve görsel medya araçları (haber ve belgeselleri) analiz edilerek elde edilen veriler çalışma bulgularına dâhil edilmiştir. Çalışmadaki amaç, kahve müzesi örneğiyle bu tür müzelerin gastronomik kimlik oluşumunda yeri ve etkisini açığa çıkararak ulusal düzeyde potansiyeli olan birçok ürünün müze kurulum ihtiyacına yön oluşturmaktır.

### **Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Kimlik Oluşumu**

Deniz, kum ve güneş anlayışı içerisinde yer alan kitle turizm faaliyetlerine zamanla sağlık, kültür, eko, spor, kongre ve inanç gibi alternatif turizm faaliyetleri de eklenmiştir. Her geçen gün alternatif turizm faaliyetlerine yenileri eklenmeye devam etmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014). Son strateji ise farklı turizm çeşitlerinin uyumlu bir destinasyonla bütünleştirilerek sunulmasıdır (Şengel, 2020). Gastronomi, her çeşit turizm faaliyetiyle bütünleştirilebilecek bir esneklik mahiyetine sahiptir (Alpaslan, vd., 2018; Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017; Sevimli, vd., 2021). *Gastro* (mide) ve *nomos* (kaide) kelimelerinden türetilen gastronomi, “*temelinde belirli kültürlerin yansımaları olan, yemek hazırlama, pişirme, sunum ve yeme-içme deneyimiyle ilgili bir sanat ve bilim dalı*” şeklinde tanımlanmaktadır (Sarıışık ve Özbay, 2015). Sarıışık ve Özbay'ın (2015) gastronomi turizmi için derlemiştir olduğu tanımlarından yaptığı çıkarıma göre

bu çeşit turisti güdüleyen motivasyon aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Lokal mutfak kültür ve gelenekleri deneyimlenerek öğrenme,
- Yeni öğün sistemleri ve yeme biçimleri keşfetme,
- Sıra dışı lezzetleri tatma ve pişirme tekniklerini görme.

Gastronomi turizmi, yemek kültürünün odakta olduğu bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi destinasyonun ikincil veya diğer alt amaçları arasındayken, son zamanlarda tercih edilen destinasyonun lokal yiyecek ve içeceklerinin hazırlanması, pişirilmesi ve sunumuyla ilgili gerçekleştirilen özel ilgi turlarıyla birincil amaç olarak alternatif turizm çeşitleri arasında konum edinmeye başlamıştır (Zengin, Uyar ve Erkol, 2015). Gastronominin, turizmin ana motivasyon kaynağı ve parçası olduğu bilinmektedir (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronomi turizmi; yerel nitelikteki restoranlar, patent ve tescillenmiş yiyecek-içecekler, yerel yemek-içecekler, ürün toplama faaliyetleri (hasat, bağbozumu vb.), tadım turları, yemek festivalleri, yemek yarışmaları, gastronomi müzeleri ve mutfak eğitimi veren kurum ve kuruluşlar gibi birçok faktörü kapsar (Şengül, 2017). Gastronominin dünyada turizm gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturduğu da bilinmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014). Gastronomi turizm unsurları, moleküler gastronomi gibi modern elementler olabileceği gibi çoğu zaman kırsal nitelik unsurlarıyla ön plana çıkmaktadır (Baycar, 2021a).

Gastronomik kimlik (yeme ve yemek lezzet profilleri, görgü kuralları, yemek tarifleri, bileşenlerin ve tekniklerin füzyonu, yemek dizayn ve stilleri) Harrington'a (2005) göre çevre (coğrafya, iklim, mikroklima, yerel ürünler, ürün adaptasyonları ve yeni ürünler gibi) ve kültürün

(tarih, etnik çeşitlilik, deneyimler, inovasyonlar, kabiliyet, gelenek, inanç ve değerler gibi) sentezinden meydana gelmektedir. Yöresel özgünlüğü ifade eden gastronomik kimliğin teşekkülü taklit edilemeyen seviyeye ulaşmasıyla tanıtım ve markalaşma olanaklarına ulaşmaktadır (Danhi, 2003).

Gastronomik kimlik için geliştirilen birçok değerlendirme yöntemi mevcuttur. Hjalager ve Richards (2002) ise gastronomik kimliği yerel, yatay, dikey ve çapraz aşamada sınıflandırmıştır. Herhangi bir unsurun yöreselliğini ifade eden ilk aşama (yerel gelişim aşaması) yöreye ait işleme ve üretimle ikinci aşamaya (yatay gelişim aşaması), farklı bir turizm faaliyeti ile birleşme ve bütünleşmeyle üçüncü aşamaya (dikey gelişim aşaması), markalaşma ve sürdürülebilirlik kazanmakla en üst aşamaya (çapraz gelişim aşaması) erişebilmektedir (Hjalager ve Richards, 2002; Nebioğlu, 2017). Hjalager ve Richards'ın (2002) gastronomik kimlik sınıflandırması aşağıdaki gibidir:

- Yerel gelişim aşaması: Gastronomik elementlerin doğrudan yöre halkına arz edilen, herhangi bir turizm faaliyetine katılmayan unsurların bulunduğu aşamadır. Köy ve semt pazarlarındaki ürünler buna örnek gösterilebilir.

- Yatay gelişim aşaması: Gastronomik öğelerin yerel yöntemlerle spesifik kalite standartlarına uygun şekilde sunuldukları aşamadır. Yerel yemek, peynir çeşitleri, pekmez vb. örnek olarak gösterilebilir.

- Dikey gelişim aşaması: Gastronomik unsurların başka bir turizm faaliyetiyle birleştirilip bütünleştiği aşamadır. Yemek festivalleri, yemek yarışmaları, gastronomi müzeleri bu aşamanın başlıca örnekleridir.

- Çapraz gelişim aşaması: Gastronomik unsurların medya aracılığıyla markalaştığı eğitim ve kurslarla profesyonelleşme ve sürdürülebilir gelişiminin sağlandığı aşamadır.

## Gastronomi Müzeleri ve Türkiye'deki Durum

Müze; kültür varlıklarını tespit eden, ilmi metotlarla açığa çıkararak, inceleyen, değerlendiren, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, halkın kültür ve tabiat varlıkları konusundaki eğitimini, bedii zevkini yükselten, dünya görüşünü geliştirmede tesirli olan daimî kuruluştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1990). Her alanda teknik ve teknoloji, gün geçtikçe gelişmektedir. Gelişen materyal ve metotlarla beraber eskileri önemini yitirmekte ve zamanla yok olmaktadır. Gerek gelişim tüneline gerekse de tarihi gizemi sunmada, öğretmede ve farklı güdülerini tatmin etmede müzeler önemli bir işlev ve sahiptirler (Şahan, 2005). Koleksiyonlarına göre genel, arkeoloji, sanat, tarih, etnografya, doğa müzeleri, jeoloji, bilim, askeri, endüstri vb. şeklinde sınıflandırılabilen müzeler, hitap ettikleri kitleye göre ise eğitici, uzmanlaşmış ve genel toplum müzeleri olarak sınıflandırılmaktadır (Gürçay, 2014; Madran, 1999).

Gastronomi müzeleri, hitap ettikleri kitleye göre uzmanlaşmış müzeler sınıfına girmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının denetiminde 29.12.2021 tarihi itibarıyla 319 özel müze faaliyet göstermektedir. Bu müzeler; bakanlıklar, kamu kurum ve kuruluşları, gerçek ve tüzel kişilerle vakıflar, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 26. Maddesi doğrultusunda Bakanlığımızdan izin almak şartıyla, kendi hizmet konularının veya amaçlarının gerçekleştirilmesi için her çeşit taşınır kültür varlığını içeren müzeler olarak kurulmuşlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Zengin mutfak kültürüne sahip kentlerde gastronomi müzeleri söz konusu kültürün korunması ve tanıtımına önemli katkılar sunmaktadır. Bunun yanında bu tür müzeler, modern mü-

zecilik konseptte yeknesaklık dışı, bazı yiyecek-içeceklerin tarihsel gelişim ve dönüşümünü sergilemektedirler. Lokasyon ve ambiyansa özgü sıra dışı sunumlar, atölyeler ve rekreasyon faaliyetiyle desteklenip gastro-turistlere yönelik interaktif katılımlı ve eğlenceli aktivitelerle zenginleştirilebilmektedir (Erdoğan ve Özdemir, 2018).

Ulusal mutfağımız Orta Asya'dan Balkanlara kadar geniş coğrafyanın etkileşimiyle tarihi imkân, kabiliyet ve tecrübeler sonucu oluşarak dünya mutfakları arasındaki seçkin yerini almıştır. Bu niteliğiyle yabancı ve yerli konukların turizm destinasyonlarının önemli bir parçası haline gelmiştir (Göker, 2011; Güzel, 2009). Türk mutfağının tadım dışında korunması ve tanıtılması için gastronomi müzeleri önemli işlev görmektedirler. Gastronomi müzeleri; yiyecek ve içeceklerin kültürlerini, alışkanlıklarını, muhafaza ederek kültürel değerlerin korunmasını, gelecek nesillere aktarılmasını ve devamlılığını sağlamaktadır (Çetin ve Küçükkömürler, 2018). Türkiye'de gerek yörenin mutfak kültürünü gerek bir ürün ve türevini konseptleyen 14 adet ürün ve gastronomi müzesi kurulmuştur (Tablo 1).

Bu tür kültürel olguların barındırılması şehir imajı ve destinasyon pazarlamasında çekicilik unsuru olmaktadır (Mankan, 2017). Ayrıca 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 26. Maddesi doğrultusunda Kültür ve Turizm Bakanlığının müze statüsüne sahip olmayan ancak müze işlevi gören gastronomi kuruluşları da mevcuttur (Tablo 2). Türkiye'de UNESCO Dünya Mirası Listesinde yer alan sayılı yörelerden biri olan Safranbolu, Batı Karadeniz Bölgesinde Karabük iline bağlı bir ilçedir. Tarihi dokusundan dolayı büyük bir kısmı sit alanı ilan edilerek koruma altına alınmıştır.

**Tablo 1.** Kültür ve Turizm Bakanlığının müze statüsünde tanıdığı gastronomi müzeleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021)

Müze Adı	Tema	Şehir
Safranbolu Kahve Müzesi	Ürün (Kahve)	Karabük
Baklava Müzesi	Baklava	Gaziantep
Emine Göğüş Mutfak Müzesi	Mutfak	Gaziantep
Yaşayan Köy Anadolu Müzesi	Yöresel ürünler	Ankara
Asmadan Bağcılık Müzesi	Üzüm	Çanakkale
Toprak Mahsulleri Ofisi Müzesi	Kurum	Ankara
Çine Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Aydın
Özel Muğla Arıcılık Müzesi	Arıcılık	Muğla
Adatepe Zeytinyağı Müzesi	Zeytinyağı	Çanakkale
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Zeytin	Hatay
Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi	Zeytin	Aydın
Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi	Zeytin	İzmir
Çikolata Müzesi	Çikolata	İstanbul
Çay Müzesi (Beyaz Ev)	Çay	Rize

**Tablo 2.** Türkiye gastronomi müzeleri (Ağcakaya ve Can, 2019; Aydın ve Şahin, 2018; Mankan, 2017; Yeşilyurt, Arıca, 2018)

Müze Adı	Tema	Şehir
Dulkadiroğlu Tematik Mutfak Müzesi	Mutfak	Kahramanmaraş
İstanbul Gastronomi Müzesi	Mutfak	İstanbul
Hacıbanlar Evi	Mutfak	Şanlıurfa
Marmaris Bal Evi	Ürün (Bal)	Muğla
Atatürk Orman Çiftliği Şarap Müzesi	Şarap, bal, turşu ve sirke	Ankara
Feyzi Kutman Şarap Müzesi	Şarap üretimi	Tekirdağ
Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi	Otlar	Hatay
Boğatepe Peynir Müzesi	Ürün (Peynir)	Kars
Zavot Peynir Köyü Müzesi	Peynir	Kars
Tarihi Erzurum Evleri	Mutfak	Erzurum
Güze (Gül Müzesi)	Ürün (Gül)	Isparta

## Safranbolu ve Turizm Olanakları

Tarihi sivil mimarisi, kültürel varlıkları, doğal güzellikleri, spor olanakları, tıbbi aromatik bitki çeşitliliği, zengin mutfak kültürü ve geleneksel el sanatlarıyla birçok çeşit turizme elverişli bir yöredir (Ceylan ve Somuncu, 2016; Ersöz, 2021). Safranbolu, var olan turizm potansiyelini kullanmak için son yıllarda yeni tüketim ve konaklama yerleri oluşturmanın yanında tarihi yapı restorasyon ve yeniden işlevlendirme çalışmaları yürütmektedir. Nitekim her geçen gün yabancı turist ağırlama sayısı artmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022b). Kültürel zenginliği, benzersiz doğal ve beşerî niteliklerden kaynaklanmaktadır. Beşerî faktörler arasında; 18.yüzyılda Asya ve Avrupa arasındaki önemli ticaret yolları üzerinde bulunması, önemli idari merkezi olması, koruyucu ve muhafazakâr yöre insanına sahip olması, büyük şehir ve yollara yakınlığı gibi birçok faktör sıralanabilir. Doğal faktörler için ise tıbbi ve aromatik bitki varlığına elverişli iklim, doğal mağara yapısına uygun topografya, su ve doğal güzellikler sayılabilir (Albayrak, 2013; Ceylan ve Somuncu, 2016; Ersöz, 2021; Somuncu, Yiğit ve Bölükbaşı-Ertürk, 2007). UNESCO'ya (2009) göre, Türkiye'nin dünya miras alanları koruma ve yönetimde güncel durumuna göre Safranbolu'nun kültürel miras listesine dâhil edilmesi aşağıdaki şekilde gerekçelendirilmiştir:

- Tarihi geçmişinde müreffeh bir toplum olmasından ihtiyaç ötesi estetikte genel ve yerel bir mimari yapının oluşumu ve korunması
- Doğu ile Avrupa arasındaki bağ olarak asırlar boyunca sürdürülen kervan ticareti diğer yerlerde kaybolmasına karşın kentin bu niteliği muhafaza etmesi
- Güncel sosyoekonomik değişime maruz kalabilmesine rağmen geleneksel yerleşimi korumak için devamlılık arz eden çabaların gösterilmesi.

Tarihi Safranbolu evleri ve sokaklarının yanı sıra T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a) tarafından yerli ve yabancı turistlere önerilen yerler aşağıdaki gibidir:

- Hıdırlık Tepesinden panorama (Namazgah, Türbe, Anıt mezar)
- Kaymakamlar Gezi Evi
- İzzet Mehmet Paşa Camii
- Demirciler ve Bakırcılar çarşısı
- Cinci Hanı
- Köprülü Mehmet Paşa Camisi ve Güneş Saati
- Yemeniciler Arastası
- Kale'den şehri izleme
- Kent Tarihi Müzesi (Eski Hükümet Konağı)
- Saat Kulesi
- Anadolu Saat Kuleleri Minyatürleri
- Yörük köyü Gezisi
- Bulak Mencilis Mağarası
- İncekaya Su Kemer ve Kristal Teras

Turistlere pazarlanmak üzere geleneksel el sanatları.

küçük atölye ve satış yerlerinde üretilmektedir. Su sporları, doğa gezileri, eko-turizm, kültürel geziler ve gastro-turizm gibi alternatif turizm çeşitlendirilmesinin yanında otel, restoran, kafe, pazar gibi yatırımlarla turizm gelişimi sağlanmaktadır (Bozkurt ve Altınçekiç, 2013; Ceylan ve Somuncu, 2016; Diker, Çetinkaya ve Cinkara, 2016; Ersöz, 2021; Gezer, 2013; Gürbüz, 2011; Özdemir, 2000; Yılmaz, 2018). Bunun yanında son yıllarda müze varlıklarına önem göstererek, müze ve müze ev sayısını önemli derecede artırmıştır. "Müze kent" olarak anılan lokasyonun yanı sıra en çok popüler olan müzeler; Safranbolu Kent Müzesi, Tabakhane Müzesi ve Kaymakamlar Gezi Evi'dir (Tablo 3).

**Tablo 3.** Safranbolu müzeleri (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022a)

Müze Adı	Tema	Sahibi
Safranbolu Kahve Müzesi	Kahve	Özel
Safranbolu Kent Tarihi Müzesi	Kent müzesi	Kaymakamlık
Tabakhane Müzesi	Deri ürünleri ve işleme	Bakanlık
Kaymakamlar Gezi Evi	Müze evi	Bakanlık

Lokum vb. birçok yiyecekte kullanılan safran bitkisinden ismini alan kentin hem yöreye hem de turistlere sunacağı zengin bir mutfak kültürü vardır (Akan, 2007; Diker, Türker, Çetinkaya ve Kaya, 2017). Yerel nitelikte bitkiler, mahalli yemekler, tarihi mutfak mimarisi ve Safranbolu kahve müzesi gibi yiyecek-içecek müzeleri yöreye istisnai bir gastronomik kimlik kazandırmaktadır (Ayyıldız, 2019; Bozagcı ve Çevik, 2021; Özmen ve Eren, 2017;).

### Gereç ve Yöntem

Bu çalışmada, Türkiye'nin Karabük ili Safranbolu ilçesinde yer alan Safranbolu Türk Kahve Müzesinin; Hjalager ve Richards'ın (2002) yöresel (ve ulusal) gastronomik kimlik oluşumundaki yerinin değerlendirmesi yapılmıştır. Safranbolu Türk Kahve Müzesi objeleri çalışma materyalleri olarak incelenmiş, ifade ettikleri folklorik ve antropolojik anlamların yöresel, ulusal ve küresel çerçeveden incelenmesi yapılmıştır.

Çalışma verileri; müze gezi gözlemleri (method of observation), müze görevlilerinin anlatımları ve geleneksel medya analizleriyle elde edilmiştir (Baycar, 2021b; Bollo ve Dal Pozzolo, 2005; Filiz, 2010). Bina ve objelere ait bilgilerin derlenmesinde birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Yeşilyurt ve Arıca'nın (2018) Türkiye'nin ilk mutfak müzesi ziyaretçi deneyimlerini incelediği araştırmasında kullandığı

araştırmacının yargısına göre belirleme ve yargısal örnekleme başvurulmuştur. Safranbolu Türk Kahve Müzesi'ni gezen ve kafesinde ürünlerini tadımlayanların yaşadıkları deneyimlerden gastronomik kimliğe yönelik yorumları (Trip Advisor) derlenmiştir (Seyitoğlu ve Alphan, 2021). Bu verilerin değerlendirilmesi için müze yönetiminden izin alınmıştır.

Müze gezisi sırasında obje, bina ve ambiyanın araştırmacıda oluşturduğu fenomenolojik analizi (şaşkınlık, heyecan durumu, geçmiş öğrenme konusunda merak duygusu, eğlendirici olma ve keyif hissi vb.) yapılmıştır (Bollo ve Dal Pozzolo, 2005; Filiz, 2010). Yerel ve ulusal geleneksel medya gastronomik unsurların markalaşmasında önemli araçlardır. Nitekim tanıtım ve markalaşma Hjalager ve Richards'ın (2002) gastronomik kimlik sınıflandırılmasında en üst gelişim aşaması olan çapraz gelişim aşamasında yer almaktadır (Nebioğlu, 2017). Ulusal ve yerel geleneksel medya araçlarının içerikleri Baycar'ın (2021b) kullandığı yönteme göre incelenmiştir.

Sosyal medya tek taraflı boyuttan daha interaktif bir yöne evrilmiştir. Bu mahiyetiyle sosyal medya içeriğiyle tepkilerin nabzını tutmak, son yıllardaki önemli araştırma konularından birisi haline gelmiş durumdadır (Albayrak, Topal ve Altıntaş, 2017). Ekşi Sözlük gibi platformlar, konveksiyonel medyanın regülatör kuruluşların sıkı denetiminden arı 'iç dökme eylemi' ola-

rak kabul edilen bu söylemler sosyal ağların, blogların, mikrobloggerların, forumların, katılımcı sözlüklerin, fotoğraf, video ve müzik paylaşım sitelerinin, dijital oyun sitelerinin, okur yorumlarının doğal bir parçası olarak önem kazanmıştır (Öztekin, 2015). Gezi planı yapan kişiler, bir yeri programlamadan önce başvurdukları tecrübe paylaşım platformlarından birisi TripAdvisor'dır. Bu tür platformlarda kişiler gezi esnasında yaşadıkları deneyimlerini özgürce paylaşmaktadırlar. Seyitoğlu ve Alphan (2021), "kullanıcı katkılı içerik" (user generated content) metodunu kullanarak dünyanın en çok bilinen seyahat platformlarından biri olan TripAdvisor'da 9 çay ve kahve müzelerindeki (5 çay 4 kahve) ziyaretçi tecrübelerini inceleyerek çay ve kahve müzelerinin farklı kriterlerdeki etkilerini incelemişlerdir. TripAdvisor'daki her bir katılımcı için K1, K2, K3... şeklinde kodlar kullanılmıştır. Çalışmada, 2019-2022 yılları arasında ziyaretçiler tarafından söz konusu müze için açılan hesaplara yapılan yorumlara yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin kullanım ve yayımlanma izni müze yetkililerinden alınmıştır.

## Bulgular ve Tartışma

Müzeler, kültür varlıkları olarak başlı başına bir turizm faaliyeti olarak ön plana çıkmaktadırlar. Gastronomik bir unsur olarak kahvenin kültür varlığıyla bütünleşmesi, gastronomi turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır. Tarihi mimarisi başlı başına bir turizm cazibe merkezi olan Safranbolu'da bu tür bir müzenin varlığı destinasyonu çeşitlendirmekte ve turist tatminine katkı sağlamaktadır.

Bozagcı ve Çevik (2021), müzenin destinasyonlara anlaşma olmaksızın eklendiğini, çekicilik unsuru olarak Türk kahvesi kültürünü koruduğunu, tanıttığını ve sürdürülebilirliğini sağladığını belirtmişlerdir. Bu mahiyetiyle Safranbolu Türk Kahve Müzesinin; Hjalager ve Richards'ın (2002) yöresel (ve ulusal) gastronomik kimlik oluşumunun ilk üç aşamasına (yerel, yatay ve dikey gelişim aşamaları) dair unsurları kendisiyle beraber barındırdığı en üst aşama olan çapraz gelişim aşaması önemli zemin (tanıtım, markalaşma ve sürdürülebilirlik ile) oluşturmaktadır (Tablo 4).

**Tablo 4.** Safranbolu müzesinin gastronomik kimlik aşamalarında unsurlarıyla ilintisi

Gelişim Aşaması	Gastronomik Unsur	Örnek	Kaynak
Yerel Gelişim Aşaması	İşlem görememiş hammadde, bitki vb.	Kahve çekirdekleri, safran bitkisi vb.	Gözlem
Yatay Gelişim Aşaması	İşlenmiş ürün	Kahve çeşitleri (Safran, Nohut, Burçak, Zingarella, Cilveli, Tarz-ı Hususi, Mırza, Şehzade, Hilve, Dibek vb. 40 çeşit)	Gözlem ve Barista
Dikey Gelişim Aşaması	Başka bir turizm faaliyetiyle birleştirilmesi	Müzenin kendisi (kültürel varlık), Kahve duası (inanç +yiyecek)	Gözlem ve müze rehberi
Çapraz Gelişim Aşaması	Tanıtım ve markalaşma	Ulusal ve yerel kanallar, internet haber ve gezi siteleri	Ulusal ve yerel medya kanal ve siteleri

Çetin ve Küçükkömürler'in (2019) 2012'de açılan Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi'nin turizmde çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm faaliyetlerine katkısı sağlanmasının yanında yiyecek ve içecek kültürünün kaydedilerek korunmasını sağladığı belirlenmiştir. Bu tür yapıların ve kültürel varlıkların turizmde sürdürülebilirlik sağladığı ifade edilmiştir. Türkiye'nin zengin yemek kültürü ve turizm potansiyeline rağmen dünyayla kıyaslandığında çok az sayıda gastronomi müzesi mevcuttur (Mankan, 2017). Bu eksikliği gidermek amacıyla birçok gastronomik değer için müze kurulması önerilerinin geliştirilmesi önemlidir (Çakıcı, Korkmaz ve Sırtlı, 2021).

Müze gezi gözlem ve anlatımları, obje, bina ve ambiyansın araştırmacıda oluşturduğu fenomenolojik analizi sonucuna göre çıkarım elde edilmiştir. Müze, beyaz renk taş duvarlar niteliğiyle ilçenin tarihi dokusuyla uyumlu ve bütünlükli nostaljik bir duygu oluşumunu doğurmuştur. Ulusal önemli şahsiyetlere ait objelerin (Atatürk'ün doktoruyla son içtiği kahve fincanı, Sultan II. Abdülhamid Han'ın kahve fincanı, Sütçü İmam'ın cezvesi) varlığı ulusal niteliğini pekiştirmektedir. On iki imamı simgeleyen Bektaşî kahve takımı, müze girişindeki kahve duası, Boşnak kahve fincanı [Kulplu kahve fincanı tutulduğunda parmaklar Sırların dini sembolü istavroz çekilir gibi şekil aldığından, savaş yıllarında Müslüman Boşnaklar, bu konuda Hristiyanlar tarafından alaya alınınca, Boşnaklar Sırlardan ayrışmak amacıyla kahve fincanlarını kulpsuz yaparak fincanı baş parmağıyla işaret parmakları arasında tutarak içim esnasında hilal şeklini almasını sağlamışlardır (Boşnak Medya, 2015)] gibi objeler de müzeye teolojik bir kimlik kazandırmaktadır. Müzede Pazarola Hasan Bey portre ve anlatımı, yerel figürleri yaşatma adına müzeye lokal nitelik kazandırmaktadır. Farklı orijinlere ait kahve çekirdekleri ve kahve işleme objelerinin varlığı müzeye ulus ötesi bir değer

ve kültürel önem kazandırmaktadır. Atatürk'ün kahve telvesinden çizilen portre gibi modern santsal objeler nostaljik yapının içinde modern esintiler oluşturmaktadır. Ayrıca alternatif kahve arayışlarıyla ortaya çıkan nohut kahvesi gibi çeşitli kahvelerin sergilenmesi kahvenin tarihsel süreçlerini anlatmak konusunda kültürel miras öğretme algısını oluşturmuştur.

Gastronomi müzeleri; yerli ve yabancı turistlere bölge, halk ve tarihsel süreçler hakkında çok güçlü ipuçları sunan yerlerdir (Uzut, 2016). Filiz (2010), müzelerin; şaşkınlık, heyecan durumu, geçmişi öğrenme konusunda merak duygusu, eğlendirici olma ve keyif hisler oluşturarak eğitim faaliyetlerine elverişli yerler olduğunu saptamıştır. Bozagcı ve Çevik'in (2021) Safranbolu Türk Kahve Müzesi'nin birincil kaynaklarla (kurucuları, barista, çalışanları vb.) yaptıkları görüşmeye göre aşağıdaki tespitler yapılmıştır:

Türk kahvesine ait somut olmayan kültürel varlığın korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla kurulmuştur. Anlaşma olmaksızın birçok yerli ve/veya yabancı konuğun olduğu seyahat tur destinasyonunda müze gezisine ve kahve tadımına yer verilmiştir.

- Her gruptan ziyaretçi vardır.
- Söz konusu müzeyle yöreye ulusal ve yerel medyada daha fazla yer verilmiştir.
- Salgın dönemine rağmen müzeyi yıllık 150-200 bin kişi (Müzenin kuruluş yılından henüz beş yıl geçmemesine rağmen) ziyaret etmiştir.
- Yörenin turizm cazibesini artırmıştır.
- Sosyal medya platformları gibi dijital medya araçları yoğun kullanılmış, ayrıca bloggerlar ve sosyal medya influencerları da ciddi ilgi göstermiştir.
- Mankan (2017), gastronomi müzelerin yörenin tanıtımına katkı sağladığı ve yöreye çekicilik sağladığını belirlemiştir.



Safranbolu Türk Kahve Müzesi 2019’da kurulmasına rağmen yerel (Karabük Derin Haber, Karabük Net Haber, BRTV vb.) ve ulusal [Anadolu Ajansı (AA), İhlas Haber Ajansı (İHA), TRT, NTV, Sabah, Hürriyet, Habertürk, Yenikapı vb.] birçok medya organında yer almıştır.

Medya organlarında odaklanan noktalar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Ulusal mahiyette kahveye dair ilk ve tek müze olması
- Anadolu’nun Kayıp Kahveleri kitabının yazarları Naim Koca ve Atilla Narin ile dünyanın en pahalı bitkisi safrandan yapılan kahvenin mucidi Semih Yıldırım tarafından kurulması
- İçeriği
- Yöreye katkısı
- Kahve çeşitleri ve sunumu

### Ulusal ve küresel kültürdeki yeri

Seyahat planlarında sosyal medya yorumları, tercih belirlemede etkili olduğundan önem kazanmıştır (Genç, 2015). Safranbolu Türk Kahve Müzesi; yeni kurulmuş olması ve tanıtım eksikliğinden dolayı sosyal medya platformlarında köklü müzelere göre çok fazla yer almamıştır. Kısıtlı mevcudiyetinde tanıtım ve genel bilgiler içeren yorumlar yapılmıştır. Ekşi Sözlükte bir yorumcu tarafından “Karabük’ün UNESCO Dünya Mirası Listesi’nde bulunan Safranbolu ilçesinde Anadolu’nun kayıp kahveleri kitabının yazarları Atilla Narin, Naim Koca ile safrandan kahve yapan Semih Yıldırım’ın, yıllardır edindikleri tecrübe ve birikimlerle oluşturduğu, 100-150 yıllık cezve, fincan, el değirmeni, kavurma tavaları, terazi, tahta kaşık, su küpü ve şeker kaplarının sergilendiği müze” şeklinde genel (önemi, kurucuları, içeriği vb.) bilgi verilmiştir. (<https://eksisozluk.com/turkiye-kahve-muzesi--6216424>). Bunun yanında müzenin içeriği olan kahvenin, ilçenin ismine dâhil ola-

cak kadar önemli olan yöresel ürün safranla çeşitlendirildiği ifade edilmiştir. Nitekim yöresel ürünlerin bu tür etkinliklerle bütünleştirilmesi lokal gastronomik kimlik oluşumunda önemli bir kazanımdır. TripAdvisor’da (2022) Safranbolu Türk Kahve Müzesi’ne ait Safranbolu Türk Kahvesi Müzesi ve Kahve Müzesi olmak üzere aynı müzeyi ifade eden iki ayrı başlık açılmış olup, çalışmada yorum ve değerlendirme puanları birleştirilerek sunulmuştur (Tablo 5).

**Tablo 5.** Safranbolu Türk Kahve Müzesi yorumcu skorları (TripAdvisor, 2022)

Yorum	Frekans	%
Mükemmel	11	78.57
Çok iyi	1	7.14
Ortalama	2	14.29
Kötü	0	0
Berbat	0	0
Toplam	14	100

Yeşilyurt ve Arıca’nın (2018) mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesini Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneğiyle yaptıkları araştırmada yorum yapan ziyaretçilerin %75’inin müzeye yönelik olumlu görüşler beyan ettiği, %7’lik kesimin ise olumsuz yorum yaptıkları ifade edilmiştir. Aynı çalışmada TripAdvisor yorumcularının yorum yüzdeleri mükemmel (42), çok iyi (33), orta (18), kötü (6) ve berbat (1) şeklindedir. Safranbolu Kahve Müzesi, Emine Göğüş Mutfak Müzesi’ne göre daha az yorumlanmıştır. Lakin ziyaretçilerin olumlu yorumlarının oran olarak daha fazla olduğu görülmektedir. Safranbolu Türk Kahve Müzesi TripAdvisor’da (2022) gerek müze bölümünde gerekse müze kafesinde gastronomik kimlik ve memnuniyet ölçüsünde edinilen deneyimlerin ifadesi ile ilgili yorumlar aşağıdadır:

- “Safranlı dibek kahvesi çok güzel. Kesinlikle denenmeli. Yanında lokum ve üzüm şerbeti de ikram ediyorlar” (K1).

- “Farklı bir müze deneyimi ve müthiş kahveler. Bugün ailece ziyaret ettik. Her çeşit müzeyi gezmeyi seven biri olarak buradan ayrı keyif aldım. Keyifli bir sohbet yaptık. Müze ilgili olanlar düşünmeden gidebilir, ilgisi olmayanlar da değişik Türk kahvesi tatmak için gitmeli” (K2).
  - “Safranbolu’nun kahve müzesi sahibi olacak kadar kahve tarihinde bir yeri yok, burası bir kahve tutkununun kendince oluşturduğu bir müze. Bu şekilde düşünerek gezebilirsiniz. İçeride rehberlik hizmeti veriyorlar öyle sadece bakıp çıkmıyorsunuz. Kahve ile ilgili iseniz deneyebilirsiniz. Cinci Han içinde bulunuyor, müze dışında hanın avlusuna bakarak kahve içebilirsiniz” (K3).
  - “Cincihan içinde yer alıyor. Giriş 6 TL. Güzel bir müze. Bol çeşit. Müzenin açık kahvehanesi var. Orada da kahve içtik. Şimdilik 14 çeşit kahve içilebiliyor, yanılmıyorsam. Cincihan kendisi çok tarihi ve güzel bir han. Şu anda Otel ve restoran. Han + Müze için kesinlikle GÖR veriyorum” (K4).
  - “Kahve çeşitleri muhteşem, Anadolu’daki birbir çeşit kahveyi yaşıyorlar. Sunumları harika, keyifle kahve içmeye gidilmesi gereken bir yer” (K5).
  - “Yolunuz Safranbolu’ya düşerse mutlaka Türk kahvesi müzesini görmenizi tavsiye ederim. Semih Bey girişimci ruhu ile geleceğe bir miras bırakmak adına pek çok fedakarlıklarla Türk kahvesi müzesi açmış. Kahveden milyonlar kazanan köklü firmaların yapamadığını yapmış anlayacağınız. Müzeyi gezerken tarihte yolculuk yaptım sanki. İnsan Semih Bey’i dinlerken duydukları karşısında hem hayrete düşüyor hem de özümüzü oluşturan bu bilgileri ilk defa duymuş olmanın mahcubiyetini yaşıyor. Safranbolu kültür turizmi ile bütünleşen harika bir mekân. Kendilerine has ve her biri yarı bir hikâyeye sahip olan eşsiz kahvelerinin hepsini tadın ve bir daha ki ziyaretinize yetecek kadar stoklayın derim” (K6).
  - “08.10.2020 tarihinde ziyaret ettik işletme sahibi olan beyefendi ilgili şekilde karşıladı ve akıcı anlatımı ile müzeyi gezdirdi. Kahveye karşı özel bir ilginin olmamasına rağmen önerdiği kahveden çok hoşuma gitti. Safranbolu’ya gelip uğramamak olmaz diyelim” (K7).
  - “Bence kahve severlerden çok kahveyle arası olmayanların uğraması gereken bir mekân. Türk kahvesinin etkileyici hikayelerini dinlemeden geçmeyin. Keyifli bir rehberlik sonunda muhteşem sunumlarla kahvenizi yudumlayabilirsiniz” (K8).
- TripAdvisor yorumcularının en çok vurguladıkları memnuniyet, kahve çeşitleri ve lezzetleri olmuştur. Nitekim K3, K7 ve K8 dışındaki bütün yorumcular kahve çeşitleriyle ilgili gerçek veya abartılı ifadeler kullanmışlardır. Kahve tiryakiliği göz önünde bulundurulduğunda yorumların abartılı olması muhtemeldir (Yıldız, 2002). Yorumcuların en çok vurguladıkları ikinci bir memnuniyet ise müze gezi anlatımcısının samimi, kibar ve bilgi dolu anlatımıdır. K2, K3, K6, K7 ve K8, müze gezisi esnasında anlatımdan hoşnutluklarını ifade etmişlerdir. Araştırmacının müze gözlemlerindeki izlenimi bu çıkarımı destekler mahiyettedir. Üçüncü vurgulanan mesaj ise tarihi ve kültürel doyumdur. K6’nın “Müzeyi gezerken tarihte yolculuk yaptım sanki” ifadesi, doyumunu ifade etmek açısından önemli bulunmuştur. Katılımcıların dikkat çektikleri bir diğer husus, tarihi bir binada olmuş olması ve avlusundan başka tarihi binaların izlenebilirliğidir. K3 ve K4’ün müzenin Cinci Han’da olmasından etkilenerek önerdiklerini dillendirmiş olmaları kanıt olarak gösterilebilir. UNESCO raporunda, Dünya Miras Listesine folklorik nedenlerle 1992 yılında dâhil edilen Safranbolu, Altınöz’e (2019) göre yeme-içme alışkanlıklarından, giyim-kuşama kadar uzanan zengin bir folklorik dağarcığa sahip olmakla birlikte, günümüzde kent folklorunun bu çok yönlü yapısı, mimari ve kentsel değerinin göl-

gesinde kalmaktadır. Ayrıca, K4'ün müze giriş ücretini paylaşması dikkat çekilen bir başka mesaj olarak görülmüştür. Korkmaz'ın (2020) "Troya Müzesi Elektronik Ziyaretçi Yorumlarının Hizmet Özellikleri, Memnuniyet Ve Tavsiye Açısından İncelenmesi" adlı çalışmasında giriş ücretlerinin memnuniyet ölçütü olduğu ifade edilmemiştir.

### Sonuç ve Öneriler

Safranbolu; tahrip edilmemiş tarihi dokusu, korunmuş evleri, yöreye özgü safranı, doğal güzellikleri ve zengin mutfağıyla popüler bir turizm lokasyonudur. Tarihi ve kültürel yapıların restore edilerek gastronomi müzeleri olarak işlevlendirilmesi, şehir kimliğini dinamik tutmaktadır. Otel, restoran, park ve kafe gibi konaklama ve tüketim yerlerinin nitelik ve niceliğini artırmaktadır. Dünya turizm yarışında spor, eko-turizm, inanç, sağlık ve gastronomi gibi alternatif turizm arayışlarında geri kalmamak için sürekli yatırım yapmaktadır. Gastronomi hem bir turizm çeşidi hem de turizm destinasyonlarının imkânlarını çeşitlendirip zenginleştiren tamamlayıcı bir turizm faaliyeti olarak her geçen gün önem kazanmaktadır. Nitekim son zamanlarda yiyecek ve içecekler ve farklı kültür varlıkları olan müzeler rekreasyon faaliyeti olan festivallerle bütünleştirilmektedirler. Safranbolu Türk Kahve Müzesi, bu bütünleşmenin bir örneği olarak gastronomik kimlik oluşumunda dikey gelişim aşamasında bir unsur olarak saptanmıştır. Nitekim içecek olan kahvenin kültürel varlık olan müzeyle birleştirildiği yer olmasıyla Safranbolu Türk Kahve Müzesi, yerel kimlik inşasında önemli bir ögedir. Kahve müzesi olarak ülkede ilk ve tek olması tanıtım patlamasına sebep olmuş, çekicilik ve sürdürülebilirlik açısından çapraz gelişim aşamasının yolunu aralamıştır. Nitekim kuruluşundan çok kısa bir süre geçmesine rağmen birçok ulusal kanal ve ajansta haber edinildiği saptanmıştır. Bunun yanında somut mirasa göre unutulması

daha riskli olan soyut mirasın korunmasına da katkı sağlamıştır. Yerel, ulusal ve küresel elementlerle unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kahve kültürünün korunması ve yaşatılmasının yanında bir turizm gelir kaynağı olması açısından da önemlidir. Safranbolu Türk Kahve Müzesi, UNESCO somut (Dünya Mirası Listesinde 1994 yılında tarihi dokusuyla) ve somut olmayan (2013 yılında Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği) mirası kesişimi niteliğindedir. Sosyal medya analizleriyle müze kafesinin müze içeriğiyle uyumlu olduğu ve doyumunu daha üst boyutta sağladığı ifade edilmiştir. Deneyimleyenler gezi tavsiye sitelerine olumlu yorumlarda bulunmuş, yüksek skorlar takdir etmişlerdir. Akademik kesimin ilgisini çeken müze, birçok bilimsel araştırmaya konu olmuştur. Ayrıca bu tür müzelerin kurulumu sonucu ülkemizin gastronomi turizmde payını daha da artıracığı gibi diğer turizm çeşitlerinin destinasyonlarının tatminine de katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre sunulabilecek öneriler şöyle sıralanabilir:

- Ülkemizin yerel ürünlerine ait müzeler kurulmalıdır.
- Yöre veya bölge mutfaklarını yaşatan ve sunan gastronomik müzelerin sayıları artırılmalıdır.
- Müzeler sadece ürünlerin sunulduğu yerlerden ibaret bırakılmamalı tadım, rekreasyon faaliyetleri gibi etkinliklere interaktiviteleri sağlanmalıdır.
- Müzelerde geleneksel yapı korunmalı, modern sunum ve yapı sağlanmalıdır.
- Yerel, ulusal ve küresel elementler anlaşılır bir formda bu tür müzelerde yansıtılmalıdır.
- Bu yapılarda eğitim ve öğretim ortamı oluşturulmalıdır.
- Müze kafeler içerikle uyumlu hale getirilmelidir.

- Bu yapılarda tarihsel süreç ve aşamalar aktarılmalıdır.
- Hem ürün hem de müze tanıtım ve reklamlarına önem verilmeli, yeni reklam ve tanıtım platformları yoğun bir şekilde kullanılmalıdır.
- İlgili kamu kurumları, her il ve/veya bölgeye ait gastronomi müze kurulumunu sağlamalı ve tür özel müzelerin kurulumunu teşvik etmelidir. Ayrıca, mevcut müzelerin ziyaretçi sayısını artırmaya yönelik projelere maddi destek sağlamalıdır.

### Kaynakça

**Akan, L. S. (2007).** Safranbolu mutfak kültürü üzerine bir araştırma. İçinde: Toygar,K., Berkok Toygar,N. (Eds), Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Cilt: 13-14. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

**Albayrak, A. (2013).** Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Albayrak, M., Topal, K., Altıntaş, V. (2017).** Sosyal medya üzerinde veri analizi: Twitter. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (Kayfor 15 Özel Sayısı), 1991-1998.

**Alpaslan, K., Tanrısever, C., Tütüncü, B. (2018).** Dağcılık turizmde moleküler gastronomi kullanılabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 104-122.

**Altınöz, M. (2019).** Safranbolu'da kültürel miras, müze kent alımlaması ve kentin folklorik sürdürülebilirliği. *Itobiad: Journal of the Human and Social Science Researches*, 8(2), 1214-1225.

**Aydın, A., Şahin, Ö. (2018).** Tarihi yapıların yeniden işlevlendirilmesi: Isparta Aya İshotya

Yorgi Kilisesi'nin Gül Müzesi'ne dönüşümü. *TÜBA-KED Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi*, (17), 63-75.

**Ayyıldız, S. (2019).** Turistik konak işletmelerinde mutfakın fiziksel koşullarının önemi: Safranbolu yöresel mutfak mimarisi üzerine bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 610-625.

**Baycar, A. (2021a)** Gastrotourism Potential of Local Coffee Varieties. Uluslararası Anadolu Kahve ve Kakao Kongresi, 3-5 Aralık 2021, Malatya.

**Baycar, A. (2021b).** Understanding Kokorec through Gastro-Nationalism and Securitization during EU-Turkey Membership Negotiations. *Disiplinlerarası Gıda Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 34-44.

**Bayramova, G. (2019).** Türk Kahvesi Pişirme Yöntemleri ve Tarihsel Gelişiminin Ürün Tasarımı Bağlamında İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

**Bezirgan, M., Koç, F. (2014).** Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda Adası örneği. *Journal of International Social Research*, 7(34), 917-928.

**Bollo, A. Dal Pozzolo, L. (2005).** Analysis of Visitor Behaviour Inside the Museum: An Empirical Study. 8th International Conference on Arts and Cultural Management, Montreal. [http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF\\_Text/BolloA\\_DalPozzoloL.pdf](http://neumann.hec.ca/aimac2005/PDF_Text/BolloA_DalPozzoloL.pdf)

**Boşnak Medya (2015).** Bosna ve Sancak'taki Kahve Fincanları Neden Kulpsuzdur? <https://www.bosnakmedya.com/bosna-ve-sancaktaki-kahve-fincanlari-neden-kulpsuzdur/>

**Bozağcı, E. C., Çevik, A. (2021).** Destinasyon çekim gücü olarak gastronomi müzeleri: Saf-

ranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 320-330.

**Bozkurt, S. G., Altınçekiç, H. (2013).** Anadolu da geleneksel konut ve avluların özellikleri ile tarihsel gelişiminin safranbolu evleri örneğinde irdelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 63(1), 69-91.

**Can, İ. İ., Ağcakaya, H. (2019).** Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 788-804.

**Cengiz, A. K., Lopar, E. B. (2020).** Tüketim ve beslenme antropolojisinin bakışıyla Prizren'de Kahve ve Türk Kahvesi içme kültürü. *Milli Folklor*, 16(126), 210-222.

**Ceylan, S., Somuncu, M. (2016).** Kültür turizmi alanlarında turizmin çeşitlendirilmesine eleştirel bir bakış: Safranbolu UNESCO dünya miras alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 53-64.

**Chepurda, H., Savchenko, A. D. (2020).** Gastro tourism and modern travel development: Oktoberfest. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції, Черкаси, 19–20 березня 2020 року: у 2-х томах. Т. 2*, 105-107.

**Cömert, M., Özkaya, F. D. (2014).** Gastronomi turizminde Türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

**Çakıcı, S., Korkmaz, M., Sırlı, A. (2021).** Gökçeada'ya ait gastronomik değerlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik bir araştırma: Gastronomi müzesi önerisi.

*Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 5(2), 302-335.

**Danhi, R. (2003).** What is your country's culinary identity? *Culinology Currents*, Winter 2003, 4-5.

**Diker, O., Çetinkaya, A., Cinkara, A. (2016).** Hava sporları turizmi ve Safranbolu'nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84-100.

**Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., Kaya, F. B. (2017).** Geleneksel Türk tatlısı olarak lokum ve Safranbolu lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 333-344.

**Erdoğan, S., Özdemir, G. (2018).** İzmir destinasyonu'nda gastronomi turizmi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 249-272.

**Ersöz, D. (2021).** Turizm Kenti Safranbolu'nun Osmanlı'dan Günümüze Gelen Kültürel Miras Değerlerinden El Sanatlarının Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.

**Filiz, N. (2010).** Sosyal Bilgiler Öğretiminde Müze Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

**Genç, Y. E. (2015).** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ve Bunun Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

**Gezer, H. (2013).** Geleneksel Safranbolu evlerinin sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 12(23), 13-31.

- Göker, G. (2011).** Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği). Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gürbüz, A. (2002).** Yerel kalkınma stratejisi içinde turizm ve Safranbolu. *Bilig*, (24), 29-48.
- Gürbüz, A. (2011).** Safranbolu'yu ziyaret eden turistlerin demografik özelliklerine göre turistik ürünleri algılama durumu. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 217-234.
- Gürçay, H. (2014).** Müze Çeşitleri. *Onasya*, 3(35), 15-16.
- Güzel, G. (2009).** Gastronomi ve İnovasyon. *İz Dergisi*, 8, 28-29.
- Harrington, R. J. (2005).** Defining gastronomic identity: The impact of environment and culture on prevailing components, texture and flavors in wine and food. *Journal Of Culinary Science and Technology*, 4(2-3), 129-152.
- Hatipoğlu, A., Batman, O. (2014).** Osmanlı Saray Mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz Türk mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62-74
- Hjalager, A. M., Richards, G. (2002).** Tourism and Gastronomy. London: Routledge.
- Karakaya, A., Akbulut, H. (2010).** Safranbolu'daki turizm işletmelerinde kurumsal yönetimin uygulanabilirliğine yönelik bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11), 17-32.
- Kargiglioğlu, Ş., Kabacık, M. (2017).** Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 409-421.
- Kim, Y. G., Suh, B. W., Eves, A. (2010).** The relationships between food-related personality traits, satisfaction, and loyalty among visitors attending food events and festivals. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 216-226.
- Kiper, T., Arslan, M. (2007).** Safranbolu-Yörüköyü Tarımsal turizm potansiyelinin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi. *Turkish Journal of Forestry*, 8(2), 145-158.
- Kivela, J. Crofts, C., J. (2006).** Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Korkmaz, H. (2020).** Troya müzesi elektronik ziyaretçi yorumlarının hizmet özellikleri. Memnuniyet ve tavsiye açısından incelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(1), 43-56.
- Madran, B. (1999).** Müze Türleri: Yeniden Müzeciliği Düşünmek. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları.
- Mankan, E. (2017).** Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4), 641-654.
- Nebioğlu, O. (2017).** Gastronomik kimlik ve gastronomik turizm ürünlerinin sınıflandırılması üzerine nitel bir araştırma: Alanya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 39-60.
- Okumuş, F., Kock, G., Scantlebury, M. M., Okumuş, B. (2013).** Using local cuisines when promoting small Caribbean Island destinations. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, (30), 410-429.

- Özdemir, Ü. (2000).** Safranbolu’da köy meskenleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 6(4), 159-171.
- Özmen, N., Eren, M., (2017).** Safranbolu’da gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bir araştırma. *Econder International Academic Journal*, 4(1), 142-168.
- Özmen, N., Eren, M., (2020).** Safranbolu destinasyonunun inanç turizmi potansiyeline yönelik SWOT analizi çalışması. *Ekonomi İşletme ve Yönetim Dergisi*, 5(1), 62-82.
- Öztekin, H. (2015).** Yeni medyada nefret söylemi: Ekşi sözlük örneği. *Journal of International Social Research*, 8(38), 925-936.
- Prentice, R. (1993).** *Tourism and Heritage Attractions*. London: Routledge.
- Sarışık, M., Özbay, G. (2015).** Gastronomi turizmi üzerine bir literatür incelemesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Ser, S., (2020).** The wonder food museum story: Celebrating Malaysia’s food culture and culinary heritage. *E-Journal of Cultural Studies*, 13(4), 51-69.
- Sevimli, Y., Tatlı, M., Kızıldemir, Ö. (2021).** Göbeklitepe’nin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 263-286.
- Seyitoğlu, F., Alphan, E. (2021).** Gastronomy tourism through tea and coffee: travellers’ museum experience. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 413-427
- Somuncu, M., Yiğit, T., Bölükbaşı-Ertürk, E. (2007).** Türkiye’deki Dünya Mirası Alanlarının Güncel Durumlarının Saptanması Raporu: Safranbolu. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Kültürel Miras İhtisas Komitesi
- Şahan, M. (2005).** Müze ve eğitim. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(4), 487-501.
- Şengel, Ü. (2020).** Kültür ve etkinlik turizmi bağlamında şaman ritüelleri. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 314-324.
- Şengül, S. (2017).** Turizm Arz Kaynağı Olarak Gastronomi Müzeleri (Türkiye Örneği). İçinde: Bozok, D., Avcıkurt, C., Doğdubay, M., Sarıoğlan, M. ve Girgin, G. K. (Ed.), *Gastronomi Üzerine Araştırmalar*, (ss. 262-274)., Ankara: Detay Yayıncılık.
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (1990).** Müzeler İç Hizmetler Yönetmeliği <http://teftis.kulturneturizm.gov.tr/TR,14442/muzeler-ichizmetler-yonetmeli.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2021).** Özel Müzeler. <https://kvmmgm.ktb.gov.tr/TR-135633/ozel-muzeler.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022a).** Safranbolu Gezi Rehberi ve Gezi Programı. <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-156244/gezi-rehberi-ve-gezi-programi.html>
- T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022b).** Turist İstatistik Verileri. <https://safranboluturizmdanismaburosu.ktb.gov.tr/TR-231191/turist-istatistik-verileri.html>
- TripAdvisor (2022).** Kahve Müzesi. [https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction\\_Review-g298009-d17346125-Reviews-Kahve\\_Muzesi-Safranbolu.html](https://www.tripadvisor.com.tr/Attraction_Review-g298009-d17346125-Reviews-Kahve_Muzesi-Safranbolu.html)
- UNESCO (2009).** Türkiye’nin Dünya Miras Alanları. Koruma ve Yönetimde Güncel Durum. Ankara: UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi

**Uzut, İ. (2016).** Turizm Açısından Stratejik Bir Kaynak Olarak Gastronomik Kimlik: Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Modeli Çerçevesinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

**Yeşilyurt, H., Arıca, R. (2018).** Mutfak müzesi ziyaretçilerinin deneyimlerinin incelenmesi: Emine Göğüş Mutfak Müzesi örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-70.

**Yıldız, C. M. (2002).** Türk Kültür Tarihinde Kahve ve Kahvehane. *Türkler Ansiklopedisi*, Cilt 10, s.635-639, Yeni Türkiye Yayınları.

**Yılmaz, G. (2017).** Gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 171-191.

**Yılmaz, K. (2018)** Safranbolu'da Turizm Sektörünün Stratejik Analizi: Fırsatlar ve Tehditler. Business and Organization Research Conference, 12-14 Eylül 2018, Karabük. Bildiri Kitabı, s.207-215.

**Zengin, B., Uyar, H., Erkol, G. (2015).** Gastronomi turizmi üzerine kavramsal bir inceleme. 16. Ulusal Turizm Kongresi, 12-15 Kasım 2015, Çanakkale. Bildiri Kitabı, s.511-524.



## Kovid-19 Sürecinde Balık Restoranlarının Gıda Güvenliği Düzeyinin Değerlendirilmesi: Sarıyer/İstanbul Örneği

**Şehnaz Yasemin TOSUN**

İstanbul Üniversitesi, Su Bilimleri Fakültesi,  
Balıkçılık ve Su Ürünleri İşleme Teknolojisi Bölümü  
yasemin@istanbul.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3764-0020

**Hande DOĞRUYOL**

İstanbul Üniversitesi, Su Bilimleri Fakültesi,  
Balıkçılık ve Su Ürünleri İşleme Teknolojisi Bölümü  
dogruiyol@istanbul.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-0856-3823

**Nuray ERKAN**

İstanbul Üniversitesi, Su Bilimleri Fakültesi,  
Balıkçılık ve Su Ürünleri İşleme Teknolojisi Bölümü  
nurerkan@istanbul.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-0752-8495

**İrem KÖSE REİS**

Sarıyer Belediyesi, Ar-Ge Bölümü  
i\_remkose@hotmail.com  
ORCID: 0000-0002-9254-7913

**K. Begüm DOĞRUYOL ALADAK**

Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,  
Eğitim Bilimleri Bölümü  
kadriyedogruiyol@sdu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-2474-7403

Geliş tarihi / Received: 03.03.2022

Kabul tarihi / Accepted: 23.04.2022

### Öz

Bu araştırmada, Sarıyer’de yer alan ve birinci dalga sonrası yeniden açılan balık restoranlarının gıda güvenliği ve halk sağlığı yönünden yönergeye uygun faaliyet gösterip göstermedikleri değerlendirilmiştir. Katılımcıların gıda güvenliği ve hijyen bilgilerini ölçen değerlendirme sonucunda ortalama %83,3’ünün “İşletme Hijyeni”, %69,84’ünün “Ürün Hijyeni” ve %91,67’sinin “Personel Hijyeni” ile ilgili bilgi düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Gıda güvenliği bakımından gerekli hijyen standartları derecelendirmesinde 27 restoranın “çok iyi”, 10 restoranın “iyi” ve 3 restoranın ise “yetersiz” olduğu tespit edilmiştir. Bu değerlendirme ile birlikte Bakanlığın Salgın

Yönetimi ve Çalışma Rehberinde yer alan önlemlere istinaden hazırlanan Kovid-19 değerlendirme formu, sorular ve görsel kontroller doğrultusunda doldurulmuştur. Tedbirler kapsamında restoranların müşteri kabulünde neredeyse tamamının tedbirlere uyduğu, %92,5'inin masalar arası mesafeye dikkat ettiği ve tüm restoranların servis personelinin kişisel koruyucu kullandığı gözlemlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Balık restoranları, gıda güvenliği, halk sağlığı, Kovid-19, Sarıyer ilçesi

## **Evaluation of Food Safety Level of Fish Restaurants During Covid-19 Period: Sarıyer/ Istanbul Case**

### **Abstract**

In this study, it was evaluated whether the fish restaurants that were reopened after the first wave in Sarıyer district operate in accordance with the directive in terms of food safety and public health. As a result of the evaluation that measured the food safety and hygiene knowledge level of the participants, it was observed that 83.3% of the participants had high knowledge scores about "Business Hygiene", 69.84% for "Product Hygiene" and 91.67% for "Staff Hygiene". In the evaluation of hygiene standards in terms of food safety, it was determined that 27 restaurants were "very good", 10 restaurants were "good" and 3 restaurants were "inadequate". Along with this evaluation, the Covid-19 assessment form that was prepared in accordance with measures in the Ministry's Epidemic Management and Working Guide was filled in line with the questions and visual inspections. Within the scope of measures, it was observed that almost all of the restaurants complied with the measures in customer welcoming, 92.5% keep the distance between tables, and staff of all restaurants use personal protective equipment.

**Keywords:** Fish restaurant, food safety, public health, Covid-19, Sarıyer district

### **Giriş**

Kovid-19 olarak adlandırılan koronavirüs hastalığına neden olan SARS-CoV-2 virüsü (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2) ilk kez 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde bildirilmiştir. Ateş, kuru öksürük, ishal, kas ağrısı gibi belirtilerle ortaya çıkan hastalık, ağır solunum yolu enfeksiyonu, böbrek yetmezliği ve ölümle sonuçlanan çok sayıdaki vaka ile sağlık sisteminde triyaj noktasına gelmiştir. Bu hastalık için tansiyon, diyabet, obezite gibi kronik hastalıklara sahip olan özellikle 65 yaş üstü bireyler yüksek riskli olarak bildirilmiştir. Çok kısa sürede dünyanın her yanında görülen vak-

alar nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization-WHO) 2020 yılının Mart ayında Kovid-19'u küresel salgın (pandemi) olarak ilan etmiştir (Alanagreh, Alzoughool ve Atoum, 2020; Mondal, Bharati, Podder ve Podder, 2020). Kovid-19'un yayılmasını önleyebilmek için tüm dünyada okulların ve iş yerlerinin kapatılması veya dönüşümlü çalışma düzenine geçilmesi, sosyal etkinliklerin iptal edilmesi, ulusal ve uluslararası seyahatlerin yasaklanması gibi karantina önlemleri alınmıştır (Farias ve Dos Santos Gomes, 2020). Pandeminin en çok etkilediği sektör, gıda sektörü olmuştur. Sokağa

çıkma yasakları, lokanta ve kafelerin kapatılması, dışarıda yemek imkânlarını ortadan kaldırmıştır. Salgının çıkış noktasının Wuhan'daki açık gıda pazarı olması tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili endişelerini tetiklemiştir. Bu kapanma sürecinde tüm restoran ve lokantalar kapatılırken imkânları uygun olan işletmeler paket servis hizmeti vermiştir. Tüm dünyada salgının seyri ile ilgili belirsizlik sürerken vaka sayısındaki düşüşe bağlı olarak birinci dalga sonrası normalleşme süreci ile birlikte kapatılan yeme içme işletmeleri kademeli olarak 01.06.2020 tarihinden itibaren açılmaya başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Kovid-19 ile mücadele kapsamında restoran işletmelerinde uyulması ve uygulanması gereken önlemler paketi açıklamıştır. Faaliyetlerine başlayan iş yerlerinde alınması gereken önlemler ve tedbirler, İçişleri Bakanlığı İller İdaresi Genel Müdürlüğü'nün 02.06.2020 tarihli ve 8591 sayılı Genelgesi ile bildirilmiştir. Tekrar faaliyet gösteren işletmeler arasında balık restoranları da yer almaktadır. Pandemiyle mücadelede bağışıklık sisteminin korunması için özellikle yüksek kaliteli protein kaynakları ile beslenmenin önemi pek çok bilimsel çalışma ile belirtilmiştir (Berger vd., 2020; El-Bayoumy ve Manni, 2020; Innes ve Calder, 2020; Öksüz, Alkan, Taşkın ve Ayrancı, 2018). Bundan başka, özellikle yoğun bakım hastalarında denizel kaynaklı omega üç takviyelerinin ölüm oranlarını belirgin düzeyde azalttığını gösteren klinik çalışmalar (Asher vd., 2021) sağlıklı beslenmede önemi bilinen balık ve balık ürünlerine olan ilgiyi pandemi sürecinde artırmıştır. Ancak kolay bozulabilir gıdalar olduğu için balık ve balık ürünlerinde gıda güvenliği duyarlılığı daha önemli noktaya taşınmıştır.

İstanbul'un Sarıyer ilçesi, doğudan İstanbul Boğazı, kuzeyden Karadeniz'e yaklaşık 50 km sahil şeridinde sahiptir. Özellikle bu ilçede yer alan Rumeli Kavağı, Rumeli Feneri ve Garipçe köyleri İstanbul'da, hatta Türkiye'de balıkçılık

faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerdir. Bundan dolayı ilçede çok sayıda toptan ve perakende balık satış yeri, balıkçı barınakları, su ürünleri işleme ve değerlendirme tesisi ile soğuk ve donmuş muhafaza deposu bulunmaktadır. Aynı zamanda Sarıyer, kıyısında pek çok sayıda balık lokantası ve restoranların yer aldığı, insanların özellikle taze balık yemek ya da satın almak için gittikleri bir ilçedir (Sarıyer Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü, 2012).

Bu çalışma, Sarıyer'de yer alan ve birinci dalga sonrasında normalleşme ile birlikte yeniden açılan balık restoranlarının, gıda güvenliğine ve Kovid-19 yönergesine uygunluğu bakımından değerlendirilmesi amacıyla planlanmıştır.

## **Gereç ve Yöntem**

### **Araştırmanın Modeli**

Bu çalışma, karma yöntem araştırması olarak desenlenmiştir. Bir araştırmada ya da bir araştırma dizisinde, araştırma problemini anlama amacıyla nicel ve nitel verilerin birlikte toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması süreci karma yöntem olarak ifade edilmektedir (Creswell ve Clark, 2011). Leech ve Onwuegbuzie'ye (2009) göre karma yöntem tasarımı 3 boyuttan oluşmaktadır. İlk boyut olan karma boyutu, araştırmanın tamamen veya kısmen karma olma durumu ile ilgilidir. İkinci boyut, zaman boyutu olup araştırmanın nicel veya nitel aşamalarının eş zamanlı ya da sıralı olarak gerçekleşmesi ile ilgilidir. Son olarak vurgu boyutu, araştırmanın hem nitel hem de nicel aşamalarının, araştırma sorusunu ele almada eşit bir vurguya (eşit statü) sahip olup olmadığı ya da bir aşamanın diğer aşamadan daha yüksek önceliğe sahip olup olmadığı (baskın statü) ile ilgilidir. Bu çalışmada, birinci dalga sonrasında normalleşme ile birlikte yeniden açılan balık restoranlarının, gıda güvenliğine ve Kovid-19 yönergesine uygunluğu bakımından değerlendirilmesi amacı ile hem nicel hem de

nitel verilere ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda, bu araştırma, nicel ve nitel veriler, karşılaştırılma ve çıkarımlar yapılmadan önce ayrı ayrı analiz edildiği için kısmen karma; birbirini takip eden iki aşamadan (nicel+nitel) oluştuğu için sıralı; nicel ve nitel veriler aynı öneme sahip olduğundan eşit statüdedir. Dolayısıyla, çalışmanın tasarımı, “Kısmen Karma Sıralı Eşit Statülü Tasarım” (Partially mixed sequential equal status design) olarak belirlenmiştir. Araştırmanın nicel kısmında, bir durumu etkileme çabasına girmeden olduğu gibi göstermeyi amaçlayan betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016). Betimsel tarama yöntemi yoluyla katılımcıların mevcut gıda güvenliği ve hijyen konusundaki bilgi düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

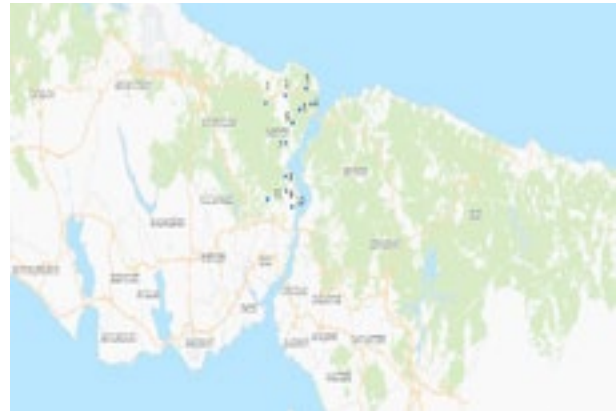
Araştırmanın nitel kısmı ise durum çalışması olarak desenlenmiş olup, araştırmacının bir veya birden fazla durum hakkında bilgi kaynakları kullanarak, ayrıntılı ve etraflıca bilgi toplayarak bir durum betimlemesi sunduğu nitel bir yaklaşımdır (Creswell, 2016). Bu aşamada ise; araştırmacılar tarafından balık restoranları ziyaret edilerek yerinde gözlem, yerinde yapılan görsel kontroller ve ölçeklendirilmiş form ile katılımcılardan bilgi toplama yoluyla restoranların gıda güvenlik düzeylerine ilişkin mevcut durumun ortaya konması amaçlandığından durum çalışması yöntemi benimsenmiştir.

### **Çalışma Grubu ve Örneklem**

Araştırmada, balıkçılık faaliyetinin yoğun olarak yapıldığı ve balık restoranlarının çokça bulunduğu İstanbul’un Sarıyer İlçesi seçilmiştir. Araştırma evrenini, İstanbul ilinin Sarıyer ilçesinde faaliyet gösteren balık restoranları oluşturmaktadır. Sarıyer ilçesinde toplam 68 adet balık restoranı bulunmaktadır. Bu araştırmada örneklemin belirlenmesinde süre, maliyet ve ulaşılabilirlik bakımından ekonomik olan ko-

layda (uygun) örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kolayda örnekleme yönteminde katılımcılar, eldeki hazır bulunan, gönüllü olan veya zahmetsizce örnekleme yapılabilecekler arasından seçilmektedir (Christensen, Johnson ve Turner, 2015). İlçede bulunan 68 adet balık restoranı ile %95 güven aralığı ve %10 hata payı ile çalışma evreni hesap edildiğinde 40 işletme bu çalışma için yeterli bulunmuştur (Büyüköztürk vd., 2016). Bu çalışma, birinci dalga sonrasında normalleşme süreci ile birlikte yeniden açılan 40 adet balık restoranının gönüllü katılımı ile gerçekleştirilmiştir.

Genel bilgi yoklaması için verilen anket, balık restoranlarının sorumlu yöneticilerinden oluşan 36 katılımcı tarafından doldurmuş olup sonraki formlar örnekleme dâhil edilen 40 balık restoranına uygulanmıştır. Haziran-Ekim 2020 tarihleri arasında yürütülen araştırmaya Gümüşdere (1), Kilyos (2), Rumeli Feneri (3), Garipçe (4), Rumeli Kavağı (5), Zekeriyaköy (6), Sarıyer Merkez (7), Kireçburnu (8), Tarabya (9), Yeniköy (10) ve Maslak (11) semtlerinde yer alan restoranlar katılmıştır (Şekil 1).



**Şekil 1.** Araştırmaya dâhil edilen balık restoranlarının lokasyonları

### **Verilerin Toplanması**

Araştırmanın nicel verilerinin toplanmasında katılımcılara, gıda güvenliği ve hijyen konusun-

daki bilgi düzeylerinin belirlenmesi amacıyla işletme, ürün ve personel hijyenini değerlendiren “Gıda Güvenliği ve Hijyen” içerikli bir genel bilgi yoklaması yapılmıştır. Bilgi düzeyi tespit formunun hazırlanması esnasında bu konu ile ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalardan faydalanılmıştır (Çelen ve Avcıkurt, 2017; Şanlıer ve Tunç Hussein, 2008). Hazırlanan formlar, alan uzmanı dört kişi tarafından incelenmiştir. İlk form 4’lü Likert/derecelendirme ölçeğidir ve katılımcılardan forma yöneltilen önermelere “Katılıyorum”, “Kısmen katılıyorum”, “Katılmıyorum” ve “Fikrim Yok” şeklinde cevap vermeleri istenmiştir.

Verilen yanıtlara göre ortalama değer 3’ün üzerindeyse katılımcıların çoğunluğunun görüşü olumlu, altında ise olumsuz olarak yorumlanmıştır. Nicel değişkenler ortalama, standart sapma ve yüzde olarak verilmiştir. Anketin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayısı, 0,84 olarak hesaplanmış olup anket sorularının güvenilir olduğu belirlenmiştir.

Ardından katılımcılara “Su Ürünleri İşletmelerinde Gıda Güvenliği ve Kalite” başlığı adı altında iki saatlik bir eğitim verilmiştir. Araştırmanın nitel kısmında, balık restoranları ziyaret edilerek, restoranların gıda güvenlik düzeyi “işletme, ürün ve personel hijyeni” başlıklarında oluşturulan sorular, yerinde gözlem ile ölçeklendirme tekniği uygulanarak toplamda 100 puan üzerinden değerlendirilmiştir (Tablo 1). 100-90 puan “çok iyi”, 89-80 puan “iyi”, 79-75 puan “kabul edilebilir” ve 75 puan altı ise “yetersiz” olarak değerlendirilmiştir. Aynı zamanda işletmelerde yerinde yapılan gözlemler esnasında T.C. Sağlık Bakanlığı Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberinde yer alan restoran, lokanta, kafe pastane, börekçi, tatlıcı ve içerisinde yeme içme hizmeti sunan işletmelerde alınması gereken önlemlere istinaden hazırlanan Covid-19 değerlendirme formu “Müşteri Kabulü”, “Yemek Salonu ve Genel Kullanım Alanları”,

“Restoran Personeli”, “Mutfak, Pişirme ve Diğer Servis Alanları”, “Restoran Tuvaletleri” ve “Restoranlarda Genel Temizlik ve Bakım” başlıkları altında restoran sorumlularından alınan cevaplar ve yerinde yapılan görsel kontroller doğrultusunda “uygun” ve “uygun değil” şeklinde değerlendirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2020).

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma için İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’ndan 07.10.2020 tarih 10 no’lu karar ile gerekli onay alınmıştır.

### Verilerin Analizi

Nicel verilerin analizinde SPSS V.21 (IBM, IL, ABD) kullanılarak betimsel istatistik analizi yapılmış ve elde edilen verilerin aritmetik ortalama, standart sapma ve yüzdeleri (%) hesaplanmıştır (Büyüköztürk, 2017). Nitel verilerin analizinde ise betimsel analiz yapılmış ve formlardan elde edilen veriler için tematik çerçeve belirlenmiş, veriler tematik çerçeveye göre değerlendirilmiş ve bulgular yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

### Bulgular ve Tartışma

Hijyen, bireysel ve toplumsal açıdan sağlığın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması amacıyla yapılacak olan uygulamaların ve temizlik önlemlerinin tümüdür (Giritlioğlu ve Kızılcık, 2016). Yiyecek-içecek işletmelerinde, halk sağlığının korunması açısından işletmenin pek çok alanından çalışanların kişisel hijyenine kadar birçok aşamada hijyen kurallarına uyulması gıda kaynaklı hastalıkların önüne geçilmesi ve günümüzün en büyük problemlerinden biri alan Covid-19 pandemisinin yayılımının yavaşlatılması açısından oldukça önemlidir. Araştırmamıza iştirak eden katılımcılara yapılan gıda güvenliği ve hijyen bilgilerini ölçen değerlendirme sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 1.** Restoranlar için hijyen derecelendirme formu.

<b>Şartlar/Gereklilikler</b>	<b>Doğru Uygulama Karşılığı Verilen Puan</b>
<b>a. İşletme Hijyeni</b>	
Temizlik planı dokümanlı ya da dokümansız güncel olarak hazırlanıp uygulanıyor mu?	6
Gerekli uyarı, ikaz ve talimatlar (el yıkama programı, sigara içilmez, yemek yenilmez, dezenfektan uyarı vd.) mevcut mu?	4
Haşere ve kemirgenlere karşı mutfak düzenli olarak ilaçlanıyor mu?	4
Davlumbaz, baca temizliği düzgün yapılıyor mu?	4
Mutfak ve servis alanının aydınlatması yeterli mi?	4
Yer, gider, raf ve duvarların temizliği yeterli mi?	4
Üretim alanında havalandırma yeterli mi?	4
Paslı, ahşap ve kırık ekipmanlar kullanılıyor mu?	4
Çöp kovalarında poşet var mı? El değmeyen kapakları var mı?	4
Bütün çöp kovaları temiz ve ekipmanlardan uzak tutuluyor mu?	4
Tuvaletlerin yeri uygun mu ve temizliği yeterli mi? Kayıt tutuluyor mu?	4
Servis masaları (sandalye, masa örtüsü, tabak, bardak, peçetelik vb.) ve menaj (tuz, biber, sos, yağ vb.) temiz mi?	4
Depo yer ve rafları temiz mi?	4
<b>b. Ürün Hijyeni</b>	
Buz yapımında, şebeke suyu kullanılıyor mu? Buz hazır mı alınıyor?	2
Depo sıcaklıkları sabah, akşam ölçülerek kayıtları tutuluyor mu?	4
Farklı ürün grupları, farklı raf veya soğutucularda muhafaza ediliyor mu?	4
Depoda ve buzdolaplarında bulunan tüm ürünlerin üstü kapalı mı?	4
Soğutucularda karlanma veya buzlanma var mı?	4
Ham madde temininde tazelik kriterlerine dikkat ediliyor mu?	4
Çapraz bulaşmaya neden olacak ortam bulunuyor mu?	4
Bulaşık yıkama alanı ile yiyecek hazırlama bölümü birbirinden ayrı mı?	4
Hazırlama ve pişirme ekipmanları ayrı mı?	4
Salata, sebze, meyve ve süsleme malzemelerini yıkama alanı ayrı mı?	4
Dezenfektan kullanılıyor mu?	4
<b>c. Personel Hijyeni</b>	
Personel uygun iş kıyafeti giyiyor mu? Personel kıyafeti temiz mi?	4
Personel için soyunma odası ve tuvalet mevcut mu?	4

**Tablo 2.** Gıda güvenliği ve hijyeni bilgi düzeyine yönelik bulgular

Sorular	Bilgi Düzeyi						Yüzde (%)			
	4	3	2	1	Ort.	Std.	4	3	2	1
<b>İşletme Hijyeni</b>										
Tabak, bardak, kaşık ve yiyecekler el değmeden servis edilmelidir.	18	7	1	10	2,92	1,30	50,00	19,44	2,78	27,78
Temizlik malzemeleri ve besinler ayrı yerde korunmalıdır.	34	0	2	0	3,89	0,47	94,44	0,00	5,56	0,00
Mutfak tezgâhları iş bitiminden sonra sıcak, deterjanlı ve dezenfektanlı su ile yıkanmalıdır.	33	2	0	1	3,86	0,54	91,67	5,56	0,00	2,78
Mutfak araç ve gereçlerin yıkanarak durulanması ve sterilize edilmesi önemlidir.	32	0	1	3	3,69	0,89	88,89	0,00	2,78	8,33
Bulaşık makinesinde yıkamada kullanılan su sıcaklığı 75°C üzerinde olmalıdır.	33	1	0	2	3,81	0,71	91,67	2,78	0,00	5,56
<b>Ort.</b>							83,33			
<b>Ürün Hijyeni</b>										
Her kullanımdan sonra ızgara temizlenmelidir.	29	3	3	1	3,67	0,76	80,56	8,33	8,33	2,78
Pişmiş ve çiğ et için ayrı tabak kullanılmalı ve ayrı yerde muhafaza edilmelidir.	28	1	1	6	3,42	1,16	77,78	2,78	2,78	16,67
Farklı gıda maddeleri için farklı doğrama tahtası ve bıçak kullanılmalıdır.	35	0	1	0	3,94	0,33	97,22	0,00	2,78	0,00
Dondurucu, soğuk ve kuru gıda depolarında “ilk giren ürün, ilk çıkar” uygulamasına dikkat edilmelidir.	33	1	0	2	3,81	0,71	91,67	2,78	0,00	5,56
Pişmiş yemeklerin artan kısımları buzdolabında saklanmalıdır.	13	10	10	3	2,92	1,00	36,11	27,78	27,78	8,33
Kırık ya da çatlak yumurtalar kullanılmamalıdır.	33	1	1	1	3,83	0,61	91,67	2,78	2,78	2,78
Çözdürülmüş et tekrar dondurulmamalıdır.	32	0	0	4	3,67	0,96	88,89	0,00	0,00	11,11
Dondurulmuş gıdalar sıcak suda veya oda sıcaklığında çözdürülmemelidir.	22	6	5	3	3,31	1,01	61,11	16,67	13,89	8,33
Gıda güvenliği bakımından riskli besinler hakkında bilgi sahibiyim.	29	3	0	4	3,58	0,97	80,56	8,33	0,00	11,11
Farklı zamanda pişirilmiş gıdalar birbirleriyle karıştırılmamalıdır.	17	1	15	3	2,89	1,12	47,22	2,78	41,67	8,33
Pişmiş yemekleri oda sıcaklığında bırakmak sorun teşkil edebilir.	3	7	20	6	2,19	0,82	8,33	19,44	55,56	16,67

Soğukta muhafaza edilmesi gereken gıdalar +4°C’de muhafaza edilmelidir.	26	1	4	5	3,33	1,15	72,22	2,78	11,11	13,89
Kalan ya da artan yiyeceklerin tekrar kullanılması sakıncalı olabilir.	19	8	5	4	3,17	1,06	52,78	22,22	13,89	11,11
Buzdolabı ve depodaki yiyecekler, bozulduğunda kullanılmamalıdır.	33	0	0	3	3,75	0,84	91,67	0,00	0,00	8,33
							<b>Ort.</b>	69,84		
<b>Personel Hijyeni</b>										
Gıdalara dokunmadan önce eller sıcak su ve sabunla minimum yirmi saniye yıkanmalıdır.	34	1	0	1	3,89	0,52	94,44	2,78	0,00	2,78
Kıyafetler düzenli olarak temizleriyle değiştirilir.	36	0	0	0	4,00	0,00	100	0,00	0,00	0,00
Yiyeceklerin hazırlanması ve pişirilmesi esnasında maske, kep ve bone kullanılmalıdır.	35	0	0	1	3,92	0,50	97,22	0,00	0,00	2,78
Hasta bir kişinin mutfakta çalışması uygun değildir.	27	0	4	5	3,36	1,15	75,00	0,00	11,11	13,89
							<b>Ort.</b>	91,67		

(4: Katılıyorum, 3: Kısmen katılıyorum, 2: Katılmıyorum, 1: Fikrim Yok).

Katılımcıların; ortalama %83,33’ünün “İşletme Hijyeni” başlığındaki önermeler hakkında doğru bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Mikroorganizmaların bulaşma kaynaklarının başında el hijyeninde uygulanan eksikler gelmektedir. Yeteri kadar temiz ve hijyenik olmayan eller vasıtasıyla pek çok hastalık yapıcı mikroorganizma servis malzemeleri yoluyla yiyeceklere, oradan da insanlara geçerek gıda zehirlenmesine neden olabilirler (Değirmencioğlu ve Çiçek, 2004). “Tabak, bardak, kaşık ve yiyeceklerin müşteriye el değmeden servis edilmesi” gerektiği konusuna katılımcıların %50’si katılırken, diğer %50’sinin ise bu konuda yeterli bilgiye sahip olmadığı düşünülmektedir. Katılımcıların %91,67’si iş bitiminde mutfak tezgâhının sıcak su ve deterjanla temizlenmesi gerektiği, %88,89’u kullanılan araç ve gereçlerin temizlenerek sterilize edilmesi gerektiği ve %91,67’si ise bulaşık makinesinde yıkamada kullanılan su sıcaklığının yetmiş beş derece üzerinde olması gerektiği konusunda olumlu yanıt vermiştir.

Çelen ve Avcıkurt (2017), Ankara’daki döner ve kebab restoranlarındaki çalışanların yiyecek-içecek hijyeni ile ilgili bilgi düzeylerinin ölçülmesine yönelik yapmış oldukları bir araştırmada bizim çalışmamızda elde ettiğimiz sonuçlara benzer şekilde çalışanlarının %81,1’inin mutfakta kullanılan araç ve gereçlerin yıkanarak sterilize edilmesi gerektiği konusunda doğru bilgiye sahip olduklarını ve sanitasyon uygulamalarına yönelik olumlu bir tutum sergiledikleri sonucuna varmışlardır.

Gıda hijyeni, gıdaların sağlıklı ortamlarda üretilip, tüketime sunulması halk sağlığının korunması açısından büyük önem arz etmektedir (Göktaş, 2019). Tablo 2’de görüldüğü gibi araştırmamıza katılan restoran temsilcilerinin ortalama %69,84’ü “Ürün Hijyeni” konusunda doğru bilgiye sahip iken, geri kalanının bu konuda yeterli bilgiye sahip olmadığı düşünülmektedir. Katılımcıların %77,78’i pişmiş ve çiğ gıdaların ayrı tabaklara konularak farklı yerlerde muha-



faza edilmesi konusunda, %97,22'si ise farklı gıda maddeleri için farklı doğrama tahtası ve bıçak kullanılması konusunda hemfikir olduklarını belirten "Katılıyorum" cevabını vermişlerdir. Ürdün'deki bir askeri hastanede gıda bölümü çalışanlarının hijyen uygulamaları ile ilgili bilgi ve tutumlarının belirlenmesine yönelik yapılan bir araştırmada, çalışanların %93,5'inin çiğ gıdaların pişmiş gıdalardan ayrı tutulması gerektiğine yönelik doğru bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir. Aynı çalışmada gıda bölümü çalışanlarının %96'sının çiğ sebze ve et doğrama farklı doğrama tahtası kullanılması gerektiği konusunda da doğru bilgiye sahip oldukları belirlenmiştir (Sharif, Obaidat ve Al-Dalalah, 2013).

Gıda işleme tesislerinden restoranlara kadar tüm yeme içme sektöründe ürün maliyetini, gıda israfını ve gıda kaynaklı hastalıkları en aza indirmek amacıyla tüm depolarda "ilk giren ürün, ilk çıkar" prensibi uygulanmalıdır. Yapmış olduğumuz bilgi yoklaması sonucunda katılımcıların %91,67'sinin bu konudaki önermeye "Katılıyorum" cevabı vererek dikkat ettiği görülmüştür. Pişmiş gıdaların sabah saatlerinden servis edilene kadar geçen süreçte oda sıcaklığında tutulması gıdalarda bir takım mikrobiyolojik ve fizikokimyasal değişimlere neden olabilmektedir. Bu durum, gıdaların bozulmasına sebep olabileceğinden insan sağlığı açısından tehlike oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu gıdaların buzdolabı koşullarında muhafaza edilmesi gerekmektedir (Çelen ve Avcıkurt, 2017; Sargın, 2005). Yapmış olduğumuz bilgi yoklamasında katılımcıların %36,11'i pişmiş yemeklerin artan kısımlarının buzdolabında saklanması konusuna katıldıklarını, %8,33'ü pişmiş yiyeceklerin oda sıcaklığında bırakılmasının sorun teşkil edebileceğini düşündüklerini belirten yanıtlar vermişlerdir. Verilen bu cevaplardan bu konu ile ilgili yeterli bilgi düzeyine sahip olmadıkları sonucuna varılabilir. Çelen ve Avcıkurt (2017), araştırmalarında restoran çalışanlarının %60,9'unun

pişmiş kebabın oda sıcaklığında bırakılmasının güvenli olmayacağı konusunda, %69,5'inin ise artan yiyeceklerin dolaba kaldırılması gerekliliği konusunda doğru bilgiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Dondurulmuş gıdaların birden fazla kez dondurularak çözündürülmesi ve çözündürme işlemi esnasındaki ortamı, insan sağlığı açısından riskli mikroorganizmaların daha hızlı bir şekilde gelişmesine neden olabilmektedir. Aynı zamanda gıdanın tüketici açısından kabul edilebilir duyu özelliklerini daha hızlı bir şekilde kaybetmesine neden olacaktır (Alparslan, Hasanhocaoğlu ve Baygar, 2013). Çalışmamızda yapılan eğilim yoklaması sonucunda katılımcıların %88,89'unun çözündürülmüş etlerin tekrar dondurulmaması konusunda, %61,11'inin ise dondurulmuş gıdaların sıcak su veya oda sıcaklığında çözündürülmemesi ile ilgili doğru bilgi sahibi olduğu görülmüştür.

Personel hijyeni, kişisel hijyen, vücutta gıda ile temas eden bölgelerin temizliği, çalışma esnasında eldiven, maske ve bone gibi koruyucu malzeme kullanması ve kıyafet temizliği gibi konuları içermektedir (Göktaş, 2019). Araştırmamızda restoran işletmelerinden katılan katılımcıların ortalama %91,67'sinin "Personel Hijyeni" konusunda yeterli bilgiye sahip olduğu görülürken geri kalanının ise bu konuda eksikliklerinin bulunduğu tespit edilmiştir. Balık restoranı katılımcıların %94,44'ünün gıdalara dokunmadan önce ellerin sıcak su ve sabunla yirmi saniye yıkanması konusunda, %97,22'sinin ise yiyeceklerin hazırlanması sırasında bone ve maske gibi malzemelerin kullanılması konusunda doğru bilgiye sahip olduğu görülmüştür. Çelen ve Avcıkurt da (2017) yaptıkları araştırmada döner ve kebab restoranlarındaki iş görenlerin bizim çalışmamızda elde ettiğimiz sonuçlara benzer şekilde büyük çoğunluğunun (%86,1) besinlere dokunmadan önce ellerin sıcak su ve sabunla yirmi saniye süresince yıkanması gerektiği konusunda olumlu cevap verdiklerini tespit etmişlerdir. Aynı çalışmada

katılımcıların %82,3'ü yiyecekleri hazırlama ve pişirme esnasında eldiven, bone, maske vb. koruyucuların kullanılması konusunda bizim çalışmamıza benzer şekilde olumlu cevaplar vermişlerdir. Sharif vd. (2013) askeri bir hastanede yapmış oldukları araştırmada gıda bölümü çalışanlarının %94,5'inin yiyeceklere dokunmadan önce ellerini su ve sabunla yıkadıklarını belirtmişlerdir. Aynı araştırmada çalışanların %85,5'inin özellikle hazır yemek şeklinde tüketilen gıdalarla temas etmeden önce eldiven kullanma konusunda doğru bir tutum içinde oldukları tespit edilmiştir. Tüm gıda ve restoran işletmelerinde güvenli gıda üretimi yapmanın ilk koşulu sağlıklı personel çalıştırmaktır. Personel taşıyıcı diğer bir deyişle portör olduğu zaman, taşıdığı mikroorganizmayı diğer çalışanlara veya gıdalara aktararak hem sağlam kişilerin hasta olmasına hem de üretim zinciri süresince ürün hijyeninin bozulmasına ve gıda kaynaklı zehirlenmelere neden olabilmektedir (Değirmencioğlu ve Çiçek, 2004). Araştırmamıza dâhil olan katılımcıların %75'inin hasta kişilerin mutfakta çalışmaması gerektiğine yönelik doğru bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan restoranlara hijyen ve kalite güvenliği eğitimi verilmesini takip eden haftalarda yerinde gözlem yapılarak Tablo 1'de sunulan soruların karşılığı olarak belirtilen puanlar verilerek değerlendirme yapılmıştır. Alınan cevaplar ve yerinde değerlendirmeler sonucu verilen puanlar 27 işletmenin "çok iyi", 10 işletmenin ise "iyi" düzeyde olduğunu göstermiştir. Çalışmaya dâhil olan 3 restoran, 75 puanın altında kaldığından hijyen standartları bakımından "yetersiz" bulunmuştur. Gıda işletmeleri için, gıda güvenliğinin temelini oluşturan hijyen ve sanitasyon kurallarının uygulanması, halk sağlığının korunması, ekonomik kayıpların engellenmesi, müşteri memnuniyetinin ve işletme prestijinin sürekliliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Yapmış olduğumuz bu çalışmanın bir benzeri 2004 yılının aralık ayında

İstanbul'un Beyoğlu ilçesinde içkili ve içkisiz restoran, lokanta, kafe, kafeterya ve fırın dâhil toplam 1128 gıda işletmesi ve konaklama yerinde Beyoğlu Belediyesi tarafından yapılarak denetlenmiştir. Denetlenen işletmelerin 481 tanesinin gıda güvenliği bakımından yeterli olduğu bildirilmiştir (Beyoğlu Belediyesi, 2021).

Araştırmamızda, Kovid-19 salgınınun yayılmasını önlemek amacıyla birinci dalga sonrası kontrollü normalleşme sürecinde tekrar hizmet vermeye başlayan İstanbul'un Sarıyer ilçesindeki balık restoranlarının, Sağlık Bakanlığınca yayınlanmış olan "Kovid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberindeki" önlemler (Sağlık Bakanlığı, 2020) kapsamında hazırlanan sorulara verdikleri yanıtlar ve yerinde yapılan görsel incelemeler sonucunda elde edilen bulgular Tablo 3'te verilmiştir. "Müşteri Kabulü" başlığı altında yapılan incelemeler sonucunda balık restoranlarının neredeyse tamamının Kovid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberinde belirtilen önlemlere uygun hareket ettiği tespit edilmiştir. Yemek salonu ve genel kullanım alanlarına yönelik yapılan görsel incelemeler sonucunda restoranların tamamına yakın bir kısmının, masalar arası mesafeyi 1,5 metre olacak şekilde koruduğu, sadece karşılıklı oturma düzeni sağladığı ve yemek masaları ile servis malzemeleri gibi ellerin çokça temas ettiği malzemeleri her kullanımdan sonra temizlediği tespit edilmiştir. Restoranların %90'ının genel kullanım alanlarında el antiseptiği bulundurduğu halde sadece %77,5'inin her masada el antiseptiği bulundurduğu gözlemlenmiştir. Ziyaretlerde restoranların tamamında servis personelinin sosyal mesafe kurallarına uyararak maske kullandığı, açık büfe uygulamasının yapılmadığı, çay/kahve makinesi gibi araçların kullanım dışı bırakıldığı ve temaslı post cihazı kullanılması halinde, her kullanımdan sonra temizliğinin yapılarak önlemlere (Sağlık Bakanlığı, 2020) uygun hareket edildiği tespit edilmiştir. Kovid-19 yayılımının azaltılması/önlenmesi ve halk sağlığının

korunması açısından sosyal mesafeye uyulması ve solunum hijyeninin doğru bir şekilde uygulanması gerekmektedir. Özellikle ilacı ve aşısı olmayan hastalıkların kontrolünde tüm ortak alanlarda, sosyal mesafe kurallarına uyulması, uygun maske kullanımı ve el hijyeni gibi ilaç dışı tedbirlerle insandan insana bulaşanı ortadan kaldırmak oldukça önemlidir. Kamu kurumları, okullar, sağlık kuruluşları, toplu taşıma ve restoranlar gibi toplumun yoğun olarak bulunduğu alanlarda alkol bazlı antiseptik veya kolonya gibi el hijyeni için gerekli malzemelerin sağlanması gerekmektedir (Erkal, Göksu Ses, Aydın ve Çalışkan, 2020).

Araştırmamız esnasında her ne kadar tüm balık restoranlarında personelin Kovid-19 yönünden izlenebilirliği ve işe gelişlerde ateş ölçümü yapılıyor olsa da düzenli olarak sağlık kontrolünden geçirilmediği tespit edilmiştir. Hâlbuki diğer bulaşıcı hastalıkların bulaşıcılığının önlenmesi ve takibi açısından sadece işe girişlerde değil, düzenli olarak da sağlık kontrolünün yapılıyor olması gerekmektedir. Yapılan değerlendirme sonucunda personele salgın ve hijyen uygulamaları ile ilgili eğitim verilmesi (38 adet) ve personel soyunma-duş-tuvalet ve ortak yeme içme alanlarının sosyal mesafe kurallarına göre düzenlenmesi (32 adet) konusunda restoranların çoğunda yüksek düzeyde uygunsuzluklar tespit edilmiştir. Alınan cevaplar ve görsel incelemeler doğrultusunda balık restoranlarının tamamına yakın bir kısmında personele hijyen uygulamaları ve Kovid-19 salgını konusunda profesyonel anlamda periyodik eğitimlerin verilmemesi, kulaktan duyma bilgilerle hareket edildiği gözlemlenmiştir. Hâlbuki personelin hijyen ve salgın konusunda bilinçlenmesi, fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik tehlikelerin azaltılmasına (Göktaş, 2019) ve salgının yayılmasının önlenmesine katkı sağlayacaktır. Araştırmamızda personel kıyafetlerinin günlük temizliğinin yapılması, el hijyeninin sağlanması açısından girişlerde el antiseptiği bulundurul-

ması ve kullanımının izlenebilirliğinin yapılması ve de maske, eldiven, siperlik gibi kişisel koruyucu kullanılması konusunda tüm restoranların önlemlere (Sağlık Bakanlığı, 2020) uygun hareket ettikleri tespit edilmiştir. Daha önce de belirtildiği gibi Kovid-19 yayılımının engellenmesi açısından ilaç dışı tedbirlerin uygulanması, el hijyenine özen gösterilmesi ve maske gibi kişisel koruyucu donanımların kullanılması ve işletme tarafından da bu tip malzemelerin temin edilmesi oldukça önemlidir (Erkal vd., 2020).

Bu açıdan değerlendirildiğinde balık restoranlarının bu konuya oldukça dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Mutfak, pişirme ve diğer servis alanlarında uyulması gereken önlemler kapsamında araştırmaya katılan hiçbir restoranın mutfak, ham madde ve ürün sevkiyat alanında hijyen bariyeri bulundurmadığı, sadece 1 adet restoranın sterilizasyon cihazı kullandığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan tüm balık restoranlarının mutfaklarında el hijyeni için gerekli temizleyicilerin bulunduğu, özellikle mutfak personelinin ellerini düzenli olarak yıkayarak el hijyenine önem verdiği tespit edilmiştir. Balık restoranlarının %95'inde gıdaların üstü kapalı bir şekilde muhafaza edildiği, %87,5'inde çapraz bulaşmaya mahal vermeyecek şekilde işlem görmemiş gıdalar ile tüketime hazır hale getirilmiş gıdaların birbirinden ayrı muhafaza edildiği, %97,5'inde zemin ile temas eden gıda bulundurmayarak hijyen kurallarına uygun hareket edildiği tespit edilmiştir. Gıda işletmelerinde gıdalardaki olası muhtemel bulaşma kaynaklarının bilinmesi, bu kaynaklardan gelebilecek her tür bulaşmanın önüne geçilebilmesi açısından oldukça önemlidir. Gıdaların üstü açık şekilde depolanması, zeminle direkt temas halinde bulunması veya çiğ ve pişmiş gıdaların aynı tabaklarda yan yana konulması esnasında gıdalar çok çeşitli mikroorganizmalar ile kontamine olabilmekte aynı zamanda çeşitli böcek, sinek ve kemirgenlere maruz kalabilmektedir.

Bundan dolayı işletme personelinin bu tür davranışlardan kaçınması gerekmektedir (Durlu Özkaya ve Cömert, 2008). Araştırmamızda restoranların %67,5'inin mutfak ve burada kullanılan her türlü alet, ekipman, tezgâh ve depolama alanlarının temizlik ve hijyeni düzenli olarak yaptığı, %32,5'inin ise bu konuda uygunsuz hareket ettiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Kovid-19 Salgın yönetimi ve çalışma rehberine göre alınan önlemleri değerlendirme sonuçları

<b>Müşteri Kabulü</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D%</b>
Restorana gelen müşterilere girişte temassız ateş ölçümü uygulanıyor mu?	40	100	0	0
Otuz sekiz dereceden yüksek ateşi olan müşteri restorana alınmayarak bir sağlık kuruluşuna başvurusu için uyarılıyor mu?	40	100	0	0
Restorana girişlerinde el antiseptiği bulundurularak müşterilerin ellerini antiseptikle temizlemeleri sağlanıyor mu?	40	100	0	0
Maskesi olmayan müşteri restorana kabul ediliyor mu?	40	100	0	0
Müşterinin yanında maske yoksa verilmek üzere maske bulunduruluyor mu?	40	100	0	0
Yeme içme faaliyeti dışında masadan her kalktıklarında müşterilerin maske takması sağlanıyor mu?	37	92,5	3	7,5
<b>Yemek Salonu ve Genel Kullanım Alanları</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D%</b>
Restoranın içinde veya dışarısında sıra oluşabilecek tüm yerlerde (tuvalet girişleri, varsa sigara içme alanları, restorana giriş, kasa önü vb.) 1,5 m ara ile sosyal mesafe işaretlemeleri yapılmış mı?	12	30	28	70
Yemek masaları arasındaki mesafe her yönden 1,5 m olacak şekilde düzenlenmiş mi?	37	92,5	3	7,5
Masalarda yan yana konumlanan sandalyeler arası mesafe 60 cm mi?	23	57,5	17	42,5
Yemek masalarında sadece karşılıklı oturma düzeni sağlanmış mı?	39	97,5	1	2,5
Personel ile müşterilerin direkt yüz yüze kaldığı bar tipi masalar kullanılmış mı?	40	100	0	0
Yemek masalarında kolonya veya el antiseptiği bulunduruluyor mu?	31	77,5	9	22,5
Servis personeli, servis sırasında temastan kaçınarak sosyal mesafe kurallarını korumaya, maske kullanmaya özen gösteriyor mu?	40	100	0	0
Su sebilleri ve içecek makineleri (çay, kahve vb.) kullanım dışı bırakılmış mı?	40	100	0	0
Açık büfe uygulaması yapılıyor mu?	40	100	0	0
Yemek masaları, sandalyeler, servis malzemeleri, peçete, tuzluk, baharatlık, şekerlik ve menü gibi ellerin çokça temas ettiği malzemeler her kullanımdan sonra temizlenip dezenfekte ediliyor mu?	37	92,5	3	7,5
Temaslı pos cihazı kullanılması halinde, her kullanımdan sonra cihazın temizlik ve dezenfeksiyonu yapılıyor mu?	40	100	0	0

Genel kullanım alanlarının girişlerinde ve yemek salonlarının farklı yerlerinde el antiseptiği bulunuyor mu?	36	90	4	10
Restoran içerisinde çocuk oyun odaları hizmete açık mı?	39	97,5	1	2,5
<b>Restoran Personeli</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D%</b>
Personel düzenli olarak sağlık kontrolünden geçiriliyor mu?	1	2,5	39	97,5
Personelin birlikte yaşadığı kişilerin Kovid-19 açısından izlenebilmesi amacıyla personelden düzenli olarak bilgi alınıyor mu?	40	100	0	0
Personele salgın ve hijyen uygulamaları konusunda bilgi ve eğitim verilmesi sağlanıyor mu?	2	5	38	95
Restorana girişlerde personele temassız ateş ölçümü yapılıyor mu?	40	100	0	0
Personel girişinde el antiseptiği bulundurulması izleniyor mu?	40	100	0	0
Personele kişisel koruyucu donanım (maske, tıbbi maske, eldiven, yüz koruyucu gibi) kullanılıyor mu?	40	100	0	0
Personel kıyafetlerinin temizliği ve hijyeni her gün düzenli olarak sağlanıyor mu?	40	100	0	0
Personele ait soyunma odası-duş-tuvalet, ortak yeme içme ve dinlenme alanları sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde düzenlenmiş mi?	8	20	32	80
Personelde hastalık belirtileri tespiti halinde en yakın sağlık kuruluşuna başvurması sağlanıyor mu?	40	100	0	0
<b>Mutfak Pişirme ve Diğer Servis Alanları</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D %</b>
Mutfak, ham madde ve ürün sevkiyat alanında hijyen bariyerleri var mı?	0	0	40	100
Mutfak, ham madde ve ürün sevkiyat alanında sterilizasyon cihazları var mı?	1	2,5	39	97,5
Mutfak, ham madde ve ürün sevkiyat alanında el hijyeni için gerekli temizleyiciler var mı?	40	100	0	0
Tüm gıda maddeleri kapalı dolaplarda (soğutucu, dondurucu veya kuru gıda deposu) üzeri kapalı şekilde muhafaza ediliyor mu?	38	95	2	5
Çapraz bulaşmanın önüne geçmek amacıyla işlem görmemiş gıdalar ile tüketime hazır hale getirilmiş gıdalar birbirlerinden ayrı yerlerde muhafaza ediliyor mu?	35	87,5	5	12,5
Zemin ile temas eden gıda var mı?	39	97,5	1	2,5
Mutfak ve ilişkili alanların, mutfakta kullanılan her türlü alet, ekipman, tezgâh ve depolama alanlarının temizlik ve hijyeni düzenli olarak sağlanıyor mu?	27	67,5	13	32,5
Mutfakta el ile sık temas eden yüzeyler çamaşır suyu veya dezenfektan ile düzenli olarak temizleniyor mu?	29	72,5	11	27,5
Serviste kullanılan tüm malzemeler bulaşık makinesinde yıkanıyor mu?	38	95	2	5
Mutfak personeli çalışma esnasında iş kıyafeti kullanıyor mu?	39	97,5	1	2,5
Mutfak personeli çalışma esnasında kurallara uygun şekilde maske kullanıyor mu?	35	87,5	5	12,5

Mutfak personeli ellerini düzenli olarak yıkayarak gerekli durumlarda antiseptik ile temizliyor mu?	40	100	0	0
Mutfakta, çalışan personelin uyması gereken kurallar ve iyi hijyen uygulamaları ile ilgili görsel veya yazılı bilgilendirme mevcut mu?	14	35	26	65
<b>Restoran Tuvaletleri</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D %</b>
Restoran tuvaletleri (zemin, klozet, pisuar, kapı kolları ve musluk) çamaşır suyu ile siliniyor mu?	38	97,44	1	2,56
Tuvalet ve lavaboların temizlik saatlerinin kayıtları görünür bir şekilde asılı mı?	11	28,21	28	71,79
Tuvaletlerde sıvı sabun, tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu bulunduruluyor mu?	38	97,44	1	2,56
Tuvalet giriş-çıkışlarında kolonya veya el antiseptiği bulunduruluyor mu?	34	87,18	5	12,82
Temizlik yapan personel eldiven ve maske gibi koruyucu ekipman kullanılarak iş bitiminden sonra ekipmanını iş yeri çöpüne atıyor mu?	39	100	0	0
İşlem sonrasında ellerini sabunla en az 20 saniye temizliyor mu?	39	100	0	0
Tuvaletlerde el kurutma fanları kapatılarak kullanım dışı bırakılmış mı?	39	100	0	0
<b>Restoranlarda Genel Temizlik ve Bakım</b>	<b>U</b>	<b>U %</b>	<b>U.D</b>	<b>U.D %</b>
Genel temizlik ile ilgili kayıt tutuluyor mu?	19	47,5	21	52,5
Tesisin tamamında el temasının yoğun olduğu (kapı kolları, tırabzanlar, varsa asansör düğmeleri, elektrik düğmeleri, televizyon kumandası, telefon, bilgisayar klavyesi) yüzeyler sık sık su ve deterjanla temizleniyor mu?	38	95	2	5
Tüm alanların dezenfeksiyonunda kullanılan çamaşır suyu 1/100 oranında mı?	0	0	40	100
Çamaşır ve bulaşık makinesi gibi araç, gereç ve malzemelerin periyodik bakımları yapılarak ve gerekli olanların sterilizasyonu sağlanıyor mu?	40	100	0	0
Vantilatör kullanılıyor mu?	39	97,5	1	2,5
Klima ve havalandırma sistemi mevcutsa periyodik olarak temizlik ve bakımları yapılıyor mu?	40	100	0	0
Tesisteki kapalı alanların tamamı, kapı ve pencerelerin açılması yoluyla doğal olarak havalandırılıyor mu?	36	90	4	10

U: Uygun olan restoran sayısı, U%: Uygun olan restoranların yüzdesi, U.D: Uygun olmayan restoran sayısı, U.D%: Uygun olmayan restoranların yüzdesi

Bu konuda gözlenen uygunsuzluklar genellikle mutfak duvarlarının, yerlerinin ve soğutucu depo kapaklarının temizliğindeki eksikler yönünde gözlemlenmiştir. Yapılan ziyaretlerde toplamda 35 adet işletmede mutfak personeli çalışma esnasında maskeyi doğru şekilde kullanırken, 5 adet işletmede ise uygunsuz maske kullanımı dikkati çekmiştir. Özellikle

solunum yolundan çıkan damlacık, hapşırma ya da öksürme yoluyla ağız, burun ve gözlerden bulaşabilen Kovid-19 hastalığına neden olan virüsün kişiden kişiye bulaşmasının engellenmesi açısından doğru maske kullanımı oldukça önemlidir. Maske vb. kişisel koruyucu ekipmanların amacına uygun olarak doğru bir şekilde kullanımı, Kovid-19 hastalığının yayılımı

zını azaltmada oldukça önemlidir (Sarmaşoğlu, Tarakçıoğlu Çelik ve Korkmaz, 2020). Yapılan ziyaretler sonucunda restoranların %65’inde özellikle mutfak personeline uyulması gereken kuralların ve iyi hijyen uygulamalarının yer aldığı görsel/yazılı bilgilendirmelerin eksik olduğu tespit edilmiştir. İyi hijyen uygulamalarına yönelik uyulması gereken kuralların yer aldığı görsel ve yazılı iletişim araçları hem gıda güvenliğinin sağlanmasında hem de Kovid-19 pandemisine karşı verilen mücadelede oldukça önemli yer tutmaktadır. Görsel uyarıların akılda kalıcı ve kolay algılanabilir olması nedeniyle personelin iyi hijyen uygulamalarına yönelik davranışlarının gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Uğur ve Özsoy, 2020).

Araştırmamızda “Tuvaletler” başlığı altında toplamda 39 adet restoranın kendine ait tuvaleti bulunduğu değerlendirilmiştir, 39 restoran üzerinden yapılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda en fazla uygunsuzluklar çamaşır sularının bakanlıkça yayınlanmış olan yönergede olduğu gibi uygun oranlarda kullanılmayışı, tuvalet ve lavaboların temizlik saati kayıtlarının görünür bir şekilde asılı olmayışı (%71,79) ve benzer şekilde genel temizlik ile ilgili kayıt eksikliği (%52,5) yönünde tespit edilmiştir. Her ne kadar restoranların %97,44’ü tuvalet ile ilişkili tüm alanları çamaşır suyu ile temizleme konusunda dikkatli davranıyor olsa da hem kullanılan dezenfektanların oranının hem de iş takibinin yapılabilmesi açısından kayıt altına alınması oldukça önemlidir. Gıda işletmelerinde genel temizlik ile ilgili işlerin kayıt altında tutulması yapılan temizliğin takibinin sağlanması açısından önem taşımaktadır.

## Sonuç

Bu araştırma, eğilim yoklamaları ve restoran ziyaretleri sonucunda işletme, ürün ve personel hijyeni ile ilgili sorulara verilen yanıtlar ve gözlenen eksiklikler her işletmede yapılabilen

yanlışları ortaya koymuştur. Buradaki en büyük eksikliğin hem personel eğitiminin yetersiz olmasından hem de kulaktan dolma bilgilerle doğru olarak bilinen yanlışların uygulanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Personelin düzenli olarak eğitimden geçirilmesi hijyen uygulamaları ile ilgili olumsuz davranışlarının düzeltilmesini sağlayacaktır.

Yapılan incelemelerde balık restoranlarının Kovid-19 pandemisi süresince özellikle müşteri kabulünde, masaların sosyal mesafe kurallarına göre düzenlenerek temizliğinin yapılmasında oldukça dikkatli davrandıkları gözlemlenmiştir. Gerek müşteri gerekse personelin el hijyenini sağlamak amacıyla gerekli temizlik ile antiseptik malzemelerin temini ve personelin koruyucu ekipman kullanımı konusunda hassas davranarak özen gösterdikleri tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu çalışmanın, Kovid-19 tedbirleri kapsamında insan sağlığı için endişe verici olabilecek durumlarda, gıda işletmelerinde gıda güvenliği ve hijyen ile ilgili gelecekte yapılacak olan çalışmalara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

## Teşekkür

Bu çalışma, İstanbul İli Sarıyer Belediye Başkanlığı tarafından “Beyaz Martı Hijyen” Projesi kapsamında desteklenmiştir. Ayrıca bu makalenin veri hesaplamalarının yapılması sırasında yardımlarından ötürü İnanç KÖSE’ye teşekkürü borç biliriz.

## Kaynakça

**Alanagreh, L., Alzoughool, F., Atoum, M. (2020).** The human coronavirus disease COVID-19: Its origin, characteristics, and insights into potential drugs and its mechanisms. *Pathogens*, 9(5), 331. doi:10.3390/pathogens9050331

**Alparslan, Y., Hasanhocaoğlu, H., Baygar, T. (2013).** Ortam şartlarında (23 ± 4°C) birden

fazla uygulanan çözündürme işleminin levrek balığı (*Dicentrarchus labrax*, L., 1758)' nin et kalitesine etkisi. *Journal of Fisheries Sciences.com*, 7(1), 12-21. doi: 10.3153/jfsc.com.2013002

**Asher, A., Tintle, N. L., Myers, M., Lockshon, L., Bacareza, H., Harris, W. S. (2021).** Blood omega-3 fatty acids and death from COVID-19: A pilot study. *Prostaglandins Leukotrienes and Essential Fatty Acids*, 166, 102250. doi: 10.1016/j.plefa.2021.102250

**Berger, M., Taylor S., Harriss L., Campbell, S., Thompson, F., Jones, S., Makrides, M., Gibson, R., Amminger, G.P., Sarnyai, Z., McDermott, R. (2020).** Cross-sectional association of seafood consumption, polyunsaturated fatty acids and depressive symptoms in two Torres strait communities. *Nutritional Neuroscience*, 23(5), 353-362. doi: 10.1080/1028415X.2018.1504429

**Beyoğlu Belediyesi (2021).** Beyaz Zambak Projesi. <https://beyoglu.bel.tr/projeler/beyaz-zambak-projesi>

**Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2016).** Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Pegem Akademi.

**Büyüköztürk, Ş. (2017).** Veri Analizi El Kitabı. Ankara: Pegem Akademi.

**Creswell, J.W., Clark, V.L.P. (2011).** Designing and Conducting Mixed Methods Research. Los Angeles: Sage Publications.

**Creswell, J. W. (2016).** Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni. Ankara: Siyasal Kitabevi.

**Christensen, L.B., Johnson, R. B., Turner, L.A., (2015).** Araştırma Yöntemleri: Desen ve Analiz. (Çev. Aypay, A.). Ankara: Anı Yayıncılık.

**Çelen, O., Avcıkurt, C. (2017).** Döner ve kebapçılıkların yiyecek-içecek hijyenine yönelik bilgi düzeyi: Ankara ilinde bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 303-323. doi: 10.21325/jotags.2017.96

**Değirmenciöğlü, N., Çiçek, D. (2004).** Otel işletmelerinin mutfağında personel hijyeni ve HACPP uygulamaları. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 21-35.

**Durlu Özkaya, F., Cömert, M. (2008).** Gıda zehirlenmelerinde etken faktörler. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 65(3), 149-158.

**El-Bayoumy, K., Manni, A. (2020).** Customized prevention trials could resolve the controversy of the effects of omega-3 fatty acids on cancer. *Nutrition and Cancer*, 72(2), 183-186. doi:10.1080/01635581.2019.1651348

**Erkal, E., Göksu Ses, A., Aydın, S., Çalışkan, D. (2020).** COVID-19'un toplumda yayılımını önlemeye yönelik ilaç dışı halk sağlığı önlemleri. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5, 79-95. doi:10.35232/estudamhsd.765195

**Farias, D.P., Dos Santos Gomes, M.G. (2020).** COVID-19 outbreak: What should be done to avoid food shortages? *Trends in Food Science and Technology*, 102, 291-292. doi:10.1016/j.tifs.2020.06.007

**Giritlioğlu, İ., Kızılcık, O. (2016).** Turizme hizmet sunan pastane işletmelerinde çalışan dondurma üretim personelinin hijyen ve gıda güvenliğine ilişkin bilgi ve uygulama düzeyi üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 301-319. doi: 10.20875/sb.56827

**Göktaş, M. A. (2019).** İstanbul'da bazı gıda işletmelerinde hijyenik kalitenin saptanması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.



**Innes, J. K., Calder, P. C. (2020).** Marine omega-3 (N-3) fatty acids for cardiovascular health: an update for 2020. *International Journal of Molecular Sciences*, 21(4), 1362. doi:10.3390/ijms21041362

**Leech, N. L., Onwuegbuzie, A. J. (2009).** A typology of mixed methods research designs. *Quality & Quantity*, 43(2), 265-275. doi:10.1007/s11135-007-9105-3.

**Mondal, M. R. H., Bharati, S., Podder, P., Podder, P. (2020).** Data analytics for novel coronavirus disease. *Informatics in Medicine Unlocked*, 20, 100374. doi: 10.1016/j.imu.2020.100374.

**Öksüz, A., Alkan, Ş. B., Taşkın, H., Ayrancı M. (2018).** Yaşam boyu sağlıklı ve dengeli beslenme için balık tüketiminin önemi. *Food and Health*, 4(1), 43-62. doi: 10.3153/JFHS18006

**Sargın, Y. (2005).** Ankara'daki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan yiyecek ve içecek personelinin hijyen bilgileri ve uygulamalarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Sarıyer Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğü (2012).** Çalışma Raporu. <https://kusif.ku.edu.tr/wp-content/uploads/2018/02/Sarıyer-İlçe-Tarım-Müdürlüğü-2012-Yılı-Raporu.pdf>

**Sarmaşoğlu, Ş., Tarakçıoğlu Çelik, G. H., Korkmaz, F. (2020).** İnceleme: COVID-19 hastalığından korunmaya yönelik kişisel koruyucu ekipman kullanım. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 7, 47-65. doi:10.31125/hunhemsire.776491

**Sağlık Bakanlığı (2020).** Covid-19 salgın yönetimi ve çalışma rehberi. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu Çalışması. 20 Haziran 2020 <https://covid19.saglik.gov.tr/Eklenti/37722/0/covid-19salginyoneti-mivecalismarehberipdf.pdf>

gov.tr/Eklenti/37722/0/covid-19salginyoneti-mivecalismarehberipdf.pdf

**Sharif, L., Obaidat, M. M., Al-Dalalah, M. R. (2013).** Food hygiene knowledge, attitudes and practices of the food handlers in the military hospitals. *Food and Nutrition Sciences*, 4, 245-251. doi: 10.4236/fns.2013.43033

**Şanlıer, N., Tunç Hussein, A. (2008).** Yiyecek-içecek hizmeti veren otel mutfakları ve personelinin hijyen yönünden değerlendirilmesi: Anakara ili örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(2), 461-468.

**Uğur, E., Özsoy, S. A. (2020).** COVID-19 pandemi sürecinde sembolleşmiş görsel unsurların görsel iletişim tasarımı açısından değerlendirilmesi. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 50, 779-790. doi:10.7816/ulakbilge-08-50-04

**Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016).** Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



## Restoran Menülerinde Özel Beslenme Türleri: İstanbul Örneği

**Duran CANKÜL**

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi

durancankul@hotmail.com

ORCID: 0000-0001-5067-6904,

**Aysucan AYDIN**

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

aysucanaydin@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2610-9955

Geliş tarihi / Received: 21.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 02.04.2022

### Öz

Bu araştırmada, İstanbul ilindeki birinci sınıf restoranların menülerinde özel beslenme türlerine yönelik menü kalemlerinin bulunma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren birinci sınıf restoran statüsündeki 158 restoran oluşturmaktadır. Veriler restoranların web siteleri ve sosyal medya platformlarındaki paylaşımlarında bulunan menü kartı bilgileri üzerinden sağlanmıştır. Veriler, doküman incelemesi tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada doküman incelemesi tekniği ile elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, 158 işletmeden 77 işletmenin web sitesine ulaşılmıştır. Web sitesine ulaşılan işletmelerin çoğunluğunda menü kartı bulunurken, bu işletmelerde özel beslenme bilgisinin kısıtlı yer aldığı görülmektedir. Diğer taraftan menü kartlarında en çok vegan beslenme bilgisi bulunurken, diyabetik beslenmeye uygun herhangi bir bilgi yer almamaktadır. Ayrıca analiz sonuçları, 158 işletmeden 118 işletmenin sosyal medya hesabına sahip olduğunu, sosyal medya hesabı bulunan işletmelerin hesaplarında menü kartı paylaşımlarının ve özel beslenme bilgilerinin oldukça yetersiz olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** *İnternet sayfası, menü kartı, menü, özel beslenme, restoran*

## Special Nutrition Types in Restaurant Menus: The Case of Istanbul

### Abstract

In this research, it is aimed to determine the availability of menu items for special nutrition types in the menus of first class restaurants in Istanbul. For this purpose, qualitative research method was used in the research. The population of the research consists of 158 restaurants with the status of first class restaurants operating in the province of Istanbul. The data was obtained from the menu card information shared on websites and social media platforms by the restaurants. Data were collected by document analysis technique. In the research, content analysis was applied to the data obtained by document analysis technique. According to the results of the analysis, the websites of 77 businesses out of 158 businesses were accessed. Most of the businesses whose websites are accessed have menu cards, it is seen that special nutrition information is limited in these businesses. On the other hand, there is mostly vegan nutrition information on the menu cards, there is no information suitable for diabetic nutrition. In addition, the results of the analysis show that 118 businesses out of 158 businesses have social media accounts, and the menu card sharing and special nutrition information in the accounts of businesses with social media accounts are quite insufficient.

**Keywords:** *Web site, menu card, menu, special nutrition, restaurant*

### Giriş

İşletmelerin tüketiciler tarafından tercih edilmelerinde beslenme tercihleri ve engelleri etkili olmaktadır. Özellikle vegan ve vejetaryen beslenme tercihi bulunan veya çölyak hastalığına uygun glutensiz beslenme ve diyabetik beslenmeye uygun yiyecekler tercih etmek durumunda olan tüketiciler, işletmelerden isteklerine uygun özel menü kalemi istekleri de bulunabilmektedir (Durlu- Özkaya, Ceylan, Öztürk ve Demirel, 2020, s.190; Shani ve DiPietro, 2007, s.66). Özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin işletmelerde bulunmasının bu ürünlere gereksinimi olan tüketicilerin restoran tercihlerini oluştururken etkili olduğu düşünülmektedir. Ancak alanyazın incelendiğinde restoranların menü kalemleri ile alakalı hem web sitesi hem de sosyal medya hesaplarının incelenmesini içeren bir araştırmaya rastlanmamıştır. Özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin işletmelerde bulunmasının bu ürünlere gereksinimi olan tüketicilerin restoran tercihlerini

oluştururken önemli bir etmen olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, restoran işletmelerinde özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin bulunma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda metropol bir şehir olan İstanbul ilindeki birinci sınıf ve lüks restoranlar evren olarak belirlenmiş ve söz konusu işletmelerin web siteleri ve sosyal medya hesapları incelenmiştir.

### Kavramsal Çerçeve

#### Menü

Restoran işletmelerinde menü, müşterilere restoranın neler sunduğunu göstermeyi amaçlayan bir kart olarak tanımlanabilmektedir. İşletmenin sunduğu ürünlerin yanı sıra işletmenin imajını temsil etmektedir ve müşterileri satılmak istenen ürünlere yönlendirmektedir. Satılmak istenen ürün doğrultusunda hangi ekipmanların gerekli olduğuna, bunları kullanacak kalifiye personel ihtiyacına ve ne tür malzemelerin kul-

lanılacağına, menü oluşturulması ile birlikte karar verilmektedir (Antun ve Gustafson, 2005, s.82; Ozdemir, 2012, s.378; Ozdemir ve Caliskan, 2014, s.3-5; Smith, Guliuzo, Benedict ve Chappaorro, 2019, s.1522). Menü kartı oluşturulurken yemeklerin içindekiler bilgisinin (alerjen ürün veya özel beslenmeye uygunluk ibaresi de dâhil olmak üzere), ürünlerin fiyatlarının, kalori değerlerinin ve içerdikleri besin öğelerinin bilgilerinin bulunması menünün açık ve anlaşılır olması için tavsiye edilmektedir (Cankül, 2019, s.258). Ayrıca menü kartı oluşturulurken dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise işletmenin uyguladığı menü türüdür. Uygulanacak menü türüne uygun menü seçilmesi bütünlük açısından önem taşımaktadır.

İşletmelerde menü türleri, fiyata, zamana ve özel durumlara bağlı olarak belirlenmektedir ve sınıflandırılmaktadır (Kotschevar ve Withrow, 2008; McVety, Ware ve Ware, 2008; Russell, 2009). Bunların dışında kalan menüler ise özel durumlara bağlı olan menülerdir. Bu menülere; çocuk ve gençlerin yemek tercihlerine uygun olan çocuk menüleri, istenilen organizasyonun yapısına ve isteklerine bağlı olan catering menüleri, otel işletmelerinde kullanılan oda servisi menüleri örnek olarak verilebilmektedir (Kotschevar ve Withrow, 2008; McVety vd., 2008). Bunların yanı sıra gerek sağlık problemleri gerekse beslenme şekilleri ile ilişkilendirilebilecek ve araştırmanın odak noktasını da oluşturan farklı beslenme türlerine (vejetaryen, vegan, çölyak, diyabet vb.) uygun menü kalemlerini içeren özel beslenme menüleri de kullanılmaktadır.

### **Özel Beslenme Türleri**

Özel beslenme bireylerin farklı beslenme ihtiyaçları, hastalıklarına uygun beslenme şekilleri veya benimsemiş oldukları beslenme alışkanlıklarını kapsamaktadır. Bireylerin ihtiyaçları ve alışkanlıkları doğrultusunda beslenme sağlama istekleri ise menülerde özel beslenmeye yöne-

lik menü kalemlerinin oluşturulması ihtiyacını doğurmuştur (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014, s.497). Bu araştırmada, özel beslenme türlerinden vejetaryen ve vegan beslenme ile çölyak ve diyabete uygun beslenme incelenmiştir.

Vejetaryenlik genel olarak et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, kümes hayvanları ve ürünleri, balık ve deniz mahsüllerinin tüketiminin sınırlanması veya tamamen tüketilmemesi ile birlikte hayvansal olmayan besinlerin tüketimine yönelme olarak açıklanabilmektedir (American Dietetic Association, 2003, s.748; Karabudak, 2012, s.7). Bu tip beslenmeyi benimseyen bireyler ise vejetaryen olarak adlandırılmaktadır.

Vejetaryen beslenmenin bir diğer alt grubu olan veganlık ise beslenmenin yanı sıra günlük hayat rutinlerinde de hayvansal kaynaklı hiçbir ürünü (ipek, yün deri vb. giysiler; hayvansal kaynaklardan elde edilen bal, jelatin vb ürünler; hayvanlar üzerinde test edilmiş ürünler gibi) kullanmamaktadırlar (Karabudak, 2012, s.7; Rivera ve Shani, 2013, s.1051; Shani ve DiPietro, 2007, s.67).

Araştırmanın odak noktalarından diğeri ise çölyak hastalığı ve buna uygun beslenmeyi kapsamaktadır. Çölyak hastalığı, genel olarak genetik olarak yatkınlığı bulunan bireylerde buğday, arpa ve çavdar gibi gluten içeren ürünler alımı sonrasında tetiklenen bağışıklık ile ilgili bir hastalıktır (Catassi ve Fasano, 2008, s.687; Green ve Cellier, 2007, s.173). Çölyak hastalığına sahip bireylerde hastalık klasik veya asemptomatik ilerlese de önemli olan unsur, gluten içeren besinlerden ve bunların dışında doktorların hastalığın seyrine ve durumuna göre yasakladığı besinlerden kesinlikle uzak durulması olduğu söylenebilmektedir.

Araştırmada incelenen bir diğer özel beslenme türü ise oldukça yaygın bir hastalık olan diyabete uygun beslenmedir. Diyabet, uzun dönemli veya kronik olarak adlandırılabilir oldukça

ciddi etkileri bulunan bir hastalıktır (International Diabetes Federation, 2019, s.10). Uluslararası Diyabet Federasyonu'nun 2019 raporuna göre, 20-79 yaşındaki yetişkin bireylerin %9.3'ü (463 milyon) diyabettir. Çocuk ve ve adölesanların (20 yaş altı bireyler) 1.1 milyon'u Tip 1 diyabete sahiptir (International Diabetes Federation, 2019, s.33). Bu oranlar incelendiğinde Dünya genelinde diyabete sahip bireylerin oluşturduğu popülasyon ve bu bireylerin özel gereksinimleri göz ardı edilemeyecek boyuttadır.

### İlgili Alanyazın

Uluslararası alanyazın incelendiğinde konuya menüler açısından yaklaşan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ulusal alanyazın incelendiğinde ise konuya menüler açısından yaklaşan araştırmaya rastlanmamıştır.

Din, Zahari, Odhman ve Abas (2012), Malezya'daki restoran menülerinde besin öğeleri bilgisinin bulunma durumunu incelemiş ve müşteriler besin öğeleri ile alakalı bilgilendirmelere olumlu yaklaşıyor olsalar da işletmelerin çeşitli sebeplerle bu bilgilendirmeler konusunda yetersiz kaldıkları görülmüştür.

Mancebo, Picón, ve Gómez (2015), glütensiz kurabiye üretiminde farklı glütensiz unların özelliklerinin kurabiye kalitesine etkisini incelediği araştırmasında, glütensiz unlarla yapılan kurabiyelerde buğday unu ile yapılan kurabiyelere göre genel olarak istenmeyen sertlik ve daha az yayılma durumunun ortaya çıktığını belirlemiştir.

Bacon ve Krpan (2018), farklı menü tasarımlarının vejetaryen beslenen bireylerin tercihlerine etkisini incelediği araştırmada, menü tasarımı yapılırken vejetaryen menü kaleminin şefin önerisi olarak sunulması, daha çekici bir açıklama ile menüye eklenmesi ve menüde ayrı bir

başlık olarak bulunmasının müşteri tercihinde etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Lerner vd. (2019), Amerika'nın çeşitli eyaletlerindeki restoranlarda servis edilen ürünlerin içerdikleri glüten oranları "Nima" adlı portatif glüten dedektörü ile incelenmiş, araştırma kapsamında örnek olarak kullanılan yemeklerin büyük bir çoğunluğunda glütensiz ibaresi bulunduğu tespit edilmiş ve yapılan testler sonucunda üçte bir oranında yemeklerde glüten bulunduğu tespit edilmiştir.

Venkatakrishnana, Chiu ve Wang (2019), araştırmalarında Tip 2 diyabete sahip bireylerin kullanacakları hipoglisemik ilaçların yanı sıra beslenme düzenlerine fonksiyonel gıdalar ve şifalı bitkileri eklemelerinin glisemik kontrolü sağlamaya etkisini belirlemişlerdir. Fonksiyonel gıdalar ve şifalı bitkilerin belirli oranda ve sürede kullanılması sayesinde glisemik kontrolü iyileştirmede oldukça önemli bir etki sağladığı sonucuna varılmıştır.

Perez-Cueto (2021), tamamen bitkisel bazlı yemeklerden oluşan bir menüde, günün yemeği konsepti oluşturmanın müşteri tercihlerini etkileme durumunu belirlemeye çalıştığı araştırmasında, menüde farklı seçenekler olarak bitkisel bazlı yemekler sunulması ile müşterinin dikkatini çekmeye yönelik bir günün yemeği oluşturulması arasındaki fark oldukça yüksek olarak belirlenmiştir.

### Yöntem

Bu araştırmada, İstanbul ilindeki birinci sınıf restoranların menülerinde özel beslenme türlerine yönelik menü kalemlerinin bulunma durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca uygun olarak araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler, doküman incelemesi tekniği ile toplanmıştır. Doküman incelemesi, yazılı veya elektronik ortamdan elde edilebilen

belge içeriklerinin sistematik bir biçimde ve titizlikle incelenmesini kapsamaktadır (Bowen, 2009, s.27; Wach, 2013, s.1). Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi dokümanlardaki birçok kelimeyi kategorize ederek verileri özetlemede oldukça önemli görülmektedir (Stemler, 2001, s.9). Web siteleri ile birlikte Skalski, Neuendorf ve Cajigas'ın (2017) interaktif medya olarak tanımladığı Instagram, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya platformları da geleneksel medyanın yanı sıra günümüzde yer edinmiş ve içerik analizinin konusuna dâhil olmuştur.

Araştırmanın evrenini, metropol bir şehir olan İstanbul'da bulunan ve Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından belirlenmiş olan 158 birinci sınıf restoran işletmesi (KTB, 2021) oluşturmaktadır. Belirlenen araştırma evrenini oluşturan 158 restoran işletmesinden web sitesine ulaşılabilen 77 işletme, web siteleri açısından örnekleme dâhil edilmiş ve arama motorunda aratılmıştır.

**Tablo 1.** Web sitesi ile ilgili bilgiler

Web sitesi Bulunma Durumu	Web Sitesi	Menü Kartı Bulunması	
Var	77	Var	45
		Yok	32
Yok	81	-	-
Toplam	158	-	-

Tablo 1'de açıklandığı üzere belirlenen 158 işletme arasında 77 işletmenin web sitesi bulunurken, 81 işletmenin web sitesi bulunmamak-

İşletmelerin sosyal medya hesapları da ilgili platformlarda aratılıp en az bir platformda hesabı bulunan 118 işletme ise sosyal medya hesabı açısından örnekleme dâhil edilmiştir. Araştırmalar 24 Mart 2021-16 Mayıs 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin hem web sitelerinde hem de sosyal medya hesaplarında menü kartlarının ve menü kartlarında özel beslenmeye uygun menü kalemlerinin bulunma durumu içerik analizine tabi tutulmuştur.

## Bulgular

Araştırma kapsamında, İstanbul ilindeki birinci sınıf ve lüks restoranların web sitelerinde, web sitelerinde bulunan menülerde, sosyal medya hesaplarında ve sosyal medya hesaplarında bulunan menülerde özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin bulunma durumu incelenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, web sitesi ve sosyal medya hesapları olarak ayrı ayrı ele alınmış ve aşağıda aktarılmıştır.

tadır. Web sitesi bulunan 77 işletmeden 45'inin web sitesinde menü kartı bulunurken, 32 işletmenin menü kartına ulaşamamıştır.

**Tablo 2.** Web sitelerinde özel beslenme durumu

Menülerde Özel Beslenme Durumu	Menüde Özel Beslenme Bilgisi	Vegan	Vejetaryen	Çölyak (Glütensiz)	Diyabetik	Alerjen Uyarısı
Var	12	8	6	2	-	12
Yok	33	37	39	43	45	33
Toplam	45					

Web sitesi ve menü kartı bulunan 45 işletmenin menüleri incelendiğinde, Tablo 2’de aktarılan bilgilere göre 12 işletmenin menüsünde alerjen uyarıları ile ilgili bilgilendirmeler bulunduğu belirlenmiştir. Menüler özel beslenme türleri bakımından incelendiğinde, 12 işletmede özel beslenmeye uygun seçenekler olduğu tespit edilmiştir. 5 işletmede sadece vegan, 3 işletmede sadece vejetaryen, 2 işletmede vejetaryen ve vegan, 1 işletmede glutensiz ve vegan seçenekler

bulunmaktadır. Ayrıca 1 işletmede işaretleme yolu ile vejetaryen seçenekler bulunduğu ve yine işaretleme yolu ile bazı menü kalemlerinin glutensiz de tercih edilebileceği belirtilmiştir. Sonuç olarak, 8 işletmede vegan, 6 işletmede vejetaryen, 2 işletmede glutensiz ibareleri yer alırken, herhangi bir işletmede diyabetik ibaresi yer almamaktadır. Bunların dışında web sitesinde menü kartı bulunmayan ancak vejetaryen ve vegan beslenmeye uygun seçenekleri bulunduğunu belirten bir işletme bulunmaktadır.

**Tablo 3.** Sosyal medya hesapları ile ilgili bilgiler

Sosyal Medya Hesabı Bulunma Durumu	Sosyal Medya Hesabı	Instagram	Facebook	Twitter	Youtube
Var	118	104	109	43	23
Yok	40	14	9	75	95
Toplam	158				

Tablo 3’te işletmelerin sosyal medya hesaplarının bulunma durumu açıklanmıştır. 118 işletmenin en az bir sosyal medya hesabı bulunurken, 40 işletmenin herhangi bir sosyal medya hesabına ulaşamamıştır. Sosyal medya platformlarında yapılan araştırmalar sonucunda sosyal medya hesabına ulaşılan 118 işletmeden 104 işletmenin Instagram hesabı bulunurken, 14 işletmenin Instagram’da bir hesabına ulaşamamıştır. Facebook platformunda hem işletme sayfası hem de paylaşım sayfası olarak 109 iş-

letmenin hesabına ulaşılırken, 9 işletmenin paylaşımında bulunduğu herhangi bir sayfaya ulaşamamıştır. Gönderi paylaşımı yapılan bir diğer sosyal medya platformu olan Twitter’da yapılan aramalar sonucunda 43 işletmenin Twitter’da hesabı bulunduğu belirlenirken, 75 işletmenin herhangi bir Twitter hesabının bulunmadığı tespit edilmiştir. Bunların dışında video paylaşımlarının yapıldığı Youtube platformunda yapılan aramalar sonucunda yalnızca 23 işletmenin Youtube’da hesabı bulunmuştur.

**Tablo 4.** Sosyal medya hesaplarında özel beslenme durumu

Sosyal Medya Hesaplarında Özel Beslenme Durumu	Sosyal Medya Hesabı	Sosyal Medyada Menü Kartı	Sosyal Medyada Özel Beslenme Bilgisi
Var	118	Var Yok	8 110
Yok	40	Var Yok	1 117
Toplam	158		

Tablo 4’te işletmelerin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları incelendiğinde ise 8 işletmenin sosyal medya hesabında menü kartı pay-

laşılırken, 110 işletmenin menü kartı ile ilgili paylaşımı bulunmamaktadır. Ayrıca işletmelerin menü kartı ile ilgili paylaşımlarının yalnızca



Instagram ve Facebook hesaplarından yapıldığı, Twitter ve Youtube hesaplarında böyle bir paylaşımın bulunmadığı belirlenmiştir.

İşletmelerden 5'i Instagram'da menü kartı ile ilgili paylaşım yapmış, 2'si Facebook'ta menü kartını paylaşmış ve 1 işletme de hem Instagram hem Facebook'ta menü kartı ile ilgili paylaşım yapmıştır. Sosyal medya hesaplarında menü kartı bulunan 8 işletmenin paylaştıkları menüler incelendiğinde ise yalnızca bir işletmenin menüsünde özel beslenmeye uygun menü kalemleri bulunduğu tespit edilmiştir. İşletme menüsünde bazı menü kalemlerinde vejetaryen beslenmeye uygun seçeneklerin işaretleme yolu ile aktarıldığı görülmüştür.

### **Tartışma ve Sonuç**

Özel beslenme ihtiyacı veya alışkanlığı bulunan bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla menülerde özel beslenme kalemleri oluşturulmuştur. Müşteri isteklerini karşılama anlamında bu kalemler önem arz etmektedir (Cömert ve Durlu- Özkaya, 2014, s.497). Bu araştırmada da vejetaryen, vegan, çölyak ve diyabet özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin restoran menülerinde bulunma durumu incelenmiştir. Metropol bir şehir olması ve daha fazla birinci sınıf ve lüks restoranın yer alması sebebiyle araştırma evrenini, İstanbul ilindeki birinci sınıf ve lüks restoranlar oluşturmuştur. Bu sınırlılıkta işletmelerin web siteleri ve sosyal medya platformlarındaki hesapları incelenmiştir. İşletmelerin menüleri de hem web siteleri hem de sosyal medya hesapları açısından incelenmiştir.

İşletmeler web siteleri bakımından incelendiğinde, 158 işletmeden yalnızca 77 işletmenin web sitesine ulaşılabilmektedir. Web sitelerinde menü kartı bilgisi paylaşılma durumu incelendiğinde ise 45 işletmenin web sitesinde menü kartı bulunduğu tespit edilmiştir. Dijital ortam-

lar ve bu ortamlarda pazarlamanın günümüzde öneminin yadsınamayacak boyutta olması (Uygun, Sürücü ve Seren, 2018) bilgisi ışığında web sitesi bulunan işletme sayısının ve menü kartı paylaşımlarının bu denli düşük olmasının müşteri iletişimi açısından bir eksiklik olduğu düşünülmektedir.

Menü kartı bilgisi bulunan 45 işletme özel beslenmeye uygun menü kalemleri açısından incelendiğinde ise yalnızca 12 işletmenin menü kartında uygun menü kalemleri bulunduğu belirlenmiştir. Özel beslenme türlerinden en çok vegan beslenmeye uygun menü kalemi bulunurken, diyabetik beslenmeye uygun olduğu belirtilen herhangi bir menü kalemine rastlanmamıştır. Uluslararası Diyabet Federasyonu'nun (International Diabetes Federation, 2019) verileri göz önüne alındığında, diyabete sahip bireylerin popülasyonunun genişliğine rağmen buna uygun herhangi bir menü kalemi bulunmamasının ciddi bir eksiklik olduğu söylenebilmektedir.

İşletmeler sosyal medya hesapları açısından incelendiğinde ise 158 işletmeden 118 işletmenin en az bir sosyal medya platformunda hesabı bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarında içerik paylaşımları yapılması tüketicilerin tercihlerinde olumlu etkiler yaratmaktadır (Pamukçu, 2020). Bu bağlamda, işletmelerin sosyal medya hesaplarının büyük oranda bulunmasının işletmeler açısından olumlu sonuçlarının olacağı düşünülmektedir. İşletmelerin sosyal medya hesaplarının en çok Facebook platformunda bulunduğu ve en az Youtube platformunda olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medya hesabı bulunan 118 işletmeden yalnızca 8 işletmenin sosyal medya hesabında menü kartı bilgisine ulaşılmıştır. Tüketici tercihlerinde sosyal medya platformlarının etkisi bulunması sebebiyle menü paylaşımlarının eksikliğinin olumsuz bir etkisi olacağı düşünül-

mektedir. Menü kartı paylaşımları Instagram ve Facebook platformlarında bulunmaktadır. Bunların yanı sıra sosyal medya platformlarında yapılan menü kartı paylaşımları incelendiğinde ise yalnızca 1 işletmenin menü kartında özel beslenmeye uygun menü kalemlerinin bulunduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda özel beslenmeye sahip bireylerin sosyal medya platformları aracılığı ile bilgilendirme sağlayamayacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarından hareketle geliştirilen öneriler şu şekildedir;

İşletme menülerine özel beslenme kalemlerinin dâhil edilmesi ile işletmeler farklı tüketici gruplarına hitap ederek gelirlerini artıracaklardır.

- Web sitesi ve sosyal medya hesaplarından özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin tanıtım faaliyetlerinin sağlanması, tüketicilerin işletmeden hizmet almadan önce fikir edinebilmeleri açısından önemli görülmektedir.

- Menülerde bulunan özel beslenme kalemlerinin işaretleme yoluyla belirtilmesi ile ürünlerin görünürlüğünün artırılacağı düşünülmektedir.

- İşletmelerin web sitesi ve sosyal medya hesaplarında özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerini ayrı bir başlık altında paylaşmaları, tüketicilerin dikkatini çekebilecek bir uygulama olacaktır.

- Yapılan incelemeler sonucunda diyabetik beslenme ile ilgili büyük eksiklik görülmüştür. Diyabetik beslenmeye uygun olduğu belirtilen menü kalemlerinin menülere eklenmesi bu eksikliğin azaltılmasını sağlayabilecektir.

- Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde işletmelerin web siteleri ve sosyal medya hesapları ile ilgili şu öneriler geliştirilmiştir;

- Günümüzde dijitalleşmenin artması ile birlikte tüketiciler restoran tercihi yaparken öncelikle web sitesi ve sosyal medya hesaplarından menü kartlarını inceleyebilmektedir. Bu bağlamda, işletmelerin hem web sitelerini hem de sosyal medya hesaplarını aktif kullanmalarının faydalı olacağı düşünülmektedir.

- Web sitesi bulunmayan işletmelerin web sitesi kurup menü kartı paylaşımı yapmalarının internette görünürlüklerini artıracığı ve bu sayede özel beslenme gereksinimi olan tüketiciler tarafından tercih edilebilirliklerini artırabilecekleri söylenebilmektedir.

- Web sitesi bulunup menü kartı bilgisi bulunmayan işletmelerin web sitelerine bu bilgileri eklemeleri müşteri profilini genişletmek açısından fayda sağlayabilecektir.

- İşletmelerin sosyal medya hesaplarında menü kalemleri ile ilgili paylaşım yaparken ürün görsellerinin yanı sıra menü kartı görsellerini de eklemeleri tüketicilerin kolay ulaşabilmesine olanak verecektir.

Çalışmada menüler, özel beslenme kalemleri açısından İstanbul ilindeki birinci sınıf ve lüks restoranlar sınırlılığında web siteleri ve sosyal medya platformları aracılığı ile incelenmiştir. Gelecek çalışmalarda işletmelerin statüsü değiştirilerek veya genişletilerek, il sınırlılığı değiştirilerek ve farklı özel beslenme türlerine yönelik incelemeler sağlanarak ilgili alanyazına katkı sağlanması önerilmektedir. Tüketicilerin görüşlerinin de alınması için özel beslenme gereksinimi ve tercihi olan tüketicilere anket uygulanarak bu boyutta durum değerlendirilebilecektir. Ayrıca yüz yüze görüşmeler sağlanarak özel beslenme türlerine uygun menü kalemlerinin işletme menülerine eklenebilmesine yönelik çalışmaların da faydalı olacağı düşünülmektedir.

## Kaynakça

- American Dietetic Association (2003).** Position of the American dietetic association and dietitians of Canada: Vegetarian diets. *Journal of The American Dietetic Association*, 103(6), 748-765.
- American Diabetes Association (2021).** Diabetes Symptoms. <https://www.diabetes.org/diabetes/type-1/symptoms>
- Antun, J. M., Gustafson, C. M. (2005).** Menu analysis. *Journal of Nutrition in Recipe & Menu Development*, 3(3-4), 81-102.
- Bacon L., Krpan D. (2018).** (Not) Eating for the environment: the impact of restaurant menu design on vegetarian food choice. *Appetite*, 15, 190-200.
- Bowen, G. (2009).** Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Cankül, D. (2019).** Restoranlardaki menü tasarım unsurlarının müşterilerin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 249-261.
- Catassi, C., Fasano, A. (2008).** Celiac disease. *Current Opinion in Gastroenterology*, 24(6), 687-691.
- Cömert, M., Durlu-Özkaya, F. (2014).** Gastronomi Turizmde Beslenme Engelleri Kapsamında Vegan Beslenme Örneği. 15. Ulusal Turizm Kongresi, 13-16 Kasım 2014, Gazi Üniversitesi, Ankara, ss. 492-498.
- Din, N., Zahari, M. S. M., Othman, C. N., Abas, R. (2012).** Restaurant operator's receptiveness towards providing nutritional information on menu. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 50, 699-709.
- Durlu Özkaya, F., Ceylan, F., Öztürk, B., Demirel, M. M. (2020).** Türk tatlısı: veganlar için keşkül. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(1), 185-192.
- Green, P. H., Cellier, C. (2007).** Celiac disease, *The New England Journal of Medicine*. 357(17), 1731-1743.
- International Diabetes Federation (2019).** IDF Diabetes Atlas Ninth Edition. <https://idf.org/e-library/epidemiology-research/diabetes-atlas.html>
- Karabudak, E. (2012).** Vejetaryen Beslenmesi. (2. Basım). Ankara: Sağlık Bakanlığı.
- Kotschevar, L. H., Withrow, D. (2007).** Management By Menu. (4. Edition). New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2021).** Turizm Tesisleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html>
- Lerner, B. A., Vo, L. P., Yates, S., Rundle, A. G., Green, P. H. R., Lebwohl, B. (2019).** Detection of gluten in gluten-free labeled restaurant food: analysis of crowd-sourced data. *American Journal of Gastroenterology*, 114(5), 792-797.
- Mancebo, C.M., Picón, J., Gómez, M. (2015).** Effect of flour properties on the quality characteristics of gluten free sugar-snap cookies. *LWT - Food Science and Technology*, 64(1), 264-269.
- McVety, P. J., Ware, B. J., Ware, C. L. (2009).** *Fundamentals of Menu Plannings*, (3.Edition), New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Ozdemir, B. (2012).** A review on menu performance investigation and some guiding propositions. *Journal of Foodservice Business Research*, 15(4), 378-397.

- Ozdemir, B., Caliskan, O. (2014).** A review of literature on restaurants menus: specifying the managerial issues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2(1), 3-13. Doi: 10.1016/j.ijgfs.2013.12.001
- Pamukçu, H. (2020).** Sosyal medya uygulamalarının yiyecek-içecek işletmesi tercihine etkileri. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2761-2782.
- Perez- Cueto, F. J. A. (2021).** Nudging plant-based meals through the menu. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 1-5.
- Rivera, M., Shani, A. (2013).** Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry: an operator's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- Russel, C. (2009).** Menu Planning. (1. Edition). Delhi: Global Media.
- Shani, A., DiPietro, R. B. (2007).** Vegetarians: A typology for foodservice menu development. *Hospitality Review*, 25(2), 66-73.
- Skalski, P.D., Neuendorf, K. A., Cajigas. J. A. (2017).** Content Analysis in the Interactive Media Age. İçinde: Neuendorf K. A. (Ed.), *Content Analysis Guidebook* (s. 201–242). Sage: Thousand Oaks.
- Smith, J. K., Guliuzo, J. D., Benedict, J. D., Chapparro, B. S. (2019).** An eye-tracking analysis of a restaurant menu. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 63(1), 1522-1526.
- Stemler, S., (2001).** An overview of content analysis. practical assessment. *Research & Evaluation*, 7(17). <https://doi.org/10.7275/z6fm-2e34>
- Uygur, S. M., Sürücü, Ç., Sergen, Y. (2018).** Yiyecek içecek işletmelerinin dijital pazarlama açısından incelenmesi Ankara ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 157-176.
- Venkatakrishnan, K., Chiu, H., Wang, C. (2019).** Popular functional foods and herbs for the management of type-2-diabetes mellitus: a comprehensive review with special reference to clinical trials and its proposed mechanism. *Journal of Functional Foods*, 57, 425–438.
- Wach, E. (2013).** Learning About Qualitative Document Analysis, *IDS Practice Papers*, 1-10. [https://www.academia.edu/18995913/Learning\\_about\\_Qualitative\\_Document\\_Analysis](https://www.academia.edu/18995913/Learning_about_Qualitative_Document_Analysis)

## Yerel Mutfak ve Sağlıklı Beslenme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: İzmir İli Örneği

### Derya SAYGILI

İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu,  
Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı  
derya.saygili@kavram.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-5286-4359

### Özge ELMAS GÜNAYDIN

İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü,  
Dış Ticaret Programı ozge.gunaydin@kavram.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3959-1357

### Derman KÜÇÜKALTAN

İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu, Otel,  
Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı  
derman.kucukaltan@kavram.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-7670-9567

### Hande DEMİRCİ

İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu,  
Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı  
hande.kurt@kavram.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-8072-3345

### Onur ÖZDEN

İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu,  
Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı  
onur.ozden@kavram.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-5132-4548

Geliş tarihi / Received: 05.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 24.04.2022

### Öz

Beslenme, insanları içine alan bir yaşam etkinliğidir. Günümüzde bireylerin bölgesel düzeyde tüketim alışkanlıkları toplumların sosyokültürel özellikleri hakkında bilgi sunmaktadır. İzmir ili, tarih boyunca farklı kültürel etmenlerle harmanlanmış bir mirasa sahiptir. Yerel alışkanlıklar olarak tanımlanan bu miras, İzmir'e özgü yöresel lezzetler olarak tanınmaktadır. Çalışmanın amacı, İzmir

ili merkez ilçelerinde ikamet eden kişilerin sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumlarının yerel mutfak yaklaşımı üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Bu çalışmada, araştırma verilerinin toplanması amacıyla 279 kişi ile anket uygulanmıştır. Sağlıklı Beslenme Tutumu; beslenme hakkında bilgi (BHB), olumlu beslenme alışkanlığı (OBA), beslenmeye yönelik duygu (BYD) ve kötü beslenme alışkanlığı (KBA) olmak üzere dört faktör altında incelenmiştir. Yerel mutfak eğilimi ile beslenme hakkında bilgi, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı arasında pozitif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, sağlıklı beslenme hakkında bilgi düzeyi arttıkça İzmir yerel mutfak tercihlerinde artış olduğunu söylenebilir. Ayrıca olumlu beslenme alışkanlığı artan bireylerde yerel mutfak tüketimine eğilim artmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, sağlıklı beslenme, yerel mutfak*

## **Investigation of Relationship Between Local Cuisine and Healthy Nutrition: The case of Izmir Province**

### **Abstract**

Nutrition is a life activity that includes people. Today, analysis of societies, consumption habits of individuals at the regional level provide information about the society. Izmir has a heritage that has survived to the present day by being blended with the touches of different cultural factors. The richness offered to the people is known as local flavors unique to Izmir. The research aims to examine the relationship between healthy nutrition and the local cuisine. In this study, survey was conducted with 279 people to collect research data. Healthy Nutrition Attitude was examined four factors; knowledge about nutrition, positive eating habits, feelings about nutrition and bad eating habits. It has been determined that there is a positive relationship between local cuisine and nutrition. In this direction, it can be said that as the level of knowledge about healthy nutrition increases, there is an increase in İzmir local cuisine preferences. In addition, the tendency to consume local cuisine is increasing in individuals with increased positive eating habits.

**Keywords:** *Gastronomy, healthy nutrition, local cuisine*

### **Giriş**

Son yıllarda artan tüketici bilinci ile sağlıklı ve doğal beslenmeye duyulan ihtiyaç, daha doğal olan gıdalara karşı artan ilgi ile farklı mutfak yaklaşımlarını deneme istekleri artış göstermektedir. Bireylerin beslenmeye ilişkin farklı tutumları, günlük yaşam çerçevesinde denemeye eğilim gösterecekleri farklı lezzetler hakkında fikir vermektedir. Doğal ve sağlıklı beslenme konusunda artan bilgi birikimi bireylerin yeni

ve farklı tercihlere yönelmesine yol açabilmektedir. Ülkenin gelişmişlik düzeyi, sosyoekonomik faktörler, kültürel yapı, eğitim seviyesi, dini inanışlar ve gelenekler, insanların beslenme ve tüketim alışkanlıkları üzerinde büyük bir etken oluşturmaktadır.

Yiyecek tercihlerimiz söz konusu olduğunda, gıda tüketimi zorunlu bir ihtiyaçtan çok ekonomik gelir düzeyi ile birebir bağlantısı olan,

sosyal çevreden fazlasıyla etkilenen, geleneklerin geniş ürün yelpazesinden de payını alan bir tercih halini almaktadır. Bu bağlamda, yaşadığımız çevre ve bu çevreye özgü tüketim alışkanlıkları, bireylerin tercihleri hakkında fikir sunmalarına olanak sağlamaktadır. Yerel mutfak, bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerin tüketici ile buluştuğu bir kavramdır. Yerel mutfağın sahip olduğu ürün yelpazesi tüketicide daha doğal ve daha sağlıklı algısı oluşturmakta, bu sebeple yerel mutfağa özgü lezzetler gün geçtikçe önem kazanmaktadır.

Yerel mutfak, yiyecek ve içecekleri kapsayacak şekilde yöreye özgü ürünlerin ve kültürün birleştirilmesi yine yöreye özgü yöntemlerle pişirilmesi ve özgün amaçlar doğrultusunda üretilmesi olarak değerlendirilmektedir (Şengül ve Türkay, 2015). Diğer mutfak akımlarından farklı olarak yerel mutfak kavramı, küreselleşme ve teknolojik ilerlemenin oluşturduğu yeni akımlar üzerinden değil, gelenekler üzerinden tanımlanmaktadır. Bu tanımlama doğrultusunda yerel mutfağın füzyon mutfak, moleküler mutfak gibi görece yeni akımların temel dayanağı olduğu değerlendirilmektedir. Yerel mutfak kavramına dünya ölçeğinde en kapsamlı desteği Slow Food hareketi vermektedir. Slow Food hareketi, 1986 yılında İtalya'nın Roma kentinde bazı fast food restoranlarının açılmasına tepki olarak doğmuş, 1989 yılında manifestosunu açıklayarak resmileşmiş bir harekettir (Slow Food, 2020/a). Söz konusu hareketin felsefesi iyi, temiz ve adil olmak üzere üç noktadan hareket almaktadır. İyi, kaliteli, sağlıklı ve lezzetli yiyecek; temiz, çevre dostu üretim; adil ise tüketici için ulaşılabilir fiyat, üretici için adil koşul ve ödeme anlamlarına gelmektedir (Slow Food, 2020/b). Özden, Sünnetçioğlu ve Özkök (2017), bir Cittaslow olan Gökçeada'da yiyecek içecek işletmecileri ile gerçekleştirdikleri çalışmada iyi, temiz ve adil kelimelerinin ağırlıklı olarak yerel üretim ve iş birliği ile sağlıklı ürün kullanımı anlamlarını ifade edecek şekilde gruplandığını

tespit etmişlerdir. Sağlıklı birey, herhangi bir hastalık durumunun olmaması, bedenen, ruhen ve sosyal bakımdan tam bir iyi olma hali olarak tanımlanır (Aydın, 2017, s.1). Sağlıklı bir birey olabilme noktasında pek çok faktör etkili olurken, beslenme ve beslenmeye ilişkin tutumumuzun etkisi göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Beslenme, gıda bileşenlerinin vücuda alınması şeklinde tanımlanabilirken, sağlıklı beslenme denildiğinde karşımıza yeni bir tanım çıkmaktadır. Sağlıklı beslenme terimi, 'Yeterli ve Dengeli Beslenme' şeklinde tanımlanabilmektedir. Vücudun büyümesi, yenilenmesi, çalışması için ihtiyaç duyulan besin öğelerinin yeterli miktarlarda alınması, kullanılması ve bu besin öğelerinden ihtiyaç duyulan enerjinin karşılanmasına Yeterli ve Dengeli Beslenme adı verilir (Gökkaya Kılıç, Arslanyılmaz, Attila ve Bağcı Bosi, 2015, s.2 ). Bir başka deyişle, Türkiye Halk Sağlığı Kurumu (2015) tarafından sağlıklı beslenme, vücudun ihtiyaç duyduğu besin öğelerinin yeterli miktarda ve doğru zamanda alarak sağlığı korumak, yaşamı daha kaliteli hale getirmek için edinilmesi gereken davranış biçimidir. Bulduk (2005) tarafından yetersiz ve dengesiz beslenme sorununun önüne geçilebilmesi amacı ile beslenme eğitiminin erken yaşlarda başlaması gerektiği, okul öncesi dönemin bunun için uygun olduğu ifade edilmiştir.

Sağlıklı beslenme alışkanlığı çocukluk döneminde kazanılan bir davranış olarak değerlendirilmesine rağmen yaşadığımız bölgenin beslenme alışkanlıkları bu kazanım üzerinde oldukça büyük etkiye sahiptir. Akdeniz iklimine sahip kıyı kesimlerde tüketilen yerel lezzetler ile ülkenin iç Anadolu kesimlerinde sahip olduğumuz yerel lezzetler birbirinden farklı besleyici özellikler ve duyuşal nitelikler taşımaktadır. Ülkemizin beslenme alışkanlıkları, beslenme bilgi düzeyi, beslenmeye karşı tutum gibi durumların değerlendirildiği pek çok çalışma yapılmış ve araştırılmaya devam edilmektedir. Birbiriyle iç içe olan bu çalışmalar farklı illerde,

kurumlarda yürütülmüş, farklı sosyoekonomik bireyleri kapsayacak şekillerde çeşitlendirilmiştir (Akamatsu, Maeda ve Hagihara, 2005; Esra, 2007; Reisoğlu, 2019; Sabbağ, 2003; Tangut, 2007; Yılmaz, 2008).

Yapılan araştırmalarda elde edilen veriler sonucunda cinsiyet, sosyoekonomik durum, çevresel faktörler, bilgi düzeyi, yaş, eğitim durumu vb. faktörlerin bireylerin sağlıklı beslenme alışkanlıklarını ve dolayısıyla da beslenmeye ilişkin tutumlarını önemli derecede etkilediğini ortaya koymaktadır. Ancak beslenmeye ilişkin tutumun mutfak akımları ile ilişkisini inceleyen çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bakış açısı ile araştırmamızın temel amacı, yerel mutfak ve sağlıklı beslenme arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

### **Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri**

Çalışmanın kavramsal modeli literatür taraması sonucunda ve araştırmada yer alan değişkenlerin baz alınmasıyla oluşturulmuştur. Çalışmanın değişkenleri sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum ve yerel mutfaktır. Yerel mutfak ve sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum arasındaki ilişkinin belirtildiği modeli destekleyecek hipotezler şu şekildedir;

**H<sub>1</sub>**: Bireylerin sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumları ile yerel mutfak tercihleri arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**H<sub>2</sub>**: Bireylerin sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumlarının yerel mutfak tercihleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.

### **Yöntem**

#### **Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Araştırmada veri toplama aracı olarak online anket tekniğinden yararlanılmıştır. Sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumun belirlenmesine yönelik soruların oluşturulmasında Tekkurşun, Demir ve Cicioğlu (2019) tarafından geliştirilen Sağ-

lıklı Beslenmeye İlişkin Tutum Ölçeği, yerel mutfak eğilimlerinin belirlenmesine yönelik soruların oluşturulmasında Karamustafa, Birdir ve Kılıçhan (2016) tarafından geliştirilen Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Ölçeği kullanılmıştır. Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutum Ölçeği 21 maddeden, Gastronomik Akımlar Çerçevesinde Gıda Tüketim Ölçeği ise 12 maddeden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde bireylerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 7 maddeden oluşan sorular yöneltilmiştir. Ölçekler 5'li likert tipi hazırlanmış olup (1=Hiç Katılmıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum) uygulama öncesinde 96 birey ile pilot çalışma gerçekleştirilmiştir.

### **Evren, Örneklem ve Örneklem Yöntemi**

Çalışma evrenini, İzmir il merkezinde (Balçova, Bayraklı, Bornova, Buca, Çiğli, Gaziemir, Güzelbahçe, Karabağlar, Karşıyaka, Konak ve Narlıdere) ikamet eden kişiler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kartopu örnekleme ve kolayda örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. 22.06.2020-30.07.2020 tarihleri arasında Google Forms aracılığıyla ulaştırılan anket sonucunda ulaşılan 279 katılımcı, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Uygulanan anketler için Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İçin Yayın Etiği Kurulu'ndan 22.09.2020 tarih ve 2123 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır.

### **Veri Analizi**

Çalışmada 279 bireyden elde edilen veriler, SPSS 26 programı ile analiz edilmiştir. Verilere uygulanacak testlerin belirlenebilmesi için normallik testi yapılmıştır. Yapılan test sonucu Tablo 1'de verilmiş olup, değişkenlerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Duman, Göksu, Köroğlu ve Talay, 2020). Bu doğrultuda, verilerin analizinde parametrik testlerin kullanımını gerçekleştirilmiştir.



**Tablo 1.** Verilerin normal dağılım sonuçları

	Sağlıklı Beslenme Tutumu	Yerel Mutfak Yeme Eğilimi
n	Geçerli Veri	279
	Kayıp Veri	0
Ortalama	3,7519	3,6935
Medyan	3,7778	3,8750
Çarpıklık	-,278	-1,043
Çarpıklık Standart Sapma	,146	,146
Basıklık	-,662	,874
Basıklık Standart Sapma	,291	,291

Bireylerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin veriler, Tablo 2’de verildiği şekilde dağılım göstermektedir.

**Tablo 2.** Bireylerin demografik özellikleri (n:279)

Cinsiyet	Frekans	%	Medeni Durum	Frekans	%
Erkek	87	31,2	Evli	143	51,3
Kadın	192	68,8	Bekar	136	48,7
Yaş	Frekans	%	Gelir Düzeyi	Frekans	%
15-25	62	22,2	0 –2500 TL	67	24,0
26-35	126	45,2	2501 TL – 3500 TL	22	7,9
36-45	42	15,1	3501 TL - 4500 TL	45	16,1
46-55	38	13,6	4501 TL -5500 TL	49	17,6
56 ve üzeri	11	3,9	5501 TL – 6500 TL	41	14,7
			6501 TL ve üstü	55	19,7
Meslek	Frekans	%	İkamet Ettiği İlçe	Frekans	%
Serbest Meslek	11	3,9	Balçova	10	3,6
Kamu Sektörü	87	31,2	Bayraklı	33	11,8
Özel Sektör	75	26,9	Bornova	61	21,9
Öğrenci	56	20,1	Buca	31	11,1
Diğer	50	17,9	Çiğli	29	10,4
Eğitim Durumu	Frekans	%	Gaziemir	7	2,5
İlk-Ortaokul	3	1,1	Güzelbahçe	5	1,8
Lise	24	8,6	Karabağlar	19	6,8
Ön lisans	60	21,5	Karşıyaka	58	20,8
Lisans	94	33,7	Konak	23	8,2
Y. Lisans ve üstü	98	35,1	Narlıdere	3	1,1

Tablo 2’de görüldüğü üzere 279 katılımcının 192 kişisi kadın, 87 kişisi ise erkektir. 126 kişisi 26-35 yaş aralığında yer almaktadır. Medeni durumları incelendiğinde %51,3’ü evli, %48,7’si ise bekârdır. Eğitim durumuna göre ankete en fazla katılım gösterenler, %35,1 ile yüksek lisans ve üstü eğitim düzeyindeki kişilerdir. Bireylerin gelir düzeyi incelendiğinde 0-2500 TL arası gelir düzeyine sahip kişiler en fazla orana sahip iken, 2501 TL-3500 TL ara-

sı gelir düzeyine sahip kişiler ise en az orana sahiptir. Bireylerin İzmir il merkezinde ikamet ettiği ilçelere bakıldığında ise en fazla katılım gösteren ilçeler sırasıyla %21,9 ile Bornova, %20,8 ile Karşıyaka, %11,8 ile Bayraklı ve %11,1 ile Buca’dır. En az katılım gösteren ilçeler ise %1,1 ile Narlıdere, %1,8 ile Güzelbahçe ve %2,5 ile Gaziemir’dir. Sağlıklı beslenme tutumu ölçeğine ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 3’te gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Sağlıklı beslenme tutumu ölçeğine ilişkin betimleyici istatistikler

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
Sağlıklı beslenmenin yararlarını bilirim	4,34	1,043
Hangi besinlerin protein içerdiğini bilirim	4,11	1,094
Hangi besinlerin karbonhidrat içerdiğini bilirim	4,10	1,093
Hangi besinlerin vitamin/mineral içerdiğini bilirim	4,02	1,073
Sağlıklı besinlerin neler olduğunu bilirim	4,28	1,054
Fastfood ürünleri (hamburger, pizza vb.) yemekten keyif alırım	2,72	1,335
Şarküteri ürünleri (sosis, sucuk, vb.) yemekten zevk alırım	3,15	1,339
Yağda kızarmış besinleri yemeyi severim	3,02	1,254
Meyve tüketmekten hoşlanmam	4,19	1,088
Şerbetli tatlıları (baklava, künefe vb.) tükettiğimde mutlu olurum	3,06	1,397
Ana öğünleri (kahvaltı-öğle ve akşam yemeği) düzenli yerim	3,57	1,278
Günde en az 1,5 lt su içerim	3,92	1,313
Haftada en az 3 öğün sebze tüketirim	3,83	1,260
Düzenli meyve tüketirim	3,53	1,231
Her gün protein içeren besinleri (et, süt, yumurta vb.) yerim	3,78	1,283
Ana öğünleri atlarım	3,82	1,129
Her gün abur cubur (cips, bisküvi, vb.) yerim	4,03	1,086
Her gün asitli/gazlı içeceklerden en az 1 bardak içerim	4,04	1,230
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,75</b>	

Tablo 3’te görüldüğü üzere Sağlıklı Beslenme Tutumu Ölçeğinin genel ortalaması 3,75’dir. Bu oran, Sağlıklı Beslenme Tutumu Ölçeği içerisinde yer alan ifadelerle “tarafsızım” ile “katılıyorum” arasında ve “katılıyorum” ifadesine daha yakın aralıkta toplanmakta olduğunu göstermektedir.

İlgili ölçek içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olan ifade 4,34 ile “Sağlıklı beslenmenin

yararlarını bilirim” ifadesidir. Bu doğrultuda, İzmir il merkezinde yaşayan kişilerin sağlıklı beslenmenin faydalarını bildikleri söylenebilir. İlgili ölçek içerisinde en düşük ortalamaya sahip ifade 2,72 ile “Fastfood ürünleri (hamburger, pizza vb.) yemekten keyif alırım” ifadesidir. Bu oran, ifadenin “katılmıyorum” ile “tarafsızım” arasında yanıtlandığını göstermektedir. Bu doğrultuda, İzmir il merkezinde yaşayan kişiler hamburger ve pizza gibi yiyecekleri

**Tablo 4.** Yerel mutfak tüketme eğilimine ilişkin betimleyici istatistikler (n:279)

İfadeler	Ortalama	Standart Sapma
Yerel halkın yemek yediği restoranlarda yemeyi tercih ederim	3,72	1,097
Yerel mutfak ile ilgili eğitimlere katılmak isterim	3,46	1,165
Ziyaret etmiş olduğum yerlerde denediğim yiyecekleri daha sonra kendim de yapmak isterim	3,74	1,171
Yiyecek ve içecekleri ile ilgili festivallerde yerel yiyecek ve içecekleri denemeyi tercih ederim	3,73	1,132
Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim	3,91	1,063
Yerel içecekleri tüketmeyi tercih ederim	3,68	1,077
Yerel yiyecek ve içeceklerin satıldığı pazarları ziyaret etmeyi isterim	3,81	1,069
Yerel eğlence mekanlarına gitmeyi tercih ederim	3,49	1,125

yemekten keyif almamaktadır. Yerel mutfak tüketme eğilimine ilişkin betimleyici istatistikler ise Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4’te görüldüğü üzere yerel mutfak tüketme eğilimi ifadelerinden en yüksek ortalamaya sahip ifade, 3,91 ile “Eve götürmek için yerel gıdalardan satın almak isterim” ifadesidir. İzmir il merkezinde yaşayan kişilerin evlerine götürmek için yerel gıdalardan satın aldığı söylenebilir. Yerel mutfak ifadelerinden en düşük ortalama sahip ifade ise 3,49 ile “Yerel eğlence mekanlarına gitmeyi tercih ederim” ifadesidir. İzmir il merkezindeki kişilerin yerel eğlence mekanlarına gitmek konusunda kararsız oldukları söylenebilir.

#### Keşfedici Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan değişkenlerin boyutlarının ve ölçek güvenilirliklerinin saptanması amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sağlıklı Beslenme Tutumu (SBT) ölçeği, toplamda 16 soru ve 4 faktör grubundan oluşmaktadır. Gerçekleştirilen analizde SBT17 ve SBT11 ifadeleri çapraz yüklenme göstermesi sebebiyle ve ilgili durumun istatistiksel olarak anlamlı olmamasından dolayı analizden çıkarılmasına karar verilmiştir. Tablo 5’te Sağlıklı Beslenme Tutumu Ölçeğine ait faktör analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 5.** Sağlıklı beslenme tutumu ölçeği KMO örneklem yeterliliği

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme		,874
Bartlett’s Küresellik Testi	Tahmini Ki-Kare	3105,880
	Serbestlik Derecesi	120
	Anlamlılık	,000

Tablo 5’te görüldüğü üzere KMO örneklem değeri 0,874’dür. Değerin 0,874 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett’s Küresellik Testi sonucunun anlamlı olması ( $p < 0,05$ ), değişkenler arasındaki

ilişkidен oluşan matrisin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015). Tablo 6’da sağlıklı beslenme tutumuna yönelik toplam açıklanan varyans tablosu verilmiştir.

**Tablo 6.** Sağlıklı beslenme tutumu toplam açıklanan varyans tablosu

Bileşen	Başlangıç Özdeğerler			Kare Yüklemelerde Toplam			Kareli Yüklerin Döndürülmüş Toplamı		
	Toplam	Varyans Yüzdesi	Kümülatif Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Kümülatif Yüzdesi	Toplam	Varyans Yüzdesi	Kümülatif Yüzdesi
1	6,362	39,764	39,764	6,362	39,764	39,764	4,486	28,039	28,039
2	2,853	17,832	57,596	2,853	17,832	57,596	3,027	18,920	46,959
3	1,309	8,183	65,779	1,309	8,183	65,779	2,569	16,056	63,014
4	1,161	7,256	73,035	1,161	7,256	73,035	1,603	10,021	73,035
5	,824	5,152	78,187						
6	,546	3,411	81,598						
7	,537	3,357	84,955						
8	,441	2,756	87,711						
9	,414	2,588	90,299						
10	,368	2,299	92,598						
11	,330	2,063	94,662						
12	,299	1,868	96,530						
13	,248	1,552	98,082						
14	,129	,805	98,887						
15	,103	,647	99,534						
16	,075	,466	100,000						

Tablo 6’da toplam açıklanan varyans tablosunda görüldüğü üzere öz değerleri 1’den büyük olan toplam dört faktör olduğu görülmüştür. Döndürme sonrası dört faktöründe açıkladıkları varyansa olan katkısı %10’un üzerindedir. Toplam varyansın %73,035’ini açıklamaktadır. Sağlıklı Beslenme Tutumu ölçeğinin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi tablosunda Sağlıklı Beslenme Tutumu Ölçek maddelerinin beklenen boyutlarda olup dört faktör grubu altında toplandığı görülmektedir. 1. Faktör Beslenme Hakkında Bilgi (BHB), 2. Faktör Olumlu Beslenme Alışkanlığı (OBA), 3. Faktör Beslenmeye Yönelik Duygu (BYD) ve 4. Faktör Kötü Beslenme Alışkanlığı (KBA) olarak isimlendirilmiştir. Tablo 7’de yerel mutfak yeme eğilimi ölçeğine uygulanan keşfedici faktör analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 7.** Yerel mutfak yeme eğilimi ölçeği KMO örneklem yeterliliği

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme		,919
Bartlett’s Küresellik Testi	Tahmini Ki-Kare	1656,840
	Serbestlik Derecesi	28
	Anlamlılık	,000

Tablo 7’de görüldüğü üzere KMO örneklem değeri 0,919’dur. Bu değer, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett’s küresellik testi sonucunun anlamlı olması ( $p<0,05$ ) değişkenler arasındaki ilişkiden oluşan matrisin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015).

**Tablo 8.** Yerel mutfak yeme eğilimi toplam açıklanan varyans tablosu

Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Kare Yüklemelerde Toplam Sonuçlar		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
Faktör	1	5,419	67,734	5,419	67,734	67,734
	2	,776	9,695			77,428
	3	,449	5,609			83,037
	4	,371	4,636			87,673
	5	,299	3,737			91,410
	6	,286	3,580			94,990
	7	,215	2,691			97,681
	8	,186	2,319			100,000

Tablo 8’de toplam açıklanan varyans tablosu verilmiştir. Toplam açıklanan varyans tablosunda görüldüğü üzere özdeğerleri 1’den büyük olan tek faktörlü sonuç elde edilmiştir. İlgili faktör toplam varyansın %67,734’ünü açıklamaktadır. Yerel mutfak yeme eğilimi ölçeğindeki maddeler beklenen boyutta olup, tek faktör altında toplanmaktadır.

Bu doğrultuda araştırma hipotezleri şu şekildedir;

**H<sub>1a</sub>:** Bireylerin beslenme hakkında bilgi boyutu ile yerel mutfak tüketme eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**H<sub>1b</sub>:** Bireylerin olumlu beslenme alışkanlığı ile yerel mutfak tüketme eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**H<sub>1c</sub>:** Bireylerin beslenme yönelik duygu boyutu ile yerel mutfak tüketme eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**H<sub>1d</sub>:** Bireylerin kötü beslenme alışkanlığı ile yerel mutfak tüketme eğilimi arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

**H<sub>2a</sub>:** Bireylerin beslenme hakkında bilgilerinin yerel mutfak tüketme eğilimleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.

**H<sub>2b</sub>:** Bireylerin olumlu beslenme alışkanlığının yerel mutfak tüketme eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.

**H<sub>2c</sub>:** Bireylerin beslenmeye yönelik duygularının yerel mutfak tüketme eğilimleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.

**H<sub>2d</sub>:** Bireylerin kötü beslenme alışkanlığının yerel mutfak tüketme eğilimi üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisi vardır.

### Güvenilirlik Analizi

Ölçeklerin iç tutarlığının belirlenmesinde Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Sağlıklı Beslenme Tutumu ölçeği, 16 soru ve 4 faktörlü bir yapıdan oluşurken, yerel mutfak tüketme eğilimi tek faktörden oluşmaktadır. Tablo 9’da güvenilirlik analizi sonuçları gösterilmiştir.

**Tablo 9.** Sağlıklı beslenme tutumu ölçeği güvenilirlik analizi

	Cronbach's Alpha	N of Items
Sağlıklı Beslenme Tutumu	,834	16
Beslenme Hakkında Bilgi (BHB)	,958	5
Olumlu Beslenme Alışkanlığı (OBA)	,846	5
Beslenmeye Yönelik Duygu (BYD)	,850	3
Kötü Beslenme Alışkanlığı (KBA)	,607	3
Yerel Mutfak Eğilimleri (YME)	,930	8

Tablo 9'da görüldüğü üzere Sağlıklı Beslenme Tutumu Ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,834 olup, güvenilirlik düzeyi yüksektir. Beslenme hakkında bilgi faktörünün güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,958, olumlu beslenme alışkanlığı faktörünün güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,846, beslenmeye yönelik duygu faktörünün güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,850, kötü beslenme alışkanlığı faktörünün güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,607'dir. Yerel mutfak eğilimlerinin güvenilirlik katsayısı ( $\alpha$ ) 0,930'dır. Bu doğrultuda, güvenilirlik düzeyleri yüksektir.

### Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi ifade eden ve değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini vermeyen ancak nedenselliğin incelenmesinde ön bilgi sağlayan analizdir (Gürbüz & Şahin, 2014, s. 255-257). Beslenme hakkında bilgi, beslenmeye yönelik duygu, olumlu beslenme alışkanlığı, kötü beslenme alışkanlığı, yerel mutfak tüketme eğilimi çoklu korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 10'da çoklu korelasyon analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 10.** Çoklu korelasyon analizi sonuçları (n:279)

		BHB Ortalama	OBA Ortalama	BYD Ortalama	KBA Ortalama	YM Ortalama
<b>BHB</b>	Pearson korelasyon	1	,672**	-,173**	,120*	,568**
	p		,000	,002	,022	,000
<b>OBA</b>	Pearson korelasyon	,672**	1	-,108*	,165**	,594**
	p	,000		,036	,003	,000
<b>BYD</b>	Pearson korelasyon	-,173**	-,108*	1	,338**	-,184**
	p	,002	,036		,000	,001
<b>KBA</b>	Pearson korelasyon	,120*	,165**	,338**	1	,169**
	p	,022	,003	,000		,002
<b>YM</b>	Pearson korelasyon	,568**	,594**	-,184**	,169**	1
	p	,000	,000	,001	,002	

\* $p \leq 0,05$ ; \*\*  $p \leq 0,01$

Tablo 10'da görüldüğü üzere; bireylerin beslenme hakkında bilgi düzeyi ile yerel mutfak eğilimi arasında [ $r_{(279)} = ,568$   $p < 0,01$ ], olumlu beslenme alışkanlığı ile yerel mutfak eğilimi boyutu

arasında [ $r_{(279)} = ,594$   $p < 0,01$ ] ve kötü beslenme alışkanlığı ile yerel mutfak eğilimi arasında [ $r_{(279)} = ,169$   $p < 0,01$ ] anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda,  $H_{1a}$ ,  $H_{1b}$  ve  $H_{1d}$  hipotezleri kabul edilmiştir. Bu durumda bi-

reylerin beslenme hakkında bilgi düzeyi, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı arttıkça yerel mutfak tüketme eğilimleri de artmakta ya da beslenme hakkına bilgi düzeyi, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı azaldıkça yerel mutfak tüketme eğilimleri de azalmaktadır.

Bireylerin beslenme yönelik duyguları ile yerel mutfak eğilimi arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki bulunmaktadır [ $r_{(279)} = -,184$   $p < 0,01$ ]. Bu doğrultuda,  $H_{1c}$  reddedilmiştir. Bu durum, bireylerin beslenmeye yönelik duyguları arttıkça yerel mutfak tüketme eğilimi azalmakta ya da beslenmeye yönelik duyguları azaldıkça yerel mutfak tüketme eğilimi artmaktadır şeklinde yorumlanabilir. Korelasyon katsayısı değeri 0-0,3 arasında ise ilişki zayıf, 0,3-0,7 arasında ise ilişki orta ve 0,07-1 arasında ise ilişki yüksek kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2015). Bu doğrultuda, korelasyon katsayıları

incelendiğinde yerel mutfak ile BHB ve OBA arasındaki ilişkinin orta düzeyde, BYD ve KBA arasındaki ilişkinin ise düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

### Regresyon Analizi

Bireylerin Beslenme hakkında bilgi düzeyinin, beslenmeye yönelik duygularının, olumlu beslenme alışkanlığının ve kötü beslenme alışkanlığının yerel mutfak eğilimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11’de görüldüğü üzere çoklu regresyon sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır [ $F_{(4,274)} = 50,700$ ,  $p < 0,05$ ]. Düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,41’dir. Bu sonuç, yerel mutfak eğilimindeki %41 oranındaki varyansın beslenme hakkında bilgi, beslenmeye yönelik duygu, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı tarafından açıklandığını gösterir.

**Tablo 11.** Yerel mutfak eğilimi çoklu regresyon analizi (n:279)

Değişkenler	B	S.H.	$\beta$
Beslenme hakkında bilgi	,259	,058	,282
Olumlu beslenme alışkanlığı	,337	,057	,370
Beslenmeye yönelik duygu	-,108	,040	-,136
Kötü beslenme alışkanlığı	,129	,054	,120
Sabit	1,150	,270	

[ $R^2=0,425$ ;  $F_{(4,274)} = 50,700$ ,  $p < 0,05$ ]

Tablo 11’deki Beta katsayıları incelendiğinde tüm bağımsız değişkenler regresyon modeline sokulduğunda yerel mutfak eğilimini açıklamada Beslenme hakkında bilginin ( $\beta=0,259$ ,  $P < 0,05$ ), olumlu beslenme alışkanlığının ( $\beta=0,337$ ,  $P < 0,05$ ) ve kötü beslenme alışkanlığının ( $\beta=0,129$ ,  $P < 0,05$ ) anlamlı etkisi bulunmaktadır. Ancak beslenmeye yönelik duygunun ( $\beta=-,108$ ,  $P < 0,05$ ) anlamlı ve negatif etkisi bulunmamaktadır. Bu doğrultuda,  $H_{2a}$ ,  $H_{2b}$  ve  $H_{2d}$  kabul edilirken,  $H_{2c}$  reddedilmiştir.

### Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, İzmir il merkezinde yaşayan kişilerin sağlıklı beslenme tutumları ile yerel mutfak tüketme eğilimleri arasındaki ilişki ve nedensellik incelenmiştir. Bireylerin demografik özellikleri incelendiğinde çoğunluğu kadın (%68,8), evli (%51,3), 26-35 yaş aralığında (%45,2), 0-2500 TL aralığında gelire sahip olan (%24,0), kamu sektörü çalışanı (%31,2) ve eğitim durumu yüksek lisans ve üstü (%35,1) eği-

tim derecesine sahip olan bireylerden oluştuğu görülmektedir. Bireyler ağırlıklı olarak Bornova (%21,9), Karşıyaka (%20,8), Bayraklı (%11,8) ve Buca (%11,1) ilçelerinde bulunmaktadır.

Sağlıklı beslenmeye yönelik betimleyici istatistiklere bakıldığında bireyler, sağlıklı beslenmenin yararlarını ve sağlıklı besinlerin neler olduğunu bilmektedir. Ancak bireylerin meyve tüketmekten çok hoşlanmadığı, abur cubur yediği, asitli içecekler tükettiği gibi kötü beslenme alışkanlıklarına da sahip olduğu görülmektedir. Yerel mutfak tüketme eğilimlerinin betimleyici istatistiğine bakıldığında bireyler evlerine götürmek maksadı ile yerel gıdalardan satın almakta, yerel ürünlerin satıldığı pazarları ziyaret etmekte, festivallerde yerel gıdaları denemeyi tercih etmekte ve ziyaret edilen noktalarda denenen yiyecekleri evlerde denemektedirler.

Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçlarına göre beslenme hakkında bilgi, beslenmeye yönelik duygu ve kötü beslenme alışkanlığı ile yerel mutfak tüketme eğilimi arasında pozitif, beslenmeye yönelik duygu ile yerel mutfak eğilimi anlamlı ve negatif yönde bir ilişki söz konusudur. Bu doğrultuda, bireylerin hangi besinlerin protein, karbonhidrat, mineral içerdiğini bilmesi, sağlıklı besinlerin neler olduğunu ve yararlarını bilmesi, düzenli meyve tüketmesi, ana öğünleri atlamaması, günlük 1,5 L su tüketmesi, sebze tüketmesi, abur cubur/asitli içecek tüketmeme durumu ile paralel olarak artan yerel besin tercih etme durumu söz konusudur. Ancak şarküteri ürünleri, fast food ürünleri ya da kızartılmış ürünlerin tercihi söz konusu olduğunda yerel mutfak tercih etme, yerel mekanlara gitme, festivallerde yerel besinleri tercih etme arasında negatif ilişki tespit edilmiştir.

Şimşek ve Yordam (2021) tarafından yapılan çalışmada, Hatay ilinde yöresel yiyeceklerin tercih edilmesi üzerine pek çok demografik fak-

törün etkili olduğu ifade edilmiştir. Cömert ve Alabacak (2019) tarafından yapılan çalışmada ise demografik özellikler ile Türk mutfakına ait yemek özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p \leq 0,05$ ). Benzer çalışmalarda kaliteli ürün algısının yerel ürünleri tercih etmede önemli etken olduğu vurgulanmaktadır (Kemp, Inch, Holdsworth ve Knight, 2010; Mynttinen, Logren, Sarkka-Tirkkonen ve Rautiainen, 2015).

Gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre ise beslenme hakkında bilgi, olumlu beslenme alışkanlığı ve kötü beslenme alışkanlığı bireylerin yerel mutfak tüketme eğilimlerini pozitif yönde etkilemektedir. Bu doğrultuda, bireylerin besinlerin içeriğini bilmesi (protein, karbonhidrat, vitamin, mineral vb.), düzenli beslenmesi (meyve/sebze tüketmek, et/süt/yumurta tüketmek, düzenli su içmek vb.) ve abur cubur/asitli gıda tüketmesi, yerel gıdaları tüketme, tercih etme ve satın alma eğilimlerini artırmaktadır. Ancak bireylerin sosis, sucuk gibi şarküteri ürünleri, kızartılmış gıdalar ya da hamburger, pizza gibi fast food ürünleri tüketmesi durumunda ise yerel mutfak tüketme eğilimi azalmaktadır.

Çalışmada elde edilen bulgular ışığında tüketicinin beslenme hakkında bilgi birikiminin desteklenmesi, olumlu beslenme alışkanlığı tutumları hakkında bilinçli nesillerin yetiştirilmesi ile yerel mutfakla olan ilginin artacağı düşünülmektedir. Bu amaçla, çocukluk ve adolesan dönemlerinde kapsamlı bir değişime uğrayan ve temelleri atılan beslenme alışkanlığının daha bilinçli şekilde gelişmesini destekleyecek sağlıklı beslenme, yeterli ve dengeli beslenme seminerleri yapılabilir. Yerel lezzetler hakkında beslenmeye dayalı tanıtıcı kültürel faaliyetler, festivaller düzenlenebilir. Söz konusu etkinliklerde yaş grubu olarak daha küçük yaş gruplarına hitap eden faaliyetler ile yerel mutfak geleceğin sahibi olan çocuklarımıza tanıtılabilir. Meslek ele-



manı yetiştiren liseler ve meslek yüksekokulları gibi eğitim kurumlarında Türk mutfağı ve yöresel mutfaklar benzeri derslere yer verilmesi yerel lezzetlerin tanınırlığını artırmak açısından fayda sağlayabilir.

### Teşekkür

Bu çalışma İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince 202003 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

### Kaynakça

**Akamatsu, R., Maeda, Y., Hagihara, A. (2005).** Interpretations and attitudes toward healthy eating among japanese workers. *Appetite*, 44(1), 123-129.

**Aydın, G.E. (2017).** Sağlıklı Bireyler İçin Temel Beslenme El Kitabı. İstanbul: Türk Böbrek Vakfı.

**Bulduk, S. (2005).** Beslenme İlkeleri ve Menü Planlama. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Cömert, M., Alabacak, C. H. (2019).** Türk mutfağına ait yemeklerin özelliklerinin değerlendirilmesi: Ankara ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2123-2143.

**Demir, G. T., Cicioğlu, H. İ. (2019).** Sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum ölçeği (SBİTÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 256-274.

**Duman, N., Göksu, P., Köroğlu, C., Talay, A. (2020).** Üniversite öğrencilerinde mental iyi oluş ile psikolojik dayanıklılık ilişkisi. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 4(7), 9-17.

**Esra, C. (2007).** Yetişkin Tüketicilerin Besin Tercihleri ve Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutumları Üzerine “Cinsiyet Faktörünün Etkisi”. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Gökkaya Kılıç, Z., Arslanyılmaz, M., Attila, S., Bağcı Bosi, T. (2015).** Sağlıklı Beslenme. <http://www.halksagligi.hacettepe.edu.tr/diger/toplumayonelik/beslenme.pdf>

**Güler, S. (2010).** Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 24-30.

**Gürbüz, S., Şahin, F. (2015).** Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**Karamustafa, K., Birdir, K., Kılıçhan, R. (2016).** Gastronomik akımlar çerçevesinde gıda tüketim ölçeği. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 29-69.

**Kemp, K., Inch, A., Holdsworth, D.K., Knight, J.G. (2010).** Food miles: Do UK consumers actually care? *Food Policy*, 35(6), 504-513.

**Kılıçhan, R. (2016).** Türkiye’ye Gelen Ziyaretçilerin Gastronomik Akımlara Yönelik Gıda Tüketim Gıda Tüketim Eğilimlerinin Değerlendirilmesi. Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

**Köklü, N., Büyüköztürk, Ş., Coklu, Ö. (2006).** Sosyal Bilimler İçin İstatistik. Ankara: Pagem Yayınları.

**Mynttinen, S., Logren, J., Sarkka-Tirkkonen, M., Rautiainen, T. (2015).** Perceptions of food and it’s locality among russian tourists in the south savo region of Finland, *Tourism Management*, 48, 455-466.

**Özden, O., Sünnetçioğlu, S., Özkök, F. (2017).** “Cittaslow” and “ Slow Food” in the eyes of food and beverage business managers: Gökçeada samples. 3. Uluslararası Gastronomi Turizmi Kongresi, 7-10 Aralık 2017, İzmir. Bildiri Kitabı. s.181-195.

**Sabbağ, Ç. (2003).** *İlköğretim Okullarında Görevli Öğretmenlerin Beslenme Alışkanlıkları ve Beslenme Bilgi Düzeyleri.* Yüksek Lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Şengül, S., Türkay, O. (2015).** Doğu Karadeniz Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 14-16 Mayıs 2015, Gümüşhane. Bildiri Kitabı, s.599-606.

**Slow Food. (2020/a).** Our History. <https://www.slowfood.com/about-us/our-history/>,

**Slow Food. (2020/b).** Our Philosophy. <https://www.slowfood.com/about-us/our-philosophy/>

**Tangut, E. (2007).** *İşçilerin Sağlıklı Beslenmeye Yönelik Tutum ve Alışkanlıkları.* Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Türkiye Halk Sağlığı Kurumu (2015).** Yeterli ve dengeli beslenme nedir? <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenme.html>

**Yılmaz, E. (2008).** Trakya Bölgesinde Kırsal ve Kentsel Tüketicilerin Gıda Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları ve Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi. Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

## Tüketicilerin Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyleri: Almanya, Macaristan ve Türkiye Karşılaştırması

**Merve ATINÇ**

İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Veteriner Fakültesi,  
Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı  
merveatinc@gmail.com  
0000-0002-3392-3755

**Tolga KAHRAMAN**

İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa, Veteriner Fakültesi,  
Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı  
tolgakah@istanbul.edu.tr  
0000-0003-4877-6951

Geliş tarihi / Received: 09.09.2021

Kabul tarihi / Accepted: 17.04.2022

### Öz

Avrupa Birliği (AB) ile uyum sürecinde Türkiye için gıda güvenliği önemli konuların başındadır. Bu çalışmanın amacı, AB üyesi iki ülke olan Almanya ve Macaristan ile Türkiye'deki tüketicilerin gıda güvenliğine ilişkin bilinç düzeylerini ölçmek, üç ülke arasındaki farklılıkları ortaya koymaktır. Bu amaçla, Şubat-Mart 2021 tarihleri arasında Frankfurt, Budapeşte ve İstanbul şehirlerinde 18 yaş ve üzeri 300 tüketici ile anket çalışması yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler analiz edilmiş ve verilerin değerlendirilmesi için tanımlayıcı istatistiksel metotlar kullanılmıştır. Buna göre, anket genelinde Alman tüketicilerin bilinç düzeyi Türk ve Macar tüketicilerden yüksektir. Faktörlerden gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeyinde Macar tüketicilerin Türk tüketicilerden, gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı genel bilgi düzeyinde ise Türk tüketicilerin Macar tüketicilerden daha yüksek bilinç düzeyinde olduğu ortaya konulmuştur. Bu kapsamda çalışmamız, Almanya'nın diğer iki ülkeden daha yüksek gıda güvenliği bilinç seviyesinde olduğunu, Türkiye'nin AB üyesi olan Macaristan ile benzer seviyelerde gıda güvenliği bilinç düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Almanya, gıda güvenliği, Macaristan, tüketici bilinci, Türkiye

## **Consumers' Consciousness Level on Food Safety: Germany, Hungary and Turkey Comparison**

### **Abstract**

Food safety is one of the most important topics for Turkey in the EU harmonization process. The aim of this study is to examine the food safety knowledge in Germany, Hungary, and Turkey and to investigate the existing differences between them. For this purpose, survey was conducted with 300 people aged 18 and older in Frankfurt, Budapest, and İstanbul. The data obtained from the research were analyzed and descriptive statistical methods were used for the evaluation of the data. As a result of statistical findings, the food safety awareness level of German consumers is higher than Turkish and Hungarian consumers. It has been revealed that Hungarian consumers have a higher level of awareness about the risks in food than Turkish consumers, and Turkish consumers have a higher level of awareness about the risks in food purchasing and preparation than Hungarian consumers. In this context, our study shows that Germany has a higher food safety awareness level than the other two countries, and Turkey has a similar level of food safety awareness to Hungary, which is an EU member.

**Keywords:** *Consumer awareness, food safety, Germany, Hungary, Turkey*

### **Giriş**

Gıda güvenliği, sağlıklı ve bireyi besleyecek gıdayı hazırlayabilmek amacıyla çiftlikten sofraya dek geçen tüm süreçte; üretim, gıdaların işlenmesi, taşınması, depolanması, satışı ve en son tüketimine kadar her aşamada gerekli hijyen ve sanitasyon kurallarına uyulması, sonuç olarak bireylerde herhangi bir sağlık sorunu oluşturabilecek tüm risklerin önlenmesi olarak tanımlanmaktadır (FAO, 2012). Dünya üzerinde gıda maddelerinin daha güvenli olarak üretilmesi için birçok ülkede ilerlemeler devam etmektedir. Fakat aynı zamanda her yıl milyonlarca insanın gıda kaynaklı hastalıklara yakalanması gibi mikrobiyolojik sorunlar, yetersiz hijyen uygulamalarından doğan fiziksel tehlikeler, gıda güvenliği uygulamalarının yetersizliğinden kaynaklı oluşan küf ve mayalar, pestisit kalıntıları, gıda katkı maddeleri, ette ve kümes hayvanlarında hormon ve antibiyotik kalıntısı gibi kimyasal sorunlar, gıda denetimlerinin yetersiz olduğu ile ilgili düşünceler tüketicilerin gıda

güvenliğine karşı kaygılarını artırmaktadır (Bekar, 2013; Yılmaz, Oraman ve İnan, 2009).

Geçmişte yaşanan sorunlar ve tüketici talepleri, güvenilir gıda ürünleri üretme ve tüketime sunulacak gıdalar konusunda tüm aktörlerin ortak bir noktada birleşmesini sağlamıştır (Mahmutoğlu, 2007). AB'nin 2014 yılı ilerleme raporunda, Türkiye'de gıda güvenliği, veterinerlik ve bitki sağlığı politikası alanındaki ilerleme sınırlı kalmıştır (Avrupa Komisyonu, 2014). 2020 yılı Küresel Gıda Güvenliği Endeksinde ise Türkiye tüm ülkeler arasında gıda kalite ve güvenilirliği konusunda 43. sıradadır. AB ülkelerinden olan Almanya 11. sıradadır ve AB ülkeleri arasında iyi bir seviyede yer almaktadır. Diğer bir AB ülkesi olan Macaristan ise aynı endekste 37. sıradadır ve AB ülkeleri arasında sıralamanın gerisinde kalmaktadır (Global Gıda Güvenliği İndeksi, 2021). Türkiye'de gıda güvenliğine ilişkin mevzuat çalışmaları, araştırmalar ve toplumu bilinçlendirmeye yö-

nelik uygulamalar, AB'ye uyum süreci kapsamında artmıştır. Yapılan çalışmalardan bazıları da tüketici bilincinin ölçülmesini kapsamaktadır (Bal, Göktolga ve Karkacier, 2013; Bekar, 2013; Özay, 2016; Ulusoy ve Çolakoğlu 2018). Bu bağlamda bilinç kelimesinin anlamı, insanın kendisini, çevresini tanıma yeteneği, şuurdur. Bilinçli tüketici örgütlüdür; malı satın alırken ondan azami derecede yarar sağlamayı amaçlamaktadır, gerçek gereksinimleri göz önünde tutmaktadır (Hekimci, 2006). Gelişmiş ülkelerde bilinçli tüketici, “hak arayan” ya da “ödediği bedelin tam karşılığını alan” demek değildir. Aldığı mal ve hizmetin sosyal maliyetini de düşünmesi ve çevreye zarar vermeyen ürünleri tercih etmesi de bilinçli tüketicinin özelliklerindedir (Babaoğlu ve Şener 2007).

Geçmişte yapılan gıda güvenliği bilinç düzeyi araştırmaları, genellikle ülkeler ve şehirler bazında sınırlı kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, AB üyesi olan iki ülkedeki bilinç düzeyi ile Türkiye arasında bir karşılaştırma sunarak gelecek çalışmalara ışık tutmak, üç ülkedeki bilinç düzeyini belirleyerek Türkiye'nin bu aşamada hangi seviyede olduğunu ortaya koymak ve gıda güvenliği mevzuat çalışmaları için daha çok veri sunmaktır. AB ülkeleri arasından Almanya ve Macaristan'ın seçilmesinin sebebi, Global Gıda Güvenliği Endeksinde, AB üyesi olan iki ülkeden Almanya'nın, diğer AB ülkelerine göre ön sıralarda yer alması, Macaristan'ın ise Türkiye'ye daha yakın bir sıralamaya sahip olmasıdır.

## Yöntem

Çalışma, 15 Şubat-25 Mart 2021 tarihleri arasında Almanya'da Frankfurt, Macaristan'da Budapeşte, Türkiye'de ise İstanbul şehirlerinde 18 yaş ve üzeri katılımcılarla yürütülmüştür. Bunun için İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Rektörlüğü'nün Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 10.12.2020 tarihinde 2020/261 sayılı Etik Kurul Onayı alınmıştır. Veriler, katılımcılara yüz yüze uygulanan anket aracılığı ile elde edilmiştir. Ka-

tılımcıların anket uygulaması öncesinde rızası alınmış ve bilgilendirilmiş gönüllü onam formu imzalatılmıştır. Anket sorularının hazırlanması adına daha önce yapılan benzer çalışmalar takip edilmiştir (Ergönül, 2013; Özay, 2016; Ulusoy ve Çolakoğlu, 2018). Pilot uygulama sonrasında çeşitli düzeltmeler yapıp, anketin son haline ulaşılmıştır. Araştırmanın örneklemini, araştırma amacını temsil ettiği düşünülen Frankfurt, Budapeşte, İstanbul şehirlerinden tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 300 kişi oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anketin birinci bölümünde cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum, ailede yaşayan toplam kişi sayısı, meslek, ailenin toplam geliri ile ilgili sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde bireylerin gıda güvenliği bilgi düzeyini ölçmek, üçüncü bölümde ise sorular bireylerin gıda güvenliğine ilişkin tutum ve davranışları ölçmek amacıyla hazırlanmış olup, cevaplar “Kesinlikle Katılmıyorum, Katılmıyorum, Kararsızım, Kısmen Katılıyorum, Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde alınmıştır. Araştırmada kullanılan ölçekler, Baksh, Ganpat ve Narine (2015) tarafından geliştirilen ölçekten derlenerek hazırlanmıştır. Araştırmada elde edilen veriler, IBM SPSS 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesi için tanımlayıcı istatistiksel yöntemler kullanılmıştır.

## Faktör Analizi

Tüketicilerin gıda güvenliği bilgi ve tutum ölçeğinin alt boyutlarının belirlenmesi için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi sonuçları, Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmiştir. Örneklem büyüklüğünün uygunluğunu test etmek için KMO testi kullanılmıştır. KMO testi, 0.850 şeklindedir ve bu örneklem büyüklüğünün iyi olduğu göstermektedir. Faktör yapısını belirlemek için yapılan Temel Bileşenler Analizi yapılmış, gıda güvenliği bilinç düzeyi ölçek maddelerinin 8 alt boyutta toplandığı görülmüştür. Bu alt boyutlar, soruların türüne göre isimlendirilmiştir.

**Tablo 1.** Tüketicilerin gıda güvenliği bilgi ölçęü faktör analizi

<b>Faktör 1: Gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeyi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bitkisel ürünlerde kullanılan hormonlar; zararlı organizmaları (böcek, kemirici, yabancı ot, vb.) engellemek, kontrol altına almak ya da zararlarını azaltmak için kullanılan kimyasal maddelerdir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kırmızı et, tavuk, balık gibi gıdalar buzdolabında (2°C) saklamak koşuluyla 7-8 gün içerisinde tüketilmelidir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Süte pastörizasyon işlemi (kaynatma) yapılmasının amacı, sütün içindeki tüm mikroorganizmaları uygulanan ısıl işlemle öldürmektir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dondurulmuş gıdalar, oda sıcaklığında çözündürülmelidir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pişirme yöntemlerinden biri olan haşlama, sağlık açısından tavsiye edilen bir yöntem değildir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Yumurta pişirilmeden önce yıkanmalı ve kurulanıp kullanılmalıdır.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Taze fasulye, bezelye gibi düşük asitli gıdaların evde konserveleri yapıp tüketilmelerinde herhangi bir sakınca yoktur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• GDO (Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar) olarak isimlendirilen genetiği değiştirilmiş bitkisel ürünler, bir canlı türünden başka bir canlı türüne gen aktarılarak yeni bir canlı organizma oluşturulmuş ürünlerdir.</li></ul>
<b>Faktör 2: Gıda tüketim sürecindeki risklere karşı bilgi düzeyi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Doğada kendiliğinde yetişen tüm mantarlar zehirsizdirler, tüketilmelerinde sakınca yoktur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dondurulmuş gıdalar çözündürüldükten sonra tekrar dondurulabilir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gıdaları kızartmak için kullanılan yağın birden fazla kullanılmasında herhangi bir sakınca yoktur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kabuğu kırık veya çatlak yumurtanın tüketilmesinde herhangi bir sakınca yoktur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gıdaların saklanmasında gazete kâğıdı gibi materyallerin kullanılmasında herhangi bir sakınca yoktur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pişirilmiş gıdalar hemen tüketilmeli ya da daha sonra tüketilecek ise hızlıca soğumasını takiben buzdolabında saklanmalıdır.</li></ul>
<b>Faktör 3: Gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı bilgi düzeyi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mangalda yanan gıdalar, özellikle hayvansal kaynaklı olanlar sağlığımıza zararlıdır.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gıdalarda kullanılan katkı maddeleri sağlık açısından zararlıdır.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Açıkta satılan gıdaların hijyenik ve sağlıklı değildir.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mangalda et pişirirken et ile ateş arasındaki mesafenin en az 10-15 cm olmasına dikkat edilmelidir.</li></ul>
<b>Faktör 4: Gıdalarda mikrobiyel ve kimyasal risklere karşı bilgi düzeyi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Çevremizde ve vücudumuzda bulunan gözle görülmeyen canlılar olan mikroorganizmalar, tükettiğimiz gıdalarla birlikte sağlık riski oluşturur.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Küflenmiş bir gıda maddesi küflü kısmının ayrılmasıyla, küflenmemiş kısmının tüketilmesi sağlık açısından sakıncalıdır.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Satın aldığımız gıdaların üzerinde E koduyla belirtilen maddeler, katkı maddeleridir.</li></ul>
<b>Faktör 5: Gıdalardaki kimyasal risklere karşı bilgi düzeyi</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pestisitler, çevresel kaynaklardan bulaşan kimyasallar ve ağır metaller, gıda ve gıda kaynaklarının güvenliği açısından tehlikelidir.</li></ul>

---

- Gıda maddelerinin pişirilmesi ve yıkanmasında kullanılan suyun mutlaka içilebilir nitelikte temiz olmasına dikkat edilmelidir.

---

- İç metal yüzeyi aşınmış, çizilmiş ve kararmış konserve gıdaların tüketilmemesi gerekir.

---

Gıda maddelerinin toksik maddelerle ve deterjan-dezenfektan gibi temizlik maddeleri ile birlikte bu-  
londurulması sakıncalıdır.

---

#### **Faktör 6: Gıda satın almada mikrobiyel üreme hakkında bilgi düzeyi**

---

- Gıdaları satın alırken son kullanma tarihine dikkat edilmeli ve üretim iznine bakılmalıdır.

---

- Dondurulmuş gıdalar alışverişin en sonunda alınmalı ve en kısa sürede eve ulaştırılarak derin dondurucuya konulmalıdır.

---

- Kırmızı et ve kanatlı etleri alışverişin en sonunda alınmalı, yüksek sıcaklıkta fazla dolaştırılmadan en kısa sürede eve ulaştırılmalı ve buzdolabında saklanmalıdır.

---

#### **Faktör 7: Gıda saklama koşulları hakkında bilgi düzeyi**

---

- Gıda ile temasta bulunan kapları, gıda dışı değişik amaçlarla da kullanabiliriz.

---

- Gıdaların bakır ve alüminyum kaplarda pişirilmesi ya da saklanması herhangi bir sakınca yoktur.

---

- Filizlenmiş patateslerin tüketilmelerinde sağlığımız açısından herhangi bir sakınca yoktur.

---

#### **Faktör 8: Ambalajsız gıda ürünlerine karşı bilgi düzeyi**

---

- Açıkta satılan sokak sütünün tüketilmesinin sağlık açısından herhangi bir sakıncası yoktur.

---

- Açıkta satılan peynirlerin tüketiminin gıda güvenliği açısından herhangi bir sakıncası yoktur.

---

Tüketicilerin gıda güvenliği ölçeğinin alt boyutlarının normal dağılıp dağılmadığının belirlenmesi amacıyla normallik testi yapılmıştır. Buna göre araştırmada, gıda güvenliği bilgi ölçeği alt boyut değişkenlerinin gruplar arası farklılıkların incelenmesine ilişkin karşılaştırmalarda parametrik analizler uygulanmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

#### **Gıda Güvenliğine İlişkin Farklılıkların İncelenmesi**

Gıda güvenliği ölçeğinin alt boyutunun gruplararası farklılıkların incelenmesinde; iki grup arasındaki farklılıkların incelenmesinde t-testi, ikiden fazla grup olduğunda parametrelerin gruplar arası karşılaştırmalarında “One Way ANOVA” testi yapılmıştır. İki den fazla grup arasında anlamlı bir farklılık olduğunda her bir grubun birbiriyle farklılıklarının incelenmesine ilişkin karşılaştırmaların yapılmasında Post-Hoc LSD ve Post-Hoc Tukey testi yapılmıştır.

#### **Bulgular**

Türkiye’deki kişilerin tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde; kişilerin %72’si kadın, %28’i erkektir. %14’ü 18-24, %51’i 25-40, %25’i 41-65 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına göre; %4’ü ilkökul, %2’si ortaokul, %10’u lise, %9’u ön lisans, %60’ı lisans ve %15’i lisansüstü mezunudur. Kişilerin %13’ü öğrenci, %45’i özel sektör, %8’i kamu sektörü, %4’ü emekli, %7’si kendi işini yapmakta, %18’i çalışmamakta ve %5’i diğer meslek grubunda çalışmaktadır. Gelir durumlarına göre; kişilerin %12’si asgari gelir düzeyi, %13’ü orta gelir düzeyi, %47’si yüksek gelir düzeyi ve %28’i çok yüksek gelir düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır.

Almanya’da ise katılımcıların %47’si kadın, %53’ü erkektir. %16’sı 18-24, %45’i 25-40, %39’u 41-65 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına göre; %9’u ilkökul, %2’si ortaokul, %18’i lise, %14’ü ön lisans, %42’si lisans ve %15’i lisansüstü mezunudur. %16’sı öğrenci, %22’si

**Tablo 2.** Tüketicilerin gıda güvenliği tutum faktörleri

<b>Faktör 1: Gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranış</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Organik gıda sertifikalı ürünler satın almaya özen gösteririm.</li><li>• Satın aldığım meyve ve sebzelerin pestisit analizli olmasına özen gösteririm.</li><li>• Mutfağımda et, balık, tavuk ve sebzeler için farklı doğrama tahtaları kullanırım.</li><li>• Omlet yaparken yumurtayı yıkamadan olduğu gibi kırarım.</li><li>• Gıda hazırlarken çevremdekilerin sigara tüketmesine izin vermem.</li><li>• Bir ürünün GDO'lu olup olmaması benim için önemli değildir.</li></ul>
<b>Faktör 2: Gıda kaynaklı riski durumlarda yetkili mercilere şikâyet etme</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gıda zehirlenmesi gibi bir durumla karşılaştığımda şikâyette bulunurum.</li><li>• Satın aldığım gıdanın son kullanım tarihi geçmişse geri iade eder ve şikâyette bulunurum.</li><li>• Gittiğim bir restoranda gıda güvenliğine uygunsuz bir durum olduğunu gördüğümde gerekli kuruluşlara şikâyette bulunurum.</li></ul>
<b>Faktör 3: Gıda hazırlamada hijyen kurallarına uyma</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kendi topladığım veya bir arkadaşımın doğadan topladığı mantarları yemekte sakınca görmem.</li><li>• Dondurulmuş gıda ürününü çözdürerek kullanır, sonra kalanı tekrar dondururum.</li><li>• Küflenmiş ekmek, salça vb. ürünlerde küflü kısmı atar, kalan kısmı tüketirim.</li></ul>
<b>Faktör 4: Gıda tüketirken mikrobiyolojik bozulma gözetme</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Çiğ süt alarak, evde kaynatarak bu sütü tüketirim.</li><li>• Gıdaların bozuk olup olmadığına tadına bakarak anlarım.</li><li>• Filizlenmiş patatesin filizlenmiş kısmını atar, o şekilde tüketirim.</li></ul>
<b>Faktör 5: Gıda satın alımı ve hazırlanmasına yönelik davranış</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Meyveleri akan suyun altında bolca yıkarım.</li><li>• Çiğ yiyecekleri elledikten sonra ellerimi iyice yıkarım.</li><li>• Satın aldığım ürünlerde helal sertifikası olmasına özen gösteririm.</li></ul>

### Normallik Sınaması

özel sektör, %26'sı kamu sektörü, %5'i emekli, %21'i kendi işini yapmakta ve %10'u çalışmayan kişilerden oluşmaktadır. Gelir durumlarına göre; kişilerin %8'i asgari gelir düzeyi, %37'si orta gelir düzeyi, %44'ü yüksek gelir düzeyi ve %11'i çok yüksek gelir düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır.

Macaristan'daki katılımcıların %53'ü kadın, %47'si erkektir. %4'ü 18-24, %67'si 25-40, %29'u 41-65 yaş aralığındadır. Eğitim durumlarına göre; %9'u lise, %10'u ön lisans, %41'i lisans ve %40'ı lisansüstü mezundur. Kişilerin %3'ü öğrenci, %37'si özel sektörde, %53'ü

ise kamu sektöründe çalışmakta, %4'ü kendi işini yapmakta ve %3'ü çalışmayan kişilerden oluşmaktadır. Gelir durumlarına göre; kişilerin %14'ü asgari gelir düzeyi, %45'i orta gelir düzeyi, %28'i yüksek gelir düzeyi ve %13'ü çok yüksek gelir düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır. Türkiye'de yaşayan kişilerin cinsiyetine göre ortalama farklılıkları incelendiğinde, kadınların gıda güvenliği bilinç düzeyi, erkeklerden daha yüksektir. Macaristan'da erkeklerin gıda güvenliği bilinç düzeyi, kadınlardan daha yüksektir. Almanya'da ise kadınların "gıda tüketirken mikrobiyolojik bozulma gözetme



davranışları”, erkeklerden daha yüksektir. Diğer gıda güvenliği ölçeği alt boyutlarında erkeklerin gıda güvenliği bilinç düzeyi, kadınlardan daha yüksektir.

Ankete katılan kişiler arasında 18-24 yaşındaki kişilerin gıda güvenliği bilinç düzeyi, 24-24 ve 41-54 yaşındaki kişilerden düşüktür. Türkiye’de yaşayan kişilerin mesleklerine göre gıda güvenliği bilinç düzeyi ortalama farklılıkları incelendiğinde, pek çok alt boyutta öğrencilerin bilinç düzeyi, özel sektör, kamu kuruluşu, özel sektör çalışanları ve emeklilerden düşüktür. Almanya’da ise öğrencilerin ve çalışmayan kişilerin bilinç düzeyi, özel sektör ve kamu sektöründe çalışanlardan düşüktür. Macaristan’da ise özel sektörde çalışanların gıda güvenliği bilinç düzeyi, kamu sektöründe çalışanlardan yüksektir.

Kişilerin yaşadıkları ülkeye göre gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeylerine ilişkin ortalama farklılıklar alt boyutlar bazında incelenmiş, sonuçlar Tablo 3’de gösterilmiştir. Buna göre, “gıda tüketim sürecindeki risklere karşı bilgi düzeyi, gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı bilgi düzeyi, gıdalardaki kimyasal risklere karşı bilgi düzeyi, gıda satın almada mikrobiyel üreme konusundaki bilgi düzeyi, ambalajsız gıda ürünlerine karşı bilgi düzeyi, gıda saklama koşulları hakkında bilgi düzeyi, gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranış, kişilerin gıda kaynaklı riski durumlarda yetkili mercilere şikâyet etme davranışı, gıda hazırlamada hijyen kurallarına uyma davranışı” alt boyutlarında Almanya’da yaşayan kişilerin bilinç düzeyi, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir.

Almanya’da yaşayan kişilerin gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Macaristan’da yaşayan kişilerin de Türkiye’de yaşayan kişilerden yüksektir. Almanya’da yaşayan kişilerin gıda tüketim sürecindeki risklere karşı bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Ma-

caristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Türkiye’de yaşayan kişilerin gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı genel bilgi düzeyleri, Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir.

Macaristan’da yaşayan kişilerin mikrobiyel ve kimyasal risklere karşı bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Almanya’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Macaristan’da yaşayan kişilerin gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranışları, Türkiye’de yaşayan kişilerden daha yüksektir.

### Tartışma

Türkiye’de yaşayan kişilerin cinsiyetine göre ortalama farklılıkları incelendiğinde; kadınların gıda güvenliği bilinç düzeyi, erkeklerden daha yüksektir. Türkiye’de yapılan bir çalışmada, ev dışında gıdaların hazırlanması sırasındaki hijyenik olmayan koşulların, kadın katılımcılar için çok daha endişe verici olduğu saptanmıştır (Özay, 2016). Türkiye’de kadınların evdeki gıda seçimi, hazırlanması ve tüketiminde daha aktif rol alması, satın alma aşamasından, hazırlama ve saklama koşullarında risklere ve gıda güvenliğine daha hâkim olmalarını göstermektedir. Almanya ve Macaristan’da erkeklerin bilinç düzeyi, alt boyutların çoğunda kadınlardan daha yüksektir. Bu, gıda satın alımlarında ve tüketiminde kadınlar kadar erkeklerin de söz sahibi olduğunu göstermektedir.

Üç ülkede de yaş arttıkça bilgi düzeyinin tüm faktörlerde arttığı gözlemlenmiştir. Geçmiş yıllarda Türkiye’de ve Avrupa’da yapılan araştırmalarda gıda güvenliğine yönelik bilinç düzeyi ile yaş arasında pozitif ilişki ortaya konmuştur (Buccheri vd., 2010; Özay, 2016; Şanlıer, 2009; Zorba ve Kaptan, 2011).

Ülkeler bazında değerlendirildiğinde; gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeylerine ilişkin ortalama farklılıklar; Almanya’da yaşayan

kişilerin gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Macaristan’da yaşayan kişilerin gıdalardaki risklere karşı genel bilgi düzeyleri, Türkiye’de yaşayan kişilerden daha yüksektir. EFSA’nın 2019 yılı Nisan ve Kasım ayları arasında AB ülkeleri ile gelişmekte olan ülkeler için yürüttüğü Gıda Güvenliği araştırmasında vatandaşların gıda güvenliği konusuna şahsi ilgi düzeyi, Almanya’da %50, Macaristan’da %26, Türkiye’de ise %25 olarak bildirilmiştir. Bir konu hakkında bilgi düzeyini artırmak, ilgi duymayı gerektirmektedir. Bu nedenle sonuçlar, EFSA’nın sonuçları ile bağdaşmaktadır (EFSA, 2019).

Doğada kendiliğinden yetişen mantarlar, dondurulmuş gıdalar, kızartma yağı, kabuğu kırık yumurta, gıdaların gazete kâğıdına sarılması ile ilgili olarak yöneltilebilir bilgi düzeyinde Almanya’da yaşayan kişilerin bu konulardaki risklere karşı bilgi düzeyi, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilere göre daha yüksektir. FAO’nun geçmiş yıllarda yaptığı çalışmalarda Macaristan’da evlerde yabancı mantar tüketiminin olması, Türkiye’de de kızartma yağı konusunda çeşitli yayın kanallarında hâlâ kızartma yağının birden fazla kullanımının önerilmesi nedeniyle sonuçlarda Almanya’da yüksek seviyede bilgi gözlemlenirken, Türkiye ve Macaristan bu konular sebebi ile daha geride kalmış olabilir.

Almanya’da yaşayan kişilerin gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Türkiye’de yaşayan kişilerin gıda satın alma ve hazırlamadaki risklere karşı genel bilgi düzeyleri, Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. EFSA’nın 2019 yılı Gıda Güvenliği araştırmasına göre, tüketicilere “gıda satın alırken sizler için en önemlisi hangisidir?” sorusunda Türkiye’deki tüketiciler %56 oranında ahlaki değerler ve inancı işaretlemiş, %51 oranında gıda güvenliği ikinci sırada gel-

miştir. Macaristan’daki tüketiciler için öncelik %56 oranında ücret, gıdanın nereden geldiği ve tadı %52 oranında, %51 besin içeriği, %47 gıda güvenliği beşinci sırada gelmektedir. Almanya ise %62 oranında gıdanın nereden geldiği öncelikli olurken, %50 oranında gıda güvenliği ikinci sırada gelmektedir. Sonuç olarak EFSA’nın 2019 sonuçlarında, gıda satın alımında Almanya ve Türkiye için ikincil öncelik gıda güvenliği olmuştur. Araştırmamız sonucunda elimizdeki bulgular da Almanya ve Türkiye için gıda satın almada risklere karşı bilgi düzeyinin, Macaristan’dan daha yüksek olduğunu göstermekte ve EFSA’nın sonuçları ile uyumaktadır. Macaristan için gıda satın almadaki tercihin önceliği ücret olmasının sebebinin ülkedeki ekonomik zorluklardan dolayı olduğu düşünülebilir. Kişilerin yaşadıkları ülkeye göre gıdalardaki kimyasal risklere karşı bilgi düzeylerine ilişkin ortalama farklılıklar incelendiğinde; Almanya’da yaşayan kişilerin gıdalardaki kimyasal risklere karşı bilgi düzeyleri, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir.

Gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranışlarına ilişkin ortalama farklılıklarda Almanya’da yaşayan kişilerin gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranışları, Türkiye’de ve Macaristan’da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Macaristan’da yaşayan kişilerin gıda satın alımı ve saklanmasına yönelik özenli davranışları, Türkiye’de yaşayan kişilerden daha yüksektir. Banati ve Lakner (2005) tarafından Macaristan’da yapılan bir çalışmada tüketicilerin çoğunun modern gıda saklama yöntemlerini tercih ettiği ortaya koyulmuştur. Bu faktör ölçeğinin sorularında organik sertifikaları ürün satın alımı, ürünlerin pestisit analizli olması soruları bulunmaktadır. Türkiye’nin bu konuda üç ülkeden geri kalmasının nedeni, Avrupa ülkelerinde organik gıdaya, pestisit analizlerine ulaşmak çok daha kolaydır. AB’ye aday olan Türkiye için son yıllarda organik tarım sektöründe önemli gelişmeler yaşanmasına rağmen,

men, hâlâ bu konuda Avrupa kıtasının gerisinde kalmaktadır. Bu nedenle organik tarımda küçük çiftliklerle beraber büyük çiftliklerin kurulması da teşvik edilmelidir (Kadanalı, Yazgan, Yalçınkaya, 2019).

Gıda kaynaklı riski durumlarda yetkili mercilere şikâyet etme davranışlarına ilişkin ortalama farklılıklar incelendiğinde; Almanya'da yaşayan kişilerin şikâyet etme oranı, Türkiye'de ve Macaristan'da yaşayan kişilerden daha yüksektir. Türkiye'de yapılan bir araştırmada, tüketicilerin gıda ile ilgili yaşadıkları sorunlarda gıdayı üreten üreticiyi arayabileceklerini belirtmişlerdir. Bu konu ile ilgili Türkiye'de Tarım ve Orman Bakanlığının oluşturmuş olduğu gıda ile ilgili her türlü ihbar, şikâyet ve taleplerin bildirilebileceği gıda hattı olan ALO 174'ün bilinirliğinin artırılmasının gerekli olduğu sonucu ortaya konmuştur (Özay, 2016).

Tüm bu bilgiler ışığında, Türkiye'deki tüketicilerin gıda güvenliğine karşı bilinç düzeyi, neredeyse Macaristan'la aynı düzeydedir. Hatta bazı faktörlerde Türkiye daha öncü pozisyonadadır. Almanya ise bu iki ülke ve AB standartlarının da üzerinde bir seviyededir.

## Sonuç

Global Gıda Güvenliği Endeksine göre Türkiye, genel sıralamada 48. sırada yer almaktadır. Bu çalışma için seçilen ülkelere Almanya 11, Macaristan ise 30. sıradadır. Macaristan, diğer Avrupa ülkelerine kıyasla sıralamada daha geride kalmış olup, Türkiye ile genel durum açısından benzerliği tespit edilmiştir. Seçilen diğer ülke olan Almanya ise diğer Avrupa ülkelerine kıyasla listede üst seviyelerde yer almaktadır. Türkiye'de gıda güvenliği konusunda atılmış çok önemli adımlar bulunmaktadır. Kamu otoritesi, bu konuda AB ile uyumlu birçok mevzuat düzenlemeleri geliştirmiştir. Seksen bir ilde faaliyette bulunan taşra teşkilatlarıyla, denetimler gerçekleştirmektedir. Ancak bu çalışmalar-

la beraber tüketici bilinçlendirilmesi de bu işin temel bir boyutudur. Almanya'da gıda güvenliği konusunda Gıda, Tarım ve Tüketiciyi Koruma Bakanlığı mevcut olmakta ve bu konuda önemli çalışmalar yapmaktadır. Bu çalışma, Türkiye ve Macaristan'da tüketiciyi öncelik alan bir kuruluşun kurulma gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ayrıca Macaristan'da sıklıkla rastlanan okulların eğitim müfredatında doğru beslenme, gıda israfı ve gıda güvenliği konuları diğer ülkelerde de daha sık yer almalıdır. Kamu otoritesi, bilinçlendirme faaliyetleriyle beraber gıda okuryazarlığını teşvik edecek çalışmalarda bulunulmasını sağlayacak girişimleri desteklemeli, özellikle geleceğin teminatı olan gençleri hedef alan programlara ağırlık vermelidir.

## Teşekkür

Araştırmaya danışmanlık yapan Prof. Dr. Tolga KAHRAMAN'a, çalışmamı gerçekleştirmemde yardımlarını esirgemeyen İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Gıda Hijyeni ve Teknolojisi Bölümü hocalarıma, tezin Macaristan ayağını yürütürken beni destekleyen Macaristan Kültür Merkezi ve merkezin müdürü Dr. Gábor FODOR'a, University of Szeged'deki profesörlere, Almanya ayağını yürütürken beni destekleyen Öz Kayseri Pastırma GmbH'dan Serhan ERTÜRK ve ailesine teşekkür ederim.

## Kaynakça

**Artık, N. (2011).** AB ve Türkiye Gıda Güvenliği Uygulamaları/Gıda Güvenliği Faslı. Tarım Öğretiminin 165. Yılı Konferansı, 10 Ocak 2011, Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.

**Avrupa Komisyonu (2014).** Türkiye 2014 İlerleme Raporu Brüksel: [https://www.ab.gov.tr/files/ilerlemeRaporlariTR/2014\\_ilerleme\\_raporu\\_tr.pdf](https://www.ab.gov.tr/files/ilerlemeRaporlariTR/2014_ilerleme_raporu_tr.pdf)

**Babaoğul, M., ve Şener, A. (2007).** Tüketici Yazıları I. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Hastaneleri Basımevi.

- Baksh, K., Ganpat, W., Narine, L. (2015).** Farmers' knowledge, attitudes and perceptions of occupational health and safety hazards in Trinidad, West Indies and implications for the agriculture sector. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*, 7(7), 221-228.
- Bal, H.S.G., Göktolga, Z.G., Karkacier, O. (2006).** Gıda güvenliği konusunda tüketici bilincinin incelenmesi (Tokat İli Örneği). *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 12(1), 9-18.
- Banati, D., ve Laner, Z. (2005).** The food safety issue and the consumer behaviour in a transition economy: A case study of Hungary. *Acta Alimentaria*, 31(1), 21-36 <https://doi.org/10.1556/aalim.31.2002.1.3>
- Bekar, A. (2013).** Tüketicilerin gıda güvenliğine yönelik tutumları. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 23(2), 90-101.
- Buccheri, C., Mamma, C., Giammanco, S., Giammanco, M., Guardia, M., Casuccio, A. (2010).** Knowledge, attitudes and self-reported practices of food service staff in nursing homes and long-term care facilities. *Food Control*, 21, 1367-1373. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2010.04.010>
- EFSA (2019).** Special Barometer Wave EB91.3. Food Safety in EU. [https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate\\_publications/files/Eurobarometer2019\\_Food-safety-in-the-EU\\_Full-report.pdf](https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate_publications/files/Eurobarometer2019_Food-safety-in-the-EU_Full-report.pdf)
- Ergönül, B. (2013).** Consumer awareness and perception to food safety: A consumer analysis. *Food Control*, 32, 461-471. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.01.018>
- Food and Agriculture Organization of the United Nation (2012).** Improving Food Safety and Quality Along the Chain. <http://www.fao.org/3/i2797e/i2797e.pdf>
- Hekimci, F. (2006).** Tüketici Bilincinin Milli Ekonomiye Katkısı 10. *Tüketici Konseyi*, Ankara. [www.tupadem.hacettepe.edu.tr](http://www.tupadem.hacettepe.edu.tr)
- Kanadalı, E., Yazgan, Ş., Yalçinkaya Ö. (2019).** Organic Production in Turkey. 4th International Conference on Advances in Natural and Applied Sciences. 17-19th June, 2019. Ağrı, Turkey. Abstract Book, s.751-757.
- Mahmutoğlu, T. (2007).** Gıda Endüstrisinde "Güvenli Gıda" Üretmek. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Onurlubas, E. (2015).** Tüketicilerin Gıda Güvenliği Konusunda Bilinç Düzeylerinin Ölçülmesi: Tokat İli Örneği. Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özay, G. (2016)** Sağlık Çalışanlarının Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi Düzeylerinin Saptanması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Şanher, N. (2009).** The knowledge and practice of food safety by young and adult consumers. *Food Control*, 20, 538-542.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2013).** Using Multivariate Statistics (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Ulusoy, B. H., Çolakoğlu, N. (2018).** What do they know about food safety? A questionnaire survey on food safety knowledge of kitchen employees in Istanbul. *Food and Health*, 4(4), 283-292. DOI: 10.3153/FH18028
- Yılmaz E, Oraman, Y., İnan, İ. H. (2009).** Gıda ürünlerine ilişkin tüketici davranışı dinamiklerinin belirlenmesi: Trakya örneği. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 6(1), 1-10.

**Zorba, N.N.D., Kaptan, M. (2011).** Consumer food safety perceptions and practices in a Turkish community. *Journal of Food Protection*, 74(11), 1922-1929. <https://doi.org/10.4315/0362-028X.JFP-11-126>



## Pasta Tüketen Bireylerin Pasta Tercihleri Üzerine Bir Araştırma

**İlayda Naz ÖZAY**

Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
ilaydanazozay@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-5945-1952

**Birgül AYDIN**

Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
baydin@dogus.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-3459-2385

**Murat AY**

Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
may@dogus.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-3872-3920

**Görkem TEYİN**

Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
gteyin@dogus.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-1959-2603

Geliş tarihi / Received: 03.11.2021

Kabul tarihi / Accepted: 20.02.2022

### Öz

Tarihi çok eski zamanlara dayanan pasta, toplumun neredeyse her kesimi tarafından bilinen, düğün, kutlama gibi birçok özel günde tüketilen pastacılık ürünüdür. Gastronomi alanında ayrı bir yeri bulunan pastanın üretiminden tüketimine kadar her aşaması ilgi çekici ve merak uyandırıcıdır. Tüketicilerin pasta tercihlerinin belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, kolayda örnekleme tekniği ile daha önce pasta tüketmiş 250 kişiden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde cinsiyet, yaş ve eğitim değişkenleri ile tüketicilerin pasta tercihleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Mann Whitney-U testi ve Kruskal Wallis testlerinden yararlanılmıştır. Sonuç olarak, tüketicilerin büyük bir kısmının özel günlerde pasta tükettiği (%72), en çok tercih edilen pasta-

nın çikolatalı pasta olduğu (%53,6), tüketicilerin cinsiyet ve yaş değişkeni ile pasta tercihleri arasında anlamlı farklılık bulunmadığı ( $p>0,05$ ), öte yandan eğitim durumu lise ve üniversite olan bireylerin pasta tüketme eğilimlerinde ve pastaya yönelik görüşlerinde artış olduğu, dolayısıyla tüketicilerin eğitim durumları ve pasta tercihleri arasında anlamlı farklılık bulunduğu ( $p<0,05$ ) görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, pasta, pastane ürünleri, tüketici, tercihi*

## **A Study on Cake Preferences of Cake Consuming Individuals**

### **Abstract**

Cake, whose history dates back to ancient times, is a pastry product known by almost every part of the society and consumed on many special occasions such as weddings and celebrations. In this study, which aims to determine the cake preferences of the consumers, the data obtained from 250 people who have consumed cake before with the convenience sampling technique were used. In the analysis of the data, Mann Whitney-U test and Kruskal Wallis tests were used to determine whether there is a significant difference between gender, age and education variables and consumers' cake preferences. As a result, most of the consumers consumed on special occasions (72%), the most preferred cake was chocolate cake (53.6%), and there was no significant difference between the gender and age variables and preferences of the consumers ( $p>0.05$ ). On the other hand, it was observed that there was an increase in the consumption tendencies and opinions of individuals with high school and university education, therefore, there was a significant difference between the education levels and preferences of the consumers ( $p<0.05$ ).

**Keywords:** *Gastronomy, cake, pastry, consumer, preference*

### **Giriş**

Eski çağlarda ekmeklerin tatlandırılmasıyla başlayan pasta serüveni, sonraki zamanlarda özel ziyafetler için yapılan pastalara dönüşmüş, günümüzde de her kesimin yapabildiği ve ulaşabildiği bir ürün haline gelmiştir. İlk olarak İngiltere'de üretildiği bilinen pasta, zamanla çeşitli ülkelere de yayılmaya başlamıştır (Humble, 2020).

Pastanın yaygınlaşmasıyla beraber pastacılık kavramı ortaya çıkmış ve pastacılık, bir meslek dalı olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Pastacılığın meslek dalı haline gelmesiyle birlikte profesyonel pastaların üretilmesi pastacılık sektörünün hareketlenmesine zemin oluşturmuştur.

Böylelikle, geçmişte yalnızca düğünler için hazırlanan ve tüketilen pastalar, bugün doğum günleri için aklımıza gelen ilk ürün olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır (Humble, 2020; Krondl, 2011).

Yeterli ve dengeli beslenme bakımından ele alındığında pastacılık ürünleri büyük ölçüde karbonhidrat ve yağ ihtiva ettiklerinden oldukça düşündürücüdür. Sağlığın korunması ve vücut için gerekli ağırlık kontrolünün yapılabilmesi açısından pasta tüketimine dikkat edilmelidir. (Karabudak, Başoğlu, Turnagöl, Özbay-Bedir ve Türközü, 2013). Dayanaksız bir gıda ürünü olan pastaların gıda güvenliği açısından kont-



rolü de bir hayli önemlidir. Özellikle üretim ve depolama alanlarının uygun sıcaklıkta olması, sevkiyat sırasında soğuk zincirin bozulmaması gibi temel konulara azami özen gösterilmelidir. İçerdiği besin öğeleri itibarıyla mikrobiyal gelişim için elverişli bir yapıya sahip olan pastaların uygun koşullarda üretilmemesi halinde *Listeria*, *Escherichia coli*, *Staphylococcus aureus* gibi bakterilerin üremesi ve insan sağlığını bozması olasıdır (Akkaya, Alişarlı, Kara ve Telli, 2006; Kısa vd., 1996; Öksüztepe, Patır, Çalıcıoğlu, İlhak ve Dikici, 2010; Sancak, İşleyici, Elibol ve Ekici, 2002). Pastacılık ile ilgili alan yazın incelendiğinde pasta tüketimine dair tüketiciler üzerinde gerçekleştirilen çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, gastronominin önemli bir bölümünü oluşturan pastacılığa ilişkin özgün araştırmalara ihtiyaç duyulması, çalışmanın önemini göstermektedir. Bu çalışmada, pasta tüketen bireylerin pasta tüketim tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

## Kavramsal Çerçeve

### Pastanın ve Pastacılığın Tarihsel Gelişimi

Arkeologlar tarafından yapılan kazı çalışmaları sonucunda tarihi en eskiye dayanan uygarlıklarda dahi kek denilen yiyeceklerin yapıldığına dair kanıtlara ulaşılmıştır (Humble, 2010). Pastacılıkta kek; pastanın süngerimsi yapısını oluşturan, yumurta, süt, şeker, un, çeşitli katkı maddeleri ve aromalar ile hazırlanan bir gıda ürünü olarak tanımlanmaktadır (Dokuzcan, 2019). İlk bilinen örneklerine 12. yüzyılda rastlanan pastanın, pasta adıyla isimlendirilmesi de 13. yüzyılda görülmüştür. Tarihte pastacılığın, insanların ilk olarak ekmeği elde edip, bal ile tatlandırmasıyla başladığı bilinmektedir (Atan, 2017). Pastacılıkta önemli bir basamak olan fırında pişirme tekniği ise Antik Mısır medeniyeti tarafından geliştirilmiştir. Fırında pişirme tekniği, pastacılığın gelişim sürecinin temelini oluşturmaktadır (Ekinci, 2018). Orta Çağ dönemi,

fırında pişirmenin keşfedilmesi ve pastanın bir ürün olarak kabul edilmesi ile pastanın en parlak dönemi olmuştur (Kronl, 2011).

İngiltere’de ballı ekmeklere yağ ve un eklenmesiyle kek benzeri ürünler yapıldığına ve ilk pastacılık ürünlerine dair kanıtlar bulunmaktadır. John de Trevisa, pastayı ekmekten ayıran en önemli özelliği; pastanın önlü arkalı olarak iki tarafının da pişirilmesi, dolayısıyla pastanın iki tarafının da düz olması şeklinde açıklamıştır (Humble, 2010). Tatlı, yumuşak, süngerimsi terimleriyle ifade edilen ve kek olarak adlandırılan bu gıda ürünü, 8. yüzyılda ortaya çıkmıştır. 18. yüzyılda Vatel’in kremşantiyi bulması, 19. yüzyılda ünlü Fransız pastacısı Caramel’in pastacılık ürünlerinde karameli de kullanmasıyla pastacılık giderek gelişmiştir (Atan, 2017). Bununla birlikte, 19. yüzyılda pastacılık için önemli bir aroma maddesi olan vanilya, Amerika’da keşfedilmiştir (Kronl, 2011). Sonrasında ise çırpılmış yumurta akı, İtalyan Rönesans’ının aşçıları tarafından keşfedilmiş ve çeşitli tekniklerle unlu mamullerin kabartılmasında kullanılmıştır. 1850’lerde ise gerçek kabartma tozunun keşfedilmesiyle uzun çırpma gerektirmeyen süngerimsi kekler üreilmeye başlanmış ve böylelikle profesyonel pastacılığın temelleri atılmıştır (Humble, 2010).

Bu gelişmeyle birlikte pastacılık için önemli bir malzeme olan pandispanyaların üretiminde de ilerlemeler kaydedilmiştir. Pandispanyalar, pasta altı kekleri olarak bilinmektedir. Pandispanya, yumurta, un, şeker, nişasta, ovaleks, vanilya ve kabartma tozunun bir karışım haline getirilmesiyle elde edilir. Pandispanyanın kalitesi ise gözeneklerine, kabuksu yapısına ve kendine özgü rengine bağlıdır (Aslan, 2021; Dizlek, 2013; Dokuzcan, 2019). Roma İmparatorluğu’nun çöküşünden sonra Amerika’nın keşfi ile birlikte kakaonun kullanılmaya başlanmasıyla pastacılık, bilinenden daha farklı bir boyut kazanmıştır (Ekinci, 2018).

Pastanın ve pastacılık kavramının kabul görmesi, pasta ustası olan kişiler için de yeni bir meslek dalının oluşmasına yön vermiştir. Kraliyet mutfaklarında pasta yapmak için özel olarak görev alan usta pastacılar, daha sonraki zamanlarda işlerini kaybedince Fransa’da çeşitli yerlerde imalathaneler kurarak pastacılığın gelişmesine büyük katkı sağlamışlardır. Böylece modern pastacılık hızla şekillenmeye başlamış ve Paris, pastacılığın başkenti olarak anılmaya başlamıştır (Atan, 2017). Modern pastanın gelişmesiyle beraber kek kalıpları olarak nitelendirilen pasta halkaları, mutfaklarda kullanıma girmiştir. Fırın tepsisine yerleştirilen, düz kenarlı ve silindirik şeklindeki kalıplar sayesinde kekler daha da gelişmeye başlamıştır. Yeni mutfak teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte küçük fırınlar için bacalara yakın dolaplar yapılmış ve sıcaklık kontrollü fanlar kullanılmaya başlanmıştır. Önceleri Avrupa’da gelişen pastacılık, bu ilerlemelerle beraber hızla tüm dünyaya yayılmıştır. Çin’de yerli fırınlar olmadığından kekler su buharı yardımıyla üretilmiş ve bir sokak yemeği olarak nitelendirilmiştir. Günümüzde ise Güney Afrika, Hollanda ve Almanya, pasta kültürüne sahip önemli ülkeler arasında gösterilmektedir (Humble, 2010).

Pastacılığın bir meslek dalı haline gelmesiyle pasta ustaları tarafından değişik çeşitlerde ve lezzetlerde pastalar üretilmeye başlanmıştır. Bunlardan biri olan Sachertorte, 1832’de üretilen Avusturya kökenli içinde kayısı reçeli bulunan çikolatalı bir pasta türüdür (Friberg, 2002). Lady Baltimore pastası, 1946’da Güney Amerika’da keşfedilen bir çeşit düğün pastasıdır. Dobos torte, 1885’te Macaristan’da üretilen raf ömrü uzun olan bir pastadır (Humble, 2010). Öte yandan en iyi pastaların üretildiği ülkeler, Avusturalya ve Macaristan olarak bilinmektedir. Alman pastaları genellikle ağır olmakla birlikte Fransa ve İsviçre’nin pastaları hafif pastalar olarak nitelendirilmektedir. İtalya’da ise

farklı bir uygulama olarak pastalara likör konulduğu da görülmektedir (Demir, 2008). Şekilsel olarak bakıldığında ise 18. yüzyılda figür şeklindeki pastaların ortaya çıktığı görülmektedir. Bilinen bir diğer önemli pasta çeşidi ise düğün pastalarıdır (Humble, 2010). Antik çağlardan bu yana düğünler özel üretilen süslü ve gösterişli pastalar ile kutlanmaktadır (Wilson, 2005). Geleneksel İngiliz düğün pastaları, badem ezmesi ve kremayla kaplanan pastalardır. Ayrıca bu pastaların süslemesinde “Royal icing” denilen özel bir krema kullanılmaktadır (Humble, 2010). Krema, taze olarak tüketilmesi gereken, başta pastalar ve tatlılar olmak üzere gastronomide sıklıkla kullanımı olan bir süt ürünüdür (Gönül, 2017).

Türkiye’de pastacılık, Cumhuriyet döneminde sonra gayrimüslimler tarafından pastacılık ürünlerinin ülkeye getirilmesiyle birlikte şekillenmiş, 1950’lerde ise bugünkü halini almıştır. Türkiye’ye kremalı pastaları getiren ilk kişi, Baylan Pastanelerinin sahibi Harry Lenas’dır. Bu pastalarda kullanılan temel kremaların ise pastacı kreması, ganaj, kremşanti ve krema olarak kullanılabilen geleneksel muhallebilerden oluştuğu göze çarpmaktadır (Tuğcu, 2018). Günümüzde üretimi yapılan pastalarda görselliğin büyük bir önem arz ettiği bilinmektedir. Tasarımlı pastaların yaygınlaşmasıyla “butik pastacılık” kavramı da ortaya çıkmıştır. 1990’larda İngiltere’de ortaya çıkan butik pastacılık, insanların istekleri üzerine özel olarak üretilen pastalar şeklinde açıklanmaktadır. Butik pastacılığı, pastacılıktan ayıran en temel fark ise isteğe bağlı olarak özel ürünlerin kullanılması, dolayısıyla fiyat farklılığının oluşması ve seri üretimin olmamasıdır (Demir, 2008).

Günümüzde ekonomik koşullar da pastacılık sektörünü doğrudan etkilemektedir. Türkiye’de kullanılan pastacılık ürünlerinin büyük bir çoğunluğu ithal ürünlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla

ısıyla tedarik edilen bir pastacılık ürününün kalitesi her zaman aynı değildir. Buna bağlı olarak malzeme ve ekipman çeşitliliği diğer ülkelere göre daha kısıtlıdır. Yurt dışında pastacılık alanında hazır ürün tüketiminin yaygın olmasının aksine Türkiye’de emeğin ön planda olması pastacılığı daha ileri seviyelere taşımıştır (Demir, 2008).

## Yöntem

Bu çalışma ile daha önce pasta tüketmiş olan bireylerin pasta tüketim tercihlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada temel olarak “Tüketicilerin pasta tercihleri nasıldır?” sorusuna yanıt aranmıştır. Temel sorunun yanı sıra araştırmanın alt soruları ise aşağıdaki gibidir:

- Çalışmaya katılan bireylerin pasta tercihleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermekte midir?
- Çalışmaya katılan bireylerin pasta tercihleri yaşlarına göre farklılık göstermekte midir?
- Çalışmaya katılan bireylerin pasta tercihleri eğitim durumlarına göre farklılık göstermekte midir?
- Yukarıdaki araştırma soruları kapsamında çalışmada oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir:
  - H1: Bireylerin cinsiyetleri ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
  - H2: Bireylerin yaşları ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.
  - H3: Bireylerin eğitim durumları ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Çalışmanın evrenini, İstanbul ilinde yaşayan ve daha önce pasta tüketen bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın tamamının evrendeki tüm birimler üzerinde uygulanmasının mümkün olmadığı bilinmektedir (Kaya ve Şahin, 2013). Bu nedenle evrenden örneklem alma tekniği uygulaması yapılabilmektedir (Kara-

sar, 2006). Bu doğrultuda çalışmanın örnekleme ise araştırmacılar tarafından ulaşılan, İstanbul ilinde yaşayan ve “Daha önce hiç pasta tükettiniz mi ?” sorusuna “Evet” cevabını veren 250 pasta tüketicisinden oluşmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirilmesi için Doğu Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı’nın 15.10.2021 tarihli 2021/67 sayılı toplantısından onay yazısı alınmıştır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş olup, veriler 250 kişiden elektronik anket yolu ile elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket soru formunun oluşturulmasında Nalbant-Aydın (2013) çalışmasından yararlanılmıştır. Anket soru formu, 4 adet demografik ve pasta tüketimine ilişkin 6 ifadenin yer aldığı toplamda 10 sorudan oluşmaktadır. Verilerin analiz edilmeden önce normallik dağılım durumları incelenmiştir. Bu bağlamda, verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediğinin kontrolü için Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilk testleri ile Skewness ve Kurtosis (Çarpıklık-Basıklık Katsayısı) testleri uygulanmıştır. Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilk testlerinden elde edilen sonucun normal dağılımı yansıtmaması ( $p < 0,05$ ) ve çarpıklık-basıklık katsayısının -3,9 ve + 4,1 değerleri arasında olmasından dolayı verilerin normal dağılım sergilemediği gözlemlenmiştir. Çarpıklık ve basıklık katsayıları -1,5 ile +1,5 arasında olduğu durumlarda veriler normal dağılım sergilemektedir (Değirmenci-Gündoğmuş, 2018). Bu durumda nonparametrik testlere yönelerek ikili grupların karşılaştırılmasında Mann Whitney-U testi, üç ve daha fazla grubun karşılaştırılmasında ise Kruskal-Wallis testi (0,05 anlamlılık düzeyinde) uygulanmıştır. Ayrıca verilerin analizinden önce güvenilirlik testi uygulanmış, Cronbach’s Alpha katsayısı 0,72 bulunmuştur. Alfa değeri 0 ile 1 arası değerler üzerinden belirtilmektedir ve bu değer minimum 0,7 olması istenmektedir. Cronbach’s Alpha katsayısı 0,6 ile 0,8 arasında olduğunda güvenilirliğin iyi, 0,8 ile 1 arasında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu

belirtilmektedir. Fakat bu değerin araştırma çalışmalarında 0,5'e kadar kabul edilebileceği de bazı araştırmacılar tarafından belirtilmektedir (Kozak, 2018; Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2019). Çalışmada Cronbach's Alpha katsayısı 0,72 olduğu için güvenilirliğin iyi olduğunu söylemek mümkündür.

## Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara Tablo 1'de yer verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %74,8'inin kadın, %25,2'sinin ise erkek; %66,8'inin üniversite, %23,2'sinin lise, %6,4'ünün lisansüstü ve %3,6'sının ise ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşlarının %43,2'sinin 18-24, %36,4'ünün 25-44 ve %20,4'ünün ise 45 yaş ve üzeri olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 1.** Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine yönelik bulgular.

Sosyo-Demografik Değişkenler	N	%
Cinsiyet		
Erkek	63	25,2
Kadın	187	74,8
Eğitim Durumu		
İlköğretim	9	3,6
Lise	58	23,2
Üniversite	167	66,8
Lisansüstü	16	6,4
Yaş		
18-24 yaş	108	43,2
25-44 yaş	91	36,4
45 yaş ve üzeri	51	20,4

Katılımcıların pasta satın alma sıklığına yönelik bulgular Tablo 2'de yer almaktadır. Bu doğrultuda katılımcıların %72'sinin özel günlerde, %19,2'sinin ayda bir, %4,4'ünün yılda bir ve yine %4,4'ünün ise haftada bir pasta tükettikleri görülmüştür.

**Tablo 2.** Tüketicilerin pasta satın alma sıklığına yönelik bulgular.

	N	%
<b>Tüketicilerin Pasta Satın Alma Sıklığı</b>		
Haftada Bir	11	4,4
Ayda Bir	48	19,2
Yılda Bir	11	4,4
Özel Günlerde	180	72,0

**Tablo 3.** Tüketicilerin pastayı nereden satın aldıklarına yönelik bulgular.

Pastanın Nereden Satın Aldığı	N	%
Pastane	172	68,8
Süpermarket	47	18,8
Kendim Yaparım	31	12,4

**Tablo 4.** Pasta satın alırken süslemesine ve türüne dikkat etme durumuna ilişkin bulgular.

Pasta Satın Alırken Süslemesine ve Türüne Dikkat Etme Durumu	N	%
Evet	242	96,8
Hayır	8	3,2

**Tablo 5.** Tüketicilerin en çok tercih ettiği pastalara ilişkin bulgular.

Tüketicilerin En Çok Tercih Ettiği Pastalar	N	%
Çikolatalı	134	53,6
Meyveli	81	32,4
Fındıklı/Fıstıklı	33	13,2
Diğer	2	0,8

Tüketicilerin pastayı nereden satın aldıklarına yönelik olarak Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların %68,8'i pastaneden ve %18,8'i süpermarketten temin ederken, %12,4'ü ise pastayı kendisinin yaptığını belirtmiştir.

Pasta satın alırken süslemesine ve türüne dikkat etme durumuna ilişkin olarak Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların %96,8'inin pasta satın alırken süslemeye ve pastanın türüne dikkat ettiği, %3,2'sinin ise bu faktöre dikkat etmediği belirlenmiştir.

Tüketicilerin en çok tercih ettiği pasta türlerinin yer aldığı Tablo 5 incelendiğinde, araştırmaya katılan bireylerin %53,6'sının çikolatalı pasta, %32,4'ünün meyveli pasta ve %13,2'sinin ise fındıklı/fıstıklı pastaları tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcıların pasta tercihlerine yönelik görüşlerinin yer aldığı Tablo 6 incelendiğinde,

pasta tüketen bireylerin %91,2'sinin “Satın almak istediğimde pastaya kolay ulaşırım” ifadesine katıldığı görülmektedir.

Katılımcıların %60,4'ünün ise “Pasta fiyatları pahalıdır” ifadesine büyük ölçüde katıldığı ve fiyatları yüksek bulduğu görülmektedir.

**Tablo 6.** Pasta tercihlerine yönelik bulgular

Görüş İfadeleri	Katılıyorum		Fikrim Yok		Katılmıyorum		X	sd
	N	%	N	%	N	%		
Pasta fiyatları pahalıdır.	151	60,4	83	33,2	16	6,4	1,46	0,61
Satın almak istediğimde pastaya kolay ulaşırım.	228	91,2	19	7,6	3	1,2	1,10	0,33
Pasta içeriğindeki ürünler kalitelidir.	83	33,2	135	54,0	32	12,8	1,79	0,64
Pastanın dış süslemesi satın alma niyetimi etkiler.	212	84,8	28	11,2	10	4,0	1,19	0,48

**Tablo 7.** Katılımcıların cinsiyetleri ile pasta tercihlerine yönelik bulgular

Pasta Tercihine Yönelik Görüşler	Cinsiyet	N	Sıra Ortalama	Sıraların Toplamı	Mann Whitney-U Test	p
	Erkek	63	134,59	8479,0	5318,000	,229
	Kadın	187	122,44	22896,00		

**Tablo 8.** Katılımcıların yaşları ile pasta tercihlerine yönelik görüşlerinin dağılımı

Pasta Tercihine Yönelik Görüşler	Yaş Grubu	N	Sıra Ortalama	X <sup>2</sup>	p
	18-24 yaş	108	128,25	,596	,897
	25-44 yaş	91	122,87		
	45 yaş ve üzeri	51	117,39		

Tablo 8 incelendiğinde, araştırmaya katılan tüketicilerin pasta tercihlerine yönelik görüşleri ve yaş değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p>0,05$ ). Elde edilen bulgu neticesinde  $H_2$  hipotezi reddedilmiştir.

Çalışmaya katılan bireylerin eğitim durumları ve pasta tercihlerine yönelik görüşlerine ilişkin değerlerin dağılımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olup olmadığını saptamak amacıyla verilere Kruskal-Wallis testi uygulanmış ve bulgular Tablo 9'da paylaşılmıştır.

**Tablo 9.** Katılımcıların eğitim durumları ile pasta tercihlerine yönelik görüşlerinin dağılımı

	Eğitim Durumu	N	Sıra Ortalama	X <sup>2</sup>	p
Pasta Tercihine Yönelik Görüşler	İlköğretim	9	143,72	8,943	,041
	Lise	58	127,64		
	Üniversite	167	122,21		
	Lisansüstü	16	141,88		

Araştırmaya katılan bireylerin pasta tercihlerine yönelik görüşleri ve eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ). Bu sonuç doğrultusunda  $H_3$  hipotezi kabul edilmiştir. Anlamlı farklılığın eğitim durumu değişkeni için varyanslar arasında homojen dağılım bulunmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Tablo 9’da yer alan veriler incelendiğinde, genellikle yaş grubu yönünden genç olarak ifade edilen, eğitim durumu lise ve üniversite olan bireylerin

pasta tüketme eğilimlerinde ve pastaya dair görüşlerinde artış olduğu söylenebilmektedir.

Yapılan istatistiksel analizler neticesinde,  $H_1$  ve  $H_2$  hipotezleri reddedilmiş ( $p > 0,05$ ),  $H_3$  hipotezi ise kabul edilmiştir ( $p < 0,05$ ) (Tablo 10). Buna göre, bireylerin pasta tercihlerine ilişkin görüşleri ile cinsiyet ve yaş değişkeni arasında anlamlı bir fark tespit edilememişken, bireylerin pasta tercihlerine yönelik görüşleri ile eğitim durumu değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

**Tablo 10.** Hipotez Testine Yönelik Bulgular

Hipotezler	İfadeler	Sonuç
$H_1$	Bireylerin cinsiyetleri ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Ret
$H_2$	Bireylerin yaşları ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır	Ret
$H_3$	Bireylerin eğitim durumları ve pasta tercihleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.	Kabul

### Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, pasta tüketen bireylerin demografik değişkenleri ile pasta tercihleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda gerçekleştirilen istatistiksel analizler neticesinde cinsiyet ve yaş değişkeni ile bireylerin pasta tercihlerine yönelik görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuç, pasta tercihinde yaşın ve cinsiyetin bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Bununla birlikte eğitim düzeyi ile bireylerin

pasta tercihlerine yönelik görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bu sonuç, eğitim düzeyinin bireylerin tüketim tercihleri üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Araştırmada çoğu tüketicinin pastayı özel günlerde tükettiği, pastayı pastaneden temin ettiği ve sıklıkla çikolatalı pasta tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan araştırmaya katılanların tamamına yakın bir kısmının pastanın süslemesine ve çeşidine önem verdiği görülmüş

olup bu sonuç, aslında oldukça gösterişli ürünler olan pastanın tasarımının satın almada tercih edilebilirlik konusundaki önemini ortaya koymaktadır. Bulgular neticesinde bireylerin pastaya kolaylıkla ulaşabildiği ancak pasta fiyatlarının yüksek olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar, pasta tüketen bireylerin pasta tercihlerinde görsellik, fiyat ve lezzet unsurlarını göz önünde bulundurdıklarının bir göstergesidir. Bu kapsamda, pasta üreticilerinin tüketici istek ve ihtiyaçlarını dikkate alarak üretim yapmaları ve ürün geliştirmeleri gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Genel olarak bakıldığında, araştırmadan elde edilen sonuçlar ve değerlendirmeler araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem kapsamında geçerlidir. Bununla birlikte, araştırma verilerinin çevrimiçi platformlar aracılığı ile gerçekleştirilmesi araştırmanın geçerliliği hususunu gündeme getirmektedir. Gelecekte yapılması planlanan araştırmalarda karma, nitel veri toplama tekniklerinden yararlanılarak ve örneklem oranı genişletilerek daha geçerli sonuçlar elde edilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca pasta üretimine olan arza ve talebe odaklanılan araştırmalar da gerçekleştirilebilir. Böylelikle pasta üreticileri ve tüketicileri arasındaki ilişkinin daha detaylı ve etkin bir şekilde ortaya koyulması sağlanabilecektir.

### Kaynakça

**Akkaya, L., Alişarlı, M., Kara, R., Telli, R. (2006).** Afyonkarahisar'da tüketime sunulan kremalı pastalarda *Listeria* türlerinin varlığının belirlenmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 17(1-2), 93-97.

**Aslan, N. (2021).** Pasta ve Unlu Mamüller. İçinde: Seçim, Y., Bayrakçı S. (Ed.), *İleri Mutfak Bilimleri* (ss. 127-151). Ankara: Detay Yayıncılık.

**Atan, R. (2017).** Dünden bugüne pastanın masalsı tarihi. <https://gastromanya.com/dunden-bugune-pastanin-masalsi-tarihi/>

**Coşkun, R., Altunışık, R., Yıldırım, E. (2019).** Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, SPSS Uygulamalı. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

**Değirmenci-Gündoğmuş, H. (2018).** Determination of reading comprehension levels of fourth grade students in terms of some variables. *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 738-743.

**Demir, G. (2008).** Yükselen Hizmet Pazarlaması Uygulaması Olarak Butik Pastane İşletmeciliği ve İstanbul'daki Butik Pastaneler Üzerine Kapsamlı Bir Araştırma. Doktora Tezi, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Dizlek, H. (2013).** Kremalı kek (yaş pasta) bileşenleri ve üretimi. *Dünya Gıda*, 6, 77-86.

**Dokuzcan, B.D. (2019).** Pastacılıkta Yumurta İkamesi Olarak Nohut Suyu Kullanımı ve Yumurtasız Pandispanya Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Ekinci, A. (2018).** Pastanın da bir tarihi var. <https://www.foodtime.com.tr/makale/pastanin-da-bir-tarihi-var-m264.html>

**Friberg, B. (2002).** The Professional Pastry Chef: Fundamentals of Baking and Pastry. New York: John Wiley & Sons.

**Gönül, Ö. (2017).** Pastacılıkta kullanılan kremlerinin kalitesi. *Aydın Gastronomy*, 1(2), 57-66.

**Humble, N. (2010).** Cake: A Global History. London: Reaktion Books.

- Karabudak, E., Başoğlu, S., Turnagöl, H., Özbay-Bedir, G., Türközü, D. (2013).** Pastacılık ürünlerinin enerji ve besin değerleri ile diyet değişim listelerindeki karşılıklarının değerlendirilmesi. *Gıda*, 38(4), 231-238.
- Karasar, N. (2006).** Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kaya, Z., Şahin, M. (2013).** Meslek Yüksek Okulları İçin Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Kısa, Ö., Albay, A., Erol, İ., Sırıken, B., Esin, N., Gün, H., Yurtyeri, A. (1996).** Kremalı pastalardan izole edilen koagülaz (+) stafilokokların enterotoksin oluşturma özelliklerinin Vidas yöntemiyle belirlenmesi. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 43, 405-411.
- Kozak, M. (2018).** Bilimsel Araştırma. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kronld, M. (2011).** Sweet Invention: A History of Dessert. Chicago: Chicago Review Press.
- Nalbant-Aydın, İ. (2013).** Yeni Pazarlama Stratejileri Bağlamında Butik Pastacılık Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öksüztepe, G., Patır, B., Çalıcıoğlu, M., İlhak, O.İ., Dikici, A. (2010).** Elazığ'da satılan kremalı pastalarda *E. coli O157:H7*'nin varlığı. *Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 16(2), 307-311.
- Sancak, Y.C., İşleyici, Ö., Elibol, C., Ekici, K. (2002).** Van'da tüketime sunulan kremalı pastalarda *Listeria* türlerinin varlığının belirlenmesi. *Yüziüncü Yıl Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 13(1-2), 8-11.
- Tuğcu, E.D. (2018).** Chef Duygu Tuğcu'yla Butik Pastacılık. İstanbul: Rumuz Yayınevi.
- Wilson, C. (2005).** Wedding cake: A slice of history. *Gastronomica*, 5(2), 69-72.



# Kapadokya Bölgesine Gelen Ziyaretçilerin Coğrafi İşaretli Ürünleri Bilme Durumlarının Gastronomik Destinasyon Algısı Üzerindeki Etkisi<sup>1</sup>

**Firdevs YÖNET EREN**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
fyonet@nevsehir.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-8912-0786

**Aybuke CEYHUN SEZGİN**

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
aybuke.ceyhun@hbv.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-1068-9940

Geliş tarihi / Received: 26.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.03.2022

## Öz

Bu araştırma, Kapadokya Bölgesi'ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumlarının gastronomik destinasyon algıları üzerinde etkili olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Mevcut araştırmanın evrenini, 2018 yılı Nisan-Ağustos ayları arasında coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin bulunduğu ve sınırları Kapadokya Bölgesi'nde yer alan Kayseri ve Nevşehir illerine gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. Örneklem çapı ise ziyaretçilerden kolayda örnekleme yoluyla seçilen 441 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen istatistik verilerle ilişkin tanımlayıcı istatistiklere bakılmış, veriler basit regresyon analizi ve korelasyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda Kapadokya Bölgesi'ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumları ile gastronomik destinasyon algıları arasında istatistik olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi işaret, gastronomi turizmi, Kapadokya bölgesi

## The Effect of Geographical Indication Product Knowledge of Visitors to Cappadocia on The Gastronomic Destination Perception

### Abstract

This research was carried out to determine whether the visitors who come to the Cappadocia Region know registered products with geographical indication have an impact on their perception of gastronomic destinations. The population of the research consists of visitors coming to Kayseri

<sup>1</sup> Bu makale "Coğrafi İşaret İle Tescilli Ürünlerin Gastronomik Destinasyonlara Etkisi: Kapadokya Bölgesi'nde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

and Nevşehir provinces, which have products with a geographical indication and whose borders are located in Cappadocia Region between April and August 2018. The sample consists of 441 participants selected through convenience sampling method. In the research, a questionnaire form was used as a data collection tool. Descriptive statistics related to the data obtained in the study were examined. The data were analyzed using simple regression analysis and correlation analysis. As a result of the research, it has been determined that there is a statistically significant and positive relationship between visitors' knowledge of geographically registered products and their perceptions of gastronomic destinations.

**Keywords:** *Geographical indication, gastronomic tourism, Cappadocia region*

## **Giriş**

Dünyada nüfusun artması ve sosyoekonomik değişmelerin ortaya çıkması sonucunda insanların alışkanlıkları, ihtiyaçları ve zevkleri farklılaşmış ve bununla beraber tüketim tercihleri değişiklik göstermeye başlamıştır. Tarım, gıda ve diğer temel ihtiyaçların üretimi için yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanan yeni teknolojiler, yöresel ürünlerin talep edilmesini ve önemini artırmıştır (Şahin ve Meral, 2012). Günümüzde yöresel ürünlerin farklılıklarının ortaya çıkarılması ve bu ürünlerin denenmesinin yaygınlaştırılması sonucu ziyaretçiler yöresel gastronomik ürünlere sahip ülke veya bölgeleri tercih etmeye başlamışlardır.

Yöresel gastronomik ürünler, destinasyonların tanıtımında önemli bir araçtır (Aydoğdu, Özka-ya-Okay ve Köse, 2016). Yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin ait olduğu coğrafyada yaşayan yerel halka özgü deneyim ve becerilerle üretilmesi ve sunulması, destinasyonun ziyaretçiler tarafından diğer destinasyonlara göre farklı algılanmasına sebep olmakta ve tercih edilebilirliğini arttırmaktadır (Bucak ve Ateş, 2014; Çolak, 2009; Du Rand ve Heath, 2006). Bu sebeple bir destinasyon turizm gelirlerini artırmak istiyorsa bölgenin sahip olduğu gastronomik ürünleri çekicilik unsurlarının başında ön plana çıkarmalıdır. Yani destinasyonların gastronomi

turizmine daha fazla önem vermesi gerekmektedir (Bucak ve Ateş, 2014; Cohen ve Avieli, 2004; Du Rand, Heath ve Alberts, 2003).

Destinasyonların, belirli bir yörede üretilen gastronomik ürünlerinin doğallığını ve kalitesinin sürdürülebilirliğini koruma altına almak için coğrafi işaret sistemini kullanmaları önemlidir. Coğrafi işaretler, ürünün kaynaklandığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti altına almaları, ürünün bilinirliğini ve katma değerini arttırmaları; buldukları bölgeye ekonomik katkı sağlamaları, üretici ve tüketicileri koruma altına almaları açısından önemli bir rol üstlenmektedir (Akın, 2006). Ayrıca coğrafi işaretler, yöresel ürünleri ve özellikleri ortaya çıkarmakta, yöreye özgü gastronomik ürünleri markalaştırmakta, üreticinin gelirin, bölgenin kırsal turizmine ve kırsal nüfus için iş olanaklarının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008). Coğrafi işaretleme sistemi, geleneksel üretimi teşvik ettiğinden, geleneksel yaşam kültürünü ve bu kültürün sunduğu yöresel ürünleri ve lezzetleri koruyup tanıtarak ait olduğu bölgedeki destinasyona turist çekmede ve destinasyonun gastronomi turizmi açısından gelişmesinde önemli bir etkidir (Durlu Özkaya, Sünnetçi-oğlu ve Can, 2013).

Son yıllarda istek ve beklentileri değişen ziyaretçiler, özel ilgi alanlarını yansıtan ürünlerin bulunduğu destinasyonları daha fazla tercih etmeye başlamışlardır. Bu yüzden ziyaretçiler artık deniz, kum ve güneş üçlüsü yerine destinasyonlara ait yöresel ürünleri merak ederek gastronomi amaçlı seyahatler gerçekleştirmektedir. Yerel kültürün önemli bir parçası olan yöresel ürünler, üretildiği yöre ile aralarında güçlü bir bağ olmasından dolayı son zamanlarda destinasyon çekicilik unsuru haline gelmeye başlamıştır. Bu yöresel ürünleri taklitlerine karşı korumak ve hangi yöreye ait olduğu karmaşasını önlemek amacıyla yapılan coğrafi işaretleme sistemi sayesinde yöresel ürünler koruma altına alınmaktadır. Destinasyonlar için önemli olan bu ürünlerin unutulmasını engellemek amacıyla coğrafi işaret ile koruma altına alınması ve sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Yöresel ürünlerin korunup geliştirilmesi, turizm sektörü ve ülke tanıtımına katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret ile tescillenen ürünler sayesinde destinasyon gastronomik özellik kazanarak diğer bölgelere göre rekabet üstünlüğü sağlayabilecektir.

Doğal güzellikleri ile ön plana çıkan Kapadokya Bölgesi, bulunduğu coğrafi konum itibarıyla turizm açısından önemlidir. Yeme içme kültürü bakımından kendine özgü ayırt edici özellik ve farklılıklara sahip olan bölge, zengin bir çeşitliliğe sahiptir ancak gastronomi turizmi açısından hak ettiği değeri görememektedir. Konu ile ilgili yapılan literatür taraması sonucu Türkiye’de coğrafi işaretler ile ilgili birçok çalışma yürütüldüğü görülmüş ancak Kapadokya Bölgesi’nin kapsadığı illeri içine alan bu tarz çalışmaya rastlanılmamıştır. Kapadokya Bölgesi’nde daha önce böyle bir çalışmanın yapılmamış olması, literatürdeki boşluğu doldurabilmesi ve ileride yapılacak çalışmalara yol gösterebilmesi açısından önemlidir. Yerli ve yabancı birçok turisti çeken ve

çalışmaya konu olan Kapadokya Bölgesi’ne ait 2018 yılında 8 adet coğrafi işaret ile tescillene ve 2 adet tescil başvuru aşamasında olan ürün bulunmaktadır. Ancak 2022 verilerine bakıldığında araştırmanın yapıldığı Nevşehir ve Kayseri illeri sınırları içerisinde 13 adet coğrafi işaret ile tescillenen ve 12 adet başvuru aşamasında olan ürün yer almaktadır. Bu araştırmanın temel amacı; Kapadokya Bölgesi’ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumlarını tespit edilmesi, bölgeye ait ve özgün nitelikleri ile taklit edilemeyen coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyonun oluşmasında, gelişmesinde ve nitelik kazanmasında etkili olup olmadığının incelenmesidir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

## **Kavramsal Çerçeve**

### **Gastronomi Turizmi Kavramı**

Gastronomi turizmi; ilk ortaya çıktığı zamandan beri “mutfak turizmi”, “yiyecek içecek turizmi” veya “tadım turizmi” olarak ifade edilmektedir. Fakat en kapsamlı ifade şekli olarak gastronomi turizmi teriminin kullanıldığı görülmektedir (Türkay ve Genç, 2017). İfade edilen bu terimler genel olarak “turistleri seyahate güdüleyen temel faktörlerin yerel yiyecek ve içeceklerin olduğu destinasyonlara yönelik yaptıkları geziler” şeklinde açıklanabilmektedir (Gökdeniz, Erdem, Dinç ve Çelik Uğuz, 2015). Hall ve Mitchell (2001), gastronomi turizmini, turistlerin birinci seyahat motivasyonunun bir yiyecek veya içeceği tatmak veya özel bir yemeğin yapımını görmek, yiyecek üreticilerine, yemek festivallerine, restoranlara ve özel üretim yerlerine yapılan ziyaretler olarak açıklamaktadır. Richards (2002) ise gastronomi turizmini, turistlerin yemeklerin hazırlanması, pişirilmesi ve içerik hakkında bilgi sahibi olabilmeleri, bu

sayede kendilerini geliştirebilmeleri ve yeme içme geleneklerinin içerisinde nasıl yer aldığını görmeleri açısından gitgide büyüyen ve yaratıcı bir sektör olarak tanımlamıştır.

### **Coğrafi İşaret Kavramı**

Coğrafi işaret kavramı, “belirli bir alandan kaynaklanan bir ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri bakımından coğrafi kaynağına atfedilen, bir bölgeyi temsil eden sınaî mülkiyet hakkıdır” şeklinde tanımlanabilmektedir (Ilıcalı, 2005). Başka bir ifadeyle; belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaret olarak açıklanmaktadır (Ceyhun-Sezgin, 2016; Ertan, 2010; Giray, Özkan ve Oran, 2012; Nizam, 2011). Coğrafi işaretlemeye konu olan unsurlar, bir bölgeye özgü tarım ürünleri, el sanatı veya gıda ürünleri gibi farklı niteliğe sahip birçok yöresel ürünleri kapsamaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2022).

### **Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomik Destinasyon Üzerindeki Önemi**

Son yıllarda turizm hareketleri kapsamında kültürel ve geleneksel değerlerin önemi gitgide artmaktadır. Bu yüzden turistler, yerel kültür ve değerlerini kaybetmemiş ve bunu koruyan destinasyonları tercih etmeye başlamıştır. Bu hareketlilik kapsamında yöresel ürünlerin korunması ve ön plana çıkarılmasının önemli bir husus olduğu bilinmektedir (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2012; Mercan ve Üzülmmez, 2014). Bu yüzden gastronomi turizmi açısından hem dünyada hem de Türkiye’de önemli olan yöresel ürünler arasındaki karışıklığı önlemek için hazırlanan yasa ile turistik değer taşıyan bu ürünler, coğrafi işaretleme adı altında korumaya alınmaktadır (Orhan, 2010).

Türkiye’de kırsal alanların fazla olması ve kültürel, yerel değerler açısından zengin olması, ülke için coğrafi işaret sistemini önemli hale getirmektedir. Coğrafi işaret sistemi, yerel değerler ile geleneksel mirası koruma altına almaktadır. Böylece bölgelerin tarımsal faaliyetleri desteklenebilmektedir. Coğrafi işaret alan ürünler, yetiştiği veya üretildiği destinasyonun tanıtımına katkı sağlamakta (Şentürk, 2011), ürünün kökeni ile olan kuvvetli bağından dolayı tüketicilerin ürünün ait olduğu coğrafyaya yönelmesini sağlayarak gastronomi turizminin canlanmasına katkıda bulunmaktadır.

Özgün coğrafi kökene sahip olan ve tescil alan yöresel ürünler, gastronomik destinasyonun imajını güçlendirmekte, markalaşmayı ve bölgesel turizmin güçlü hale gelmesini sağlamaktadır. Özellikle yöresel ürünlere merak duyan turistler açısından coğrafi işarete sahip ürünlerin olduğu bölgeler destinasyon tercih sebebi haline gelerek bölgesel ve kırsal kalkınmaya yaptığı katkılardan dolayı önem taşımaktadır (Alonso ve Liu, 2011; Green ve Dougherty, 2008; Hall, Sharples, Mitchell, Macionis ve Cambourne, 2003).

Gastronomi turizmine ilişkin gerçekleştirilen faaliyetlerin başında yemek etkinlikleri gelmektedir. Bölgelerin yerel mutfak kültürlerini ve yöresel ürün üretim tekniklerini korumada ve bu kültürleri turistlere aktarmada pazarlama faaliyetleri ve politikalarını belirlemede coğrafi işaretli ürünlerin önemli fonksiyonları bulunmaktadır. Coğrafi işaret ile tescilli ürünler, kaliteyi garantilemekte ve ürünün bilinirliğini ve katma değerini artırarak bölgenin ekonomisine katkı sağlamaktadır (Ceyhun-Sezgin, 2016).

Yapılan çeşitli çalışmalarda; coğrafi işaretlerin turizm gelirlerine pozitif katkı sağladığı, yeni iş imkânlarının ortaya çıkması ve bölgesel tanıtım olumlu etkilerinin olduğu vurgulanmıştır

## Konu ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Kan'ın (2011) yaptığı çalışmada; coğrafi işaret almış olan Akşehir Kirazı için üreticiler, firmalar, kamu ve özerk kuruluşlar, meyve-sebze komisyoncuları paydaş olarak seçilmiştir. Araştırma sonucunda; işletmelerin %48'inin, meyve-sebze komisyoncularının %72'sinin, firmaların ise %7'sinin coğrafi işaret kavramını bildikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca paydaşlar, coğrafi işaret sisteminden ilk olarak ürünlerin fiyatının artmasını, daha sonra ürün tanıtımı ve ürünlerin korunmasını beklemektedir. Coğrafi işaret sisteminin destinasyona etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın sonucunda paydaşların beklentilerinin karşılanmadığı tespit edilmiştir.

Bulut (2013), SWOT analizi yöntemi ile Ezine Peyniri üretimi gerçekleştirilen kırsal alanda mevcut durum analizi yapmış ve çalışma kapsamında, Ezine Peyniri coğrafi işaret alanının potansiyel ekonomik kaynaklar açısından zenginlik ve çeşitlilik gösteren bir yapıya sahip olduğu ancak mevcut kaynakların yeterince değerlendirilemediği tespit edilmiştir.

Meral ve Şahin'in (2013) Kahramanmaraş ilinde yerel halkın coğrafi işaret almış ürünlere karşı tutum ve davranışlarını belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada; yerel halkın %76,3'ünün coğrafi işaret almış ürünler ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca yerel halkın %86,2'si Gemlik Zeytinini tüketmekte ve %58,9'unun coğrafi işaret alan bir ürüne fazla ücret ödeyebileceği ve coğrafi işaret alan Gemlik Zeytinine %29,8 daha fazla ödeyebilecekleri tespit edilmiştir. Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu'nun (2014) Van Otlı Peynirinin özelliklerini belirlemek ve geleneksel üretim yöntemlerini tespit ederek coğrafi işaretlemeye katkısını belirlemek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışma sonucunda insanlar, Van Otlı Peynirinin ilin tanıtımına ve turizm sektö-

rüne katkı sağlayacak ve yerel ekonomiyi destekleyecek bir ürün olduğunu düşünmektedirler.

Oğuz (2016) tarafından yapılan araştırma, Siirt'e gelen turistlerin coğrafi işaret almış ürünlere ilişkin görüşlerinin belirlenmesi ve bu ürünlerin turizm ürünü olarak kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların %81,9'unun coğrafi işaretin kişilere ve destinasyona katkısının bulunabileceğini düşündükleri tespit edilmiştir.

Karakulak'ın (2016) yaptığı çalışmada, coğrafi işaretleme ile gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü incelenmiştir. Araştırma sonucunda, bölgeye özgü gastronomik ürünlerin coğrafi işaret almış olmasının gastronomik kimlik oluşturmada etkili olduğu ve Trakya Bölgesi'nin çoğunluklu gastronomik ürünleri ile tanındığı, fakat coğrafi işaretleme almış olan gastronomik ürünlerin tanıtımının destinasyonlarda tam anlamıyla yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keskin'in (2019) coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına yaptığı etkileri araştırdığı çalışmada, coğrafi işaretli ürünlerin destinasyonların pazarlanmasında daha çok kullanılmasının destinasyonlar açısından olumlu etkilere yol açacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Temiz (2019) tarafından yapılan çalışmada, Konya'da bulunan coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda, coğrafi işaret ürünü olgusunun gastronomi turizmini etkilemediği ancak coğrafi işaret kavramının bilinirliğinin gastronomi turizmi üzerinde anlamlı ve pozitif bir fark ortaya koyduğu gözlenmiştir. Duman (2019), kayak turistlerinin coğrafi işaretli ürün algısı için Kastamonu ilinde yaptığı

araştırma sonucunda coğrafi işaretlerin bölge ekonomisine katkı sağladığı, bölgenin turizm potansiyelini artırdığı ve bölge için bir tanıtım aracı olarak kullanılabileceği ortaya çıkmıştır.

## **Yöntem**

### **Evren ve Örneklem**

Bu araştırmanın evrenini, Kapadokya Bölgesi'ne gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. Araştırmada Kapadokya Bölgesi'ne ait coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyona etkisi incelendiği için evren, Kayseri ve Nevşehir illerine gelen ziyaretçilerle sınırlandırılmıştır. Çalışma evreni olarak bu illerin seçilmesinin sebebi, coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünlere sahip olmaları ve il sınırlarının tamamının Kapadokya Bölgesi içinde yer almasıdır.

Nevşehir Valiliği'nden elde edilen verilere göre, 2017 yılında Nevşehir'e 2.206.372 ziyaretçi gelmiştir. Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden elde edilen verilere göre, 2017 yılı Ocak-Ağustos ayları arasında Kayseri'ye 169.122 ziyaretçi gelmiştir (Nevşehir Valiliği, 2022; Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). Evren büyüklüğü 2.375.494 olduğundan örneklem sayısını belirlemede Yamane (2001) örneklem formülünden yararlanılmış ve örneklem çapı 384 olarak belirlenmiştir. 2018 yılı Nisan ve Temmuz ayları arasında Nevşehir ve Kayseri illerine gelen ziyaretçiler arasından kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 441 ziyaretçiye ulaşılmıştır. Araştırma kapsamına alınan illerden seçilen örneklem sayısı Kayseri'de 145 ve Nevşehir'de 296 olarak belirlenmiştir.

### **Veri Toplama Aracı**

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, Gazi Üniversitesi Rektörlüğü Etik Komisyonu'ndan 08/05/2018 tarih ve 77865 no.lu karar ile gerekli izin alınmıştır. Araştırmada kullanılan ifadeleri/soruları içeren anket formu daha önce konu ile ilgili yapılan çalışmalardan (Kan, 2011; Karakulak, 2016; Meral, 2013; Mercan ve Üzülmöz, 2014; Oğuz, 2016; Zuluğ, 2010) ziyaretçilerin kolay anlayabileceği şekilde uyarlanarak hazırlanmıştır. Bazı sorular literatürden destek alınarak bireysel olarak hazırlanmış ve konuyla ilgili akademisyenlerden uzman görüşü alınmıştır. Anket formu hazırlandıktan sonra anlaşılmayan ifadelerde düzeltme ve eklemeler yapılabilmesi için Kapadokya Bölgesi'ne gelen 40 ziyaretçiden toplanan veriler ile pilot çalışma yapılmıştır. Araştırma kapsamında 455 anket uygulanmış ancak anket formlarından bir kısmında eksik bilgi veya aynı işaretlemeler yapıldığından 441 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmaya katılan ziyaretçilerin demografik özelliklerini içeren sorular yer almaktadır. Bu sorular; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim seviyesi, meslek grubu ve gelir seviyesidir. Ayrıca ziyaretçilerin bölgeye gelme sıklığı, ziyaret sebebi, bölgeye ait coğrafi işaretli gastronomik ürünleri tanıma ve tüketme durumları ile tüketme sebeplerine ilişkin toplam 11 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde, ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumunu tespit etmeye yönelik 12 ifade 5'li likert şeklinde hazırlanmıştır. Üçüncü bölümde ise coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon algısına etkisini belirlemeye yönelik 23 ifade,

5’li likert şeklinde yer almaktadır. Likert ölçeği ise “1-Kesinlikle Katılıyorum, 2-Katılıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde derecelendirilerek anket formu hazırlanmıştır.

### Araştırma Hipotezi

Araştırma hipotezleri literatür taraması sonucunda ve bu araştırmanın yapısına uygun olarak oluşturulmuştur. Araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibidir.

**H<sub>1</sub>:** Ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumunun gastronomik destinasyon algısı üzerinde etkisi vardır.

### Verilerin Analizi

Elde edilen veriler, bilgisayar ortamında istatistik paket programına aktarılarak analiz edilmiştir. İlk aşamada anket formunda yer alan demografik özelliklere ait frekans ve yüzde dağılımlarının analizleri yapılmış ve ölçeklere ait standart sapma ve genel ortalama gibi bazı tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. İkinci aşamada, verilerin basıklık ve çarpıklık düzeyleri kontrol edilerek, değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumunun gastronomik destinasyon algısı üzerindeki etkisi basit regresyon analizi ile test edilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Güvenilirlik Katsayıları

Kullanılan Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha ( $\alpha$ )
Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bilinme Durumu	12	0,89
Gastronomik Destinasyon Algısı	23	0.95

### Bulgular

#### Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlikleri ve Geçerlilikleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alpha (Alfa Katsayısı) katsayısı kullanılarak test edilmiştir. Kullanılan ölçeklere ait ifade sayıları ve güvenilirlik kat sayıları (Cronbach Alpha) Tablo 1’de verilmektedir. Araştırmalarda kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir güvenilirlik katsayılarının 0.70 ve üzerinde olması gerekmektedir (Peterson, 1994). Tablo 1’de görüldüğü üzere, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik katsayılarının yüksek ve

tatmin edici düzeyde ( $\alpha > 0.70$ ) olduğu belirlenmiştir.

#### Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Demografik Özelliklerine ait Bilgiler

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %57,6’sının kadın, %42,4’ünün ise erkek olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçilerin %66,4’ünün 25 yaş ve altı olduğu ve %2’sinin 56 ve üzeri yaş olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan ziyaretçilerin çoğunluğunun genç olması sosyalleşmenin etkisiyle farklı kültürleri öğrenme ve seyahat etme isteklerinin fazla olmasından kaynaklandığı söylenebilir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	n	%	
Cinsiyet	Kadın	254	57,6
	Erkek	187	42,4
Yaş	25 ve altı	293	66,4
	26-35	87	19,7
	36-45	32	7,3
	46-55	20	4,5
	56 ve üzeri	9	2,0
Medeni Durum	Evli	108	24,5
	Bekar	333	75,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	14	3,2
	Lise	95	21,5
	Ön lisans	205	46,5
	Lisans	102	23,1
	Lisansüstü	25	5,1
Meslek	Memur	54	12,2
	Ev Hanımı	14	3,2
	Esnaf	21	4,8
	Özel Sektör Çalışanı	82	18,6
	Öğrenci	242	54,9
	Emekli	12	2,7
	Diğer	16	3,6
Gelir Durumu	0-1500	206	46,7
	1501-2500	98	22,2
	2501-3500	62	14,1
	3501-5000	49	11,1
	5000 ve üstü	26	5,9
Toplam	441	100	

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin %75,5'inin bekâr, %24,5'inin ise evli olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından değerlendirildiğinde ziyaretçilerin %46,5'inin ön lisans mezunu, %3,2'sinin ise ilköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçilerin meslek grupları incelendiğinde; %18,6'sının özel sektör çalışanı, %3,2'sinin ev hanımı, %54,9'unun öğrenci olduğu görülmüştür. Öğrenci sayısının fazla olma nedeni olarak, yörelere turistik amaçlı düzenlenen turların öğrenciler tarafından daha fazla rağbet görmesi söylenebilir (Tablo 2).

### **Ziyaretçilerin Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürünleri Bilme Durumlarına İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi**

Katılımcıların coğrafi işaretli ürünleri bilme durumu ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere Tablo 3'de yer verilmiştir.

Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünleri bilme durumuna yönelik ankette yer alan ifadeler verdikleri cevaplardan; coğrafi işaret ile tescilli ürünün geleneksel üretim yöntemleri ile



üretilmesi ( $\bar{x}=3,69\pm 1,10$ ), ürünün el yapımı olması ( $\bar{x}=3,66\pm 1,12$ ), üretiminin zahmetli olması ( $\bar{x}=3,61\pm 1,14$ ) ifadelerinin yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmüştür. Katılımcıların coğrafi işaretli ürünlerin yörelere ait ürünleri ifade ettiğini bilmeleri ürünlerin yapımının zahmetli olduğunu ve yerel halk tarafından el işçiliği ile yapıldığını düşündürmektedir. Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünleri bilme durumuna yönelik ankette yer alan ifadelere verdikleri cevaplardan; coğrafi işaret ile tescilli ürünün yüksek fiyatlı olması ( $\bar{x}=3,38\pm 1,14$ ), bağımsız

bir denetleme yapılması ( $\bar{x}=3,33\pm 1,10$ ) ve fabrikasyon olması ( $\bar{x}=3,09\pm 1,29$ ) ifadelerinin düşük ortalamalara sahip olduğu görülmüştür.

Katılımcılar coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin çoğunlukla el yapımı olduğunu düşündüklerinden ürünlerin fabrikasyon olması ifadesinin düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünleri bilme durumunu tespit etmeye yönelik ifadelerin genel ortalamasının iyi seviyede ( $\bar{x}=3,50\pm 0,79$ ) olduğu belirlenmiştir (Tablo 3).

**Tablo 3.** Katılımcıların Coğrafi İşaretli Ürünleri Bilme Durumu

Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürün	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		$\bar{X}$	SS
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
	1.Ait olduğu coğrafyada üretildiğini ifade eder.	72	16,3	49	11,1	48	10,9	177	40,1	95		
2.Yöreye ait hammaddeler ile üretildiğini ifade eder.	20	4,5	77	17,5	67	15,2	179	40,6	98	22,2	3,58	1,14
3.Bağımsız bir denetleme yapıldığını ifade eder.	22	5,0	81	18,4	136	30,8	130	29,5	72	16,3	3,33	1,10
4.Hileli olma ihtimalinin düşük olduğunu ifade eder.	30	6,8	69	15,6	79	17,9	179	40,6	84	19,0	3,49	1,16
5.Sağlıklı olduğunu ifade eder.	25	5,7	51	11,6	105	23,8	175	39,7	85	19,3	3,55	1,09
6.Daha lezzetli olduğunu ifade eder.	25	5,7	52	11,8	95	21,5	168	38,1	101	22,9	3,60	1,12
7.Yüksek fiyatlı olduğunu ifade eder.	23	5,2	79	17,9	132	29,9	118	26,8	89	20,2	3,38	1,14
8.Geleneksel üretim yöntemleri ile üretildiğini ifade eder.	23	5,2	43	9,8	87	19,7	180	40,8	108	24,5	3,69	1,10
9.El yapımı olduğunu gösterir.	26	5,9	45	10,2	85	19,3	179	40,6	106	24,0	3,66	1,12
10.Yapımının zahmetli olduğunu gösterir.	33	7,5	39	8,8	92	20,9	177	40,1	100	22,7	3,61	1,14
11.Üründe çeşitlilik sağlar.	30	6,8	46	10,4	89	20,2	181	41,0	95	21,5	3,60	1,13
12.Fabrikasyon olduğunu ifade eder.	64	14,5	84	19,0	112	25,4	106	24,0	75	17,0	3,09	1,29
<b>Toplam</b>											<b>3,50</b>	<b>0,79</b>

**Tablo 4.** Katılımcıların Gastronomik Destinasyon Algısına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürün	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		$\bar{X}$	ss
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
	1.Kapadokya Bölgesi'nin tanıtımında önemlidir.	59	13,4	33	7,5	34	7.7	192	43.5	123		
2.Kapadokya Bölgesi'nin ekonomisini güçlendirir.	38	8,6	43	9,8	41	9.3	188	42.6	130	29.5	3.81	1.85
3.Kapadokya Bölgesi'ni cazip hale getirir.	36	8,2	34	7,7	58	13.2	187	42.4	126	28.6	3.75	1.18
4.Kapadokya Bölgesi'ne gastronomik amaçlı ziyaret edilme sıklığını artırır.	27	6,1	45	10,2	75	17.0	170	38.5	124	28.1	3.72	1.15
5.Kapadokya Bölgesi'nin kimlik kazanmasını sağlar.	22	5,0	39	8,8	74	16.8	180	40.8	126	28.6	3.79	1.10
6.Kapadokya Bölgesi'ne turizm yatırımlarının yapılmasını sağlar.	21	4,8	37	8,4	83	18.8	178	40.4	122	27.7	3.77	1.08
7.Kapadokya Bölgesi'nde düzenlenen sosyal etkinlik (festival, şölen vb.) faaliyetlerini artırır.	21	4,8	52	11,8	60	13.6	189	42.9	119	27.0	3.75	1.11
8.Diğer bölgelere göre rekabet üstünlüğü sağlar.	21	4,8	40	9,1	89	20.2	176	39.9	115	26.1	3.73	1.08
9.Kapadokya Bölgesi'nin yerli turist sayısını artırır.	22	5,0	39	8,8	77	17.5	178	40.4	125	28.3	3.78	1.10
10.Kapadokya Bölgesi'nin yabancı turist sayısını artırır.	23	5,2	40	9,1	80	18.1	175	39.7	123	27.9	3.75	1.11
11.Konaklama hizmetlerinde çeşitlenmeyi sağlar.	24	5,4	47	10,7	78	17.7	185	42.0	107	24.3	3.68	1.11
12.Ulaştırma hizmetlerinde çeşitlenmeyi sağlar.	25	5,7	48	10,9	89	20.2	175	39.7	104	23.6	3.64	1.12
13.Kapadokya Bölgesi'nin gastronomik açıdan bilinirliğinin artırır.	22	5,0	45	10,2	70	15.9	201	45.6	103	23.4	3.72	1.08
14.Üreticiler arasında birlik olmayı sağlar.	17	3,9	38	8,6	100	22.7	194	44.0	92	20.9	3.69	1.01
15.İstihdam olanaklarını artırır.	22	5,0	45	10,2	70	15.9	206	46.7	98	22.2	3.70	1.07
16.Kapadokya Bölgesi'ndeki tarım sektörünün gelirlerini artırır.	27	6,1	31	7,0	79	17.9	189	42.9	115	26.1	3.75	1.10
17.Kapadokya Bölgesi'ndeki hayvancılık sektörünün gelirlerini artırır.	22	5,0	46	10,4	90	20.4	169	38.3	114	25.9	3.70	1.11

18.Gastronomi turizmini olumlu yönde etkiler.	18	4,1	30	6,8	79	17.9	186	42.2	128	29.0	3.85	1.04
19.Destinasyon imajını olumlu yönde etkiler.	19	4,3	41	9,3	84	19.0	189	42.9	108	24.5	3.73	1.06
20.Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımını sağlar.	20	4,5	30	6,8	73	16.6	196	44.4	122	27.7	3.83	1.04
21.Ziyaretçilerin konaklama süresini artırır.	17	3,9	37	8,4	83	18.8	184	41.7	120	27.2	3.80	1.05
22.Turizm faaliyetlerinde süreklilik sağlar.	13	2,9	35	7,9	73	16.6	193	43.8	127	28.8	3.87	1.01
23.Yerel halka ekonomik katkı sağlar.	21	4,8	19	4,3	57	12.9	179	40.6	165	37.4	4.01	1.05
Toplam											3,78	0,83

### Ziyaretçilerin Gastronomik Destinasyon Algısına İlişkin Bulguların Değerlendirilmesi

Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon algısını belirlemeye yönelik ifadelerine verdikleri cevaplardan; coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin yerel halka ekonomik katkı sağlaması ( $\bar{x}=4,01\pm 1,05$ ), turizm faaliyetlerinde süreklilik sağlaması ( $\bar{x}=3,87\pm 1,01$ ) ve gastronomi turizmini olumlu yönde etkilemesi ( $\bar{x}=3,85\pm 1,04$ ) ifadelerinin yüksek ortalamalara sahip olduğu görülmüştür (Tablo 4).

Güzel-Şahin ve Ünver (2015), gastronomi turizminin İstanbul'da yarattığı ekonomik etkilerini inceledikleri bir çalışmada, katılımcıların %16'sının gastronomi turizminin bölgesel kalkınmaya katkı sağladığını düşündüklerini belirtmişlerdir. Bu çalışmada katılımcıların ifadelerine verdiği cevaplardan genel ortalamasının yüksek seviyede çıkması, coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin yerel halka ekonomik açıdan katkı sağladığını doğrulamaktadır. Gastronomi turizminin turist deneyimini artırma ve bir destinasyonun markalaşarak pazarlamasına katkı sağlama potansiyeli söz konusudur (Rand, Heath ve Alberts, 2003). Yapılan birçok çalışmada, turistlerin tercih ve ilgilerinin artmasında destinasyonun sahip olduğu yemek kültürünün etkili olduğu vurgulanmaktadır (Bessiere, 1998;

Cohen ve Avieli, 2004; Long, 2004; Richards, 2002). Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, diğer çalışma sonuçları ile örtüşmektedir. Yöreye özgü coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin sürekliliğinin sağlanması destinasyona ait gastronomi turizmini olumlu yönde etkileyeceği ifade edilebilir. Karakulak'ın (2016) yaptığı bir çalışmada, ziyaretçilerin çoğunluğunun yöreye özgü gastronomik ürünlerin coğrafi işaret ile tescillenmesinin bölgenin turizmini canlandırdığını belirtmişlerdir. Bezirgan ve Koç'un (2014) Cunda Adası'nda yaptıkları bir çalışmada, yöreye özgü gastronomik ürünlerin destinasyon tanıtımında önemli bir unsur olduğunu vurgulamışlardır. Yapılan bu araştırma sonucu ile ziyaretçilerin bu düşüncülerine dayanarak coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünlerin tanınması ve daha fazla tercih edilmesi ile turizmi canlandıracağı ve böylece gastronomik faaliyetlerde süreklilik sağlanabileceği düşünülmektedir.

Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon algısını belirlemeye yönelik ifadelerine verdikleri cevaplardan; coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin üreticiler arasında birlik olmayı sağlaması ( $\bar{x}=3,69\pm 1,01$ ), konaklama hizmetlerinde çeşitlenmeyi sağlaması ( $\bar{x}=3,68\pm 1,11$ ) ve ulaştırma hizmetlerinde çeşitlenmeyi sağlaması ( $\bar{x}=3,64\pm 1,12$ ) ifadelerinin düşük ortalamalara sahip olduğu görülmüştür (Tablo 4). Yöreye özgü ürün coğrafi işaret ile

tescillendiğinde o ürünün tek bir standarda göre üretilmesi zorunluluğu üreticiler arasında birlik olmayı sağlayabilir.

Katılımcıların coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon üzerindeki algı durumlarını belirlemeye yönelik ifadelerin genel ortalamasının iyi seviyede ( $\bar{x}=3,78\pm 0,83$ ) olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular ışığında, yöreye özgü coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyonlara sağladığı katkıların oldukça önemli olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünlerin ait olduğu coğrafyanın özelliklerini içermesi

göz önüne alındığında destinasyonun gastronomik özellik kazanmasında önemli bir yerinin olduğu söylenebilir.

### Ziyaretçilerin Coğrafi İşaret ile Tescilli Ürünleri Bilme Durumlarının Gastronomik Destinasyon Algıları Üzerindeki Etkiye İlişkin Korelasyon ve Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumu ile gastronomik destinasyon algısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı korelasyon analizi ile test edilmiştir. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır.

**Tablo 5.** Ölçeklerin Korelasyon Analiz Sonuçları

Ölçekler	n	p Değeri	Pearson Correlation
Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bilinme Durumu	441	.000	.698**
Gastronomik Destinasyon Algısı	441	.000	.698**

\*\*Korelasyon 0.1 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü)

Analiz sonuçları, coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumu ile gastronomik destinasyon algısı arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermiştir ( $r(441)=0,69$ ;  $p<.01$ ).

Coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumunun gastronomik destinasyon algısı üzerindeki et-

kisini belirlemek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz sonuçlarına göre, coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumunun gastronomik destinasyon algısı üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu (F Değeri=418.000; P Değeri=0.000;  $p<.001$ ) tespit edilmiştir.

**Tablo 6.** Basit Regresyon Analiz Sonuçları

Faktörler	B	SE <sub>b</sub>	Beta	t Değeri	p Değeri
Sabit	1,194	0,130		9,205	0,000
Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bilinme Durumu	0,738	0,036	0,698	20,445	0,000
R	0,698				
R <sup>2</sup>	0,488				
F Değeri	418,00				
p Değeri	0,000				

Değişkenler arasındaki basit doğrusal ilişkiye ait regresyon denklemi gastronomik destinasyon algısı=1,194+0,738 (coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumu) şeklindedir. Analiz sonuçlarına göre düzeltilmiş  $R^2$  değeri, 0.48'dir. Bu değere göre, gastronomik destinasyon algısındaki %48'lik varyansın coğrafi işaretli ürünlerin bilinme durumuna bağlı olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 6).

Elde edilen sonuçlara göre, “Ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumunun gastronomik destinasyon algısı üzerinde etkisi vardır” olan H1 hipotezi kabul edilmiştir.

## Sonuç ve Öneriler

Coğrafi işaret ile tescillenen yöresel ürünler destinasyonların gelişmesinde, tercih edilmesinde, tanıtılmasında ve bölge ekonomisinin güçlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu araştırma, Kapadokya Bölgesi'ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumlarının gastronomik destinasyon algıları üzerinde etkili olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Kapadokya Bölgesi'nde daha önce böyle bir çalışmanın yapılmamış olması, literatürdeki boşluğu doldurabilmesi ve ileride yapılacak çalışmalara yol gösterebilmesi açısından önemlidir. Kapadokya Bölgesi'ni farklı amaçlarla ziyaret etmek için gelen 441 katılımcının anket formunda yer alan ifadelerle verdiği cevaplarından elde edilen verilerin değerlendirilmesi doğrultusunda ortaya çıkan sonuçlar ve sonuçlara dayalı önerilere aşağıda yer verilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, Kapadokya Bölgesi'ne gelen ziyaretçilerin coğrafi işaret ile tescilli ürünleri bilme durumlarını tespit etmeye yönelik ifadelerin genel ortalamasının iyi seviyede ( $\bar{x}=3,50\pm 0,79$ ) olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan ziyaretçiler, coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon üzerinde önemli etkisi olduğunu

belirtmişlerdir. Bu ifade, yapılan korelasyon ve basit regresyon analizi ile doğrulanmaktadır. Ziyaretçilerin coğrafi işaretli ürünleri bilme durumları ile gastronomik destinasyon algıları arasında istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu yüzden ülkenin veya bölgenin sahip olduğu gastronomik ürün zenginliğinin coğrafi işaret sistemi ile koruma altına alınması destinasyonun gastronomik özellik kazanmasını ve bilinirliğini artırması açısından önemlidir. Ayrıca mevcut durumda coğrafi işaret ile tescillenen gastronomik ürünlerin daha fazla tanıtımının yapılarak tüketiminin teşvik edilmesi ve turizme kazandırılması gerekmektedir.

Yukarıda belirtilen çalışmanın bulguları doğrultusunda ve sonuçlar çerçevesinde aşağıda bazı öneriler sunulmuştur.

Elde edilen bulgulardan da anlaşıldığı üzere ziyaretçilerin büyük çoğunluğu bölgeye tatil amaçlı gelmektedir. Bu yüzden konaklama işletmelerinin bünyesinde bulunan ve otellerden ayrı olarak faaliyet gösteren yiyecek-içecek işletmelerinde Kapadokya Bölgesi'ne özgü coğrafi işaret ile tescillenen gastronomik ürünlere daha fazla yer verilerek ziyaretçilere tatma ve deneme fırsatı sunulmalıdır.

- Coğrafi işaret sisteminin önemine dikkat çekilerek coğrafi işaret tescil çalışmaları yoğunlaştırılmalıdır. Resmî kurumlar tarafından Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu zengin yöresel ürünlerin coğrafi işaret ile koruma altına alınması için gerekli başvurular yapılmalıdır.

- Coğrafi işaret tescil başvurularının artması için başvuru şartlarında bürokratik işlemler azaltılmalı ve başvuru aşamalarının kolay bir şekilde yürütülmesi sağlanmalıdır.

- Destinasyonun ekonomik gelişiminde ve tanıtımında oldukça önemli katkılar sağlayan coğrafi işaret sistemi konusunda yerel halk, kamu ve sektörel kuruluşlar bilinçlendirilmelidir.

• Kapadokya Bölgesi'nin sahip olduğu yöresel gastronomik ürünlerin tanıtımı ve sürdürülebilirliği için yerel etkinlikler (festivaller, şölen vb.) düzenlenerek ürünlerin özellikleri ön plana çıkarılmalı ve farkındalığı artırılmalıdır.

• Kapadokya Bölgesi'nin tanıtımında kullanılan kitap, dergi ve broşürlerde coğrafi işaretli gastronomik ürünlere yer verilmelidir. Ayrıca yöresel ürünlerin standart reçetelerinin bulunduğu kitapçıklar yayınlanmalıdır. Destinasyonun sahip olduğu gastronomik ürünlerin bilinirliğini ve tanıtımını artırmak için videolar, görseller ve tanıtım filmleri hazırlanmalıdır.

• Kapadokya Bölgesi'nin gastronomi turizmine katkı sağlaması ve tanıtımının yapılabilmesi için çeşitli organizasyonlar ve projeler hazırlanmalıdır. Bu süreçte illerin Belediye Başkanlıkları, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, üniversiteler, dernekler, odalar ve yerel medya kuruluşları ile iş birliği sağlanmalıdır.

Bu araştırma, Kapadokya Bölgesi sınırları içerisinde bulunan Kayseri ve Nevşehir illerine gelen ziyaretçiler ile gerçekleştirilmiştir. Daha sonraki çalışmalar için aynı konu yerel halk açısından değerlendirilerek, halkın coğrafi işaretli ürünleri bilme durumları tespit edilerek coğrafi işaretli ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon üzerindeki etkisi incelenebilir. Ayrıca nitel araştırma yöntemleri ile çalışmanın daha kapsamlı turizm paydaşları ile yapılması önerilebilir. Çalışma yerli ve yabancı ziyaretçilere uygulandığı için anket formu sadece Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda bölgeye gelen yabancı ziyaretçilerin milletlerine göre farklı dillerde hazırlanarak daha fazla veri toplanmasına olanak sağlanabilecektir. Elde edilen sonuçlardan da anlaşıldığı üzere coğrafi işaret ile tescilli ürünlerin gastronomik destinasyon üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edildiğinden yöresel ürün çeşitliliği fazla olan diğer bölgelerde de bu tarz

çalışmaların yapılmasının, bölgelerin ve ülke turizminin gelişmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

## Kaynakça

**Akın, E.B. (2006).** Coğrafi işaret olarak tescil edilmiş Malatya kayısının teknolojik özelliklerinin saptanması ve gıda güvenliği açısından araştırılması. Yayınlanmış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Alonso, A.D., Liu, Y. (2011).** The potential for marrying local gastronomy and wine: the case of the 'fortunate islands'. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 974-981.

**Aydoğdu, A., Özkaya-Okay, E., Köse, Z. C. (2016).** Destinasyon tercihinde gastronomi turizminin önemi: Bozcaada örneği, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.

**Bessiere, J. (1998).** Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.

**Bezirgan, M., Koç, F. (2014).** Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda Adası örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 917-928.

**Bojnec, S. (2006).** Tourism development in rural areas. *Österreichische Gesellschaft Für Agrarökonomie*, Tagungsband, 79-80. [https://oega.boku.ac.at/fileadmin/user\\_upload/Tagung/2006/06\\_Bojnec\\_tourism.pdf](https://oega.boku.ac.at/fileadmin/user_upload/Tagung/2006/06_Bojnec_tourism.pdf)

**Bucak, T., Ateş, U. (2014).** Gastronomi turizminin il turizmine etkisi: Çanakkale örneği. *International Journal of Social Science*, 28(2), 315-328.

- Bulut, A. (2013).** Coğrafi işaretler ve kırsal kalkınma: Ezine Peyniri örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Ceyhun-Sezgin, A. (2016).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmüne yansımaları. I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi, 7-9 Nisan 2016, Erzincan. 350-356.
- Cohen, E., Avieli, N. (2004).** Food in tourism: attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Çolak, O. (2009).** Turistik ürün çeşitlendirme kapsamında kırsal turizm ve kırsal turizm işletmeciliği: Şirince örneği. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Du Rand, G., Heath, E. (2006).** Towards a framework for food tourism as an element of destination marketing, *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Du Rand, G.E., Heath, E., Alberts, N. (2003).** The role of local and regional food in destination marketing: a south african situation analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Duman, S. (2019).** Kastamonu'ya gelen kayak turistlerinin coğrafi işaretli ürün algısı. Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Durlu Özkaya, F., Sünnetçiöğlü, S., Can, A. (2013).** Sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliğinde coğrafi işaretleme rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-20.
- Ertan, A. (2010).** Prestijli tarım ürünlerinin pazarlanmasında kalite ve coğrafi işaret kavramlarının tutundurulması ve bu bağlamda tarım satış kooperatiflerinin önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(12), 157-170.
- Giray, H., Özkan, F.Z., Oran, H. (2012).** Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *Verimlilik Dergisi*, 4, 109-115.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., Çelik Uğuz, S. (2015).** Gastronomi turizmi: Ayvalık'ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14-29.
- Gönenç, S. (2007).** Coğrafi işaretlerin koruyucu mekanizmasını engelleyen faktörler. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 10(25), 45-54.
- Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015).** Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Green, G.P., Dougherty, M.L. (2008).** Localizing linkages for food and tourism: culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158.
- Hall, C.M., Mitchell, R.D. (2001).** Wine and Food Tourism. Brisbane: John Wiley.
- Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Maci-  
onis, N., Cambourne, B. (2003).** Food tourism around the world: development, management and markets. Oxford: Butterworth Heinemann.
- İlcalı, G. (2005).** Coğrafi işaretler, coğrafi işaretleme denetim ve denetimde akreditasyonun önemi. Ankara Üniversitesi, Avrupa Toplulukları Araştırma Uygulama Merkezi (ATAUM), 36. Dönem Avrupa Birliği Temel Eğitim Programı Semineri, Ankara.

- Kan, M. (2011).** Yerel Düzeyde Ekonomik Kalkınmada Coğrafi İşaretlerin Kullanımı ve Etkisi: Akşehir Kirazı Araştırması. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kan, M., Gülçubuk, B. (2008).** Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. VIII. Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Haziran 2008, Bursa.
- Kan, M., Gülçubuk, B., Küçükçongar, M. (2012).** Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanılma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karakulak, Ç. (2016).** Coğrafi işaretleme yoluyla gastronomik kimlik oluşturma ve gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki rolü: Trakya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2022).** İstatistiklerle Kayseri'de Kültür ve Turizm. <http://www.kayserikultur.gov.tr/TR-183048/istatistiklerle-kayseri39de-kultur-ve-turizm.html>
- Keskin, H. (2019).** Coğrafi işaretli yöresel gıdaların turistik destinasyon pazarlamasına etkileri-Balıkesir ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Long, L. (2004).** Culinary tourism: exploring the other through food. Lexington: The University Press of Kentucky, 20-21.
- Meral, Y., Şahin, A. (2013).** Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı: Gemlik zeytini örneği. *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*. 16(4), 16-24.
- Mercan, G.O., Üzülmez, M. (2014).** Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Nanayakkara, T. (2011).** Role of intellectual property in enhancing the competitiveness of the tourism industry. [https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/tourism/tourism\\_ip.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/tourism/tourism_ip.pdf)
- Nevşehir Valiliği (2022).** İlimizin Kültür ve Turizmi. <http://www.nevsehir.gov.tr/kurumlar/nevsehir.gov.tr/ilimizrehber/2018yeni/turizm.pdf>
- Nizam, D. (2011).** Coğrafi işaretler ve küresel piyasalarda yerleşen tarım ürünleri: Ege pamuğu logosu üzerine bir saha çalışması, *Praxis*, 25, 87-116.
- Oğuz, Z. (2016).** Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde coğrafi işaretlerin kullanımı: Siirt ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Orhan, A. (2010).** Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde, coğrafi işaretlerin kullanımı: İzmit Pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 244-254.
- Peterson, R.A. (1994).** A meta-analysis of Cronbach's coefficient alpha. *Journal of Consumer Research*, 21, 381-391.
- Richards G. (2002).** Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption, In: Hjalager, A.M. and Richards, G. (Eds.), *Tourism and Gastronomy*, London: Routledge, 3-20.
- Sünnetçioğlu, S., Can, A., Durlu Özkaya, F. (2012).** Yavaş turizmde coğrafi işaretleminin önemi. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9 Aralık, 2012, Antalya. 953-962.



**Şahin, A., Meral, Y. (2012).** Türkiye’de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 2, 88-92.

**Şentürk, B. (2011).** Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri: mikro ve makro açıdan bir değerlendirme. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

**Temiz, T. (2019).** Konya örneğinde coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi açısından önemi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

**Türk Patent ve Marka Kurumu (2022).** Türkiye’nin Coğrafi İşaretleri. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>

**Türkay, O. ve Genç, K. (2017).** Gastronomi turizmi. İçinde: Sarıışık, M. (Editör). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Yamane, T. (2001).** Temel Örnekleme Yöntemleri (Çev. Esin,A., Bakır,M.A., Aydın.C., Gürbüzsel,E.). *İstanbul: Literatür Yayın*.

**Yenipinar U., Köçker H., Karacaoğlu S. (2014).** Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van Otlı Peyniri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.

**Zuluğ, A. (2010).** Coğrafi işaretli gıdalara ilişkin tüketici tercihleri üzerine bir araştırma: İstanbul örneği. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.



# Natural Monosodium Glutamate in Geographically Indicated Cheeses in Turkey

**Emir Hilmi ÜNER**

Ankara University, Vocational School of Beypazarı, Ankara  
emirhilmiuner@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-2642-9852

**Fügen DURLU ÖZKAYA**

Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism,  
Department of Gastronomy and Culinary Arts, Ankara  
fdozkaya@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-2893-9557

Geliş tarihi / Received: 26.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 27.04.2022

## Abstract

Monosodium Glutamate (MSG) is the most determinant component of umami taste and is formed in cheeses naturally. The main purpose of this research is to determine the amounts of MSG in geographically indicated cheeses in Turkey and the changes in MSG content after 60-day storage. In this study, the amount of MSG in 42 samples of seven cheese types (6 of each type), were measured by the AOAC method, and sensory analyses were conducted in 14 samples. Additionally, samples from each type were stored for 60 days and MSG contents in 6 samples were remeasured. MSG was found between 0.007 and 2.205 mg/100 g in 41 samples. The amount of MSG increased in 4 samples and decreased in 2 samples after storage. Results showed that the type and ripening time is highly determining on MSG content and, taste is the strongest factor on overall liking followed by odour, texture, and appearance.

**Keywords:** Cheese, geographical indication, natural MSG, sensory analysis, umami taste

## Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Peynirlerde Doğal Monosodyum Glutamat

### Öz

Temel umami tat bileşiği olan Monosodyum Glutamat (MSG), peynirlerde doğal olarak oluşmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki coğrafi işaretli peynirlerde bulunan doğal MSG miktarlarını ve 60 günlük depolama sonrasında MSG miktarlarında meydana gelen değişimleri belirlemektir. Bu çalışmada, yedi peynir çeşidinden 6'şar örnek olmak üzere toplam 42 peynir örneğindeki MSG miktarı AOAC yöntemi ile ölçülmüş ve 14 örnek için duyu analizler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca her peynir çeşidinden bir örnek 60 gün süreyle bekletilmiş ve 6 örnekteki

MSG miktarı yeniden ölçülmüştür. 41 örnekte 0.007 ile 2.205 mg/100 g aralığında MSG ölçülmüştür. Depolama sonrası 4 örnekteki MSG miktarı artarken, 2 örnekte azaldığı tespit edilmiştir. Sonuçlar, peynir örneklerinde çeşit ve olgunlaşma süresinin MSG miktarı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Duyusal analiz sonuçlarına göre tat, genel beğeni üzerinde en belirleyici faktör olurken, diğer belirleyici faktörler sırasıyla koku, doku ve görünüm olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** *Coğrafi işaret, doğal MSG, duyuusal analiz, peynir, umami tat*

## **Introduction**

Taste is the human sense which regulates the ingestive behavior and, is the result of the chemical reaction between taste compounds and the papillae on the tongue, palate, and throat. Sweet, sour, salty, and bitter tastes were accepted as basic tastes until the late 20th century (Stańska & Krzeski, 2016). Prof. Kikunae Ikeda from Tokyo University realized that there was a fifth taste which he was familiar with, different from four basic tastes in foods such as asparagus, tomato, and cheese, which he had the opportunity to taste for the first time during his studies in Leipzig-Germany between 1899-1901. When returned to Japan, he started to search the source of this novel taste. In 1907, he noticed that the “kombu” seaweed, used for making “dashi” (a stock widely used in Japanese cuisine) had the same taste intensively and named it as “umami” which means delicious in Japanese (Beauchamp, 2009; Ninomiya, 2015). Ikeda distinguished the source of this taste is Monosodium Glutamate (MSG) in foods and succeeded in separating the glutamic acid crystals in water by using dried kombu seaweed in 1908. Ikeda neutralized the water-soluble glutamic acid with NaOH and managed to obtain 30 g MSG out of 12 kg kombu seaweed (Kurihara, 2015). In 1913, Kodama examined the components of “katsuobushi” (dried and fermented fish) and revealed that the inosinate was also a source of umami. In 1957, Kuninaka found that guanylate is another important source of umami during a study on ribonucleotide production by biochem

ical degradation of yeast RNA. It was reported that guanylate is naturally found in dried shiitake mushroom, commonly used in Japanese and Chinese cuisine. In 1964, Kuninaka described the umami taste synergism between glutamate and nucleotides. He revealed that when glutamate and 5p-ribonucleotides were used together, the umami taste intensified significantly (Ninomiya, 2015; Yamaguchi and Ninomiya, 2000). At the International Umami Symposium in 1985, the existence of umami taste receptors on the tongue was proven by Prof. Yamaguchi and umami was accepted as the fifth basic taste (Ninomiya, 2015).

As in many foods MSG exists naturally or added artificially, various methods have been used to measure the amount of MSG or umami taste intensity. Conacher, Iyengar, Miles & Botting (1979) determined MSG ranged from approximately 0.2% in some condensed soups to 13.1% in bouillon cubes by gas-liquid chromatography (GLC). The MSG contents of over 200 samples of manufactured foods were measured by AOAC Procedure and estimates of the dietary intake of MSG in the UK population were calculated (Rhodes, Titherley, Norman, Wood & Lord 1991). Soyseven & Arli (2021), developed a simple and effective high-performance liquid chromatography (HPLC) using fluorescence (FLD) method and carried out for determination of MSG in 57 various food samples. Natural MSG exists in many foods such

as meat, mushroom, fermented dairy products, breast milk, various vegetables, and sea foods, gives these foods a distinct umami taste (Maga, 1994, s.99-100). Drake et al. (2007) identified the compounds responsible for umami taste in Cheddar and Swiss cheeses and revealed that MSG played the largest role in umami taste of both Cheddar and Swiss cheeses. Sinesio, Comendador, Peperario & Moneta (2009) investigated umami taste properties of traditional Italian recipes prepared with umami-rich ingredients. Results showed, that in recipes containing parmesan cheese, umami enhancement was clearly perceived by the panelists and this enhancement also improved the perception of other basic tastes. Effects of sensory interactions between basic tastes and ten cheese aroma compounds, on perception of cheese flavor were examined. The study showed that increasing amount of MSG caused an increase in the sense of cheese flavor in the product with low and medium aroma levels.

Since the amount of MSG is positively related with the perceived taste, many chefs and home cookers add MSG in their plates. Today, artificial MSG is used widely as a food additive in food industry, restaurants and even in home kitchens as it is a very effective flavor enhancer, inexpensive and easily accessible. The use of artificial MSG as a food additive, however, has been argued to be associated with nutritional diseases such as obesity and diabetes due to create the illusion effect on the consumer (Cooper, 2015, s.127). Particularly due to this reason, some consumers concern about the safety of foods which include artificial MSG. Some durable ingredients with high natural MSG such as truffle oil, powdered parmesan or dried porcini are also used as flavor enhancer in restaurant and home kitchens, but they are usually very expensive and not easily available globally. Therefore, detecting safe and healthy local or affordable gastronomic products with

natural umami taste and spreading their area of use has a great importance for both producers and consumers (Wijayasekara & Wansapala, 2021). It is known that the amount of natural MSG in food increases in some processes such as cooking, drying and fermentation. One of the most important sources of natural MSG is fermented milk products (Drake et al., 2007). Cheese, for this reason, is the ideal product as a source of high natural MSG. Since the specific combination of MSG with NaCl is well determined (Baryłko-Pikielna & Kostyra, 2007; Chi & Chen, 1992; Okiyama & Beauchamp, 1998), being able to know the correct ripening time to achieve the optimum levels of natural MSG for different purpose of use, seems desirable. For this reason, in this research, cheese types, which are fermented milk products, were examined. The cheese types in the current research were limited to the ones which were geographically indicated in Turkey. The most important reason for including geographically indicated cheeses in this research is that the locality and authenticity of these products are registered. In addition, the raw materials and processes used in production have to comply with the standards. Geographically indicated products can be considered as original, local and standard samples.

It's known that the amount of MSG in cheeses varies depending on the type and the ripening time. The main purpose of this research is to determine the amounts of MSG in geographically indicated cheeses in Turkey and the changes in the amount of MSG after 60-day storage. It's also aimed to reveal the effects of likings of appearance, odour, texture and taste on overall liking.

## Material and Method

The current research was conducted in three consecutive stages. In the first stage, the amount of natural MSG in 42 cheese samples were measured by AOAC 970.37. A total of 42 sam-

ples, six measurements from each seven cheese types, was studied (Diyarbakir Orgu, Edirne White, Erzurum Civil, Erzurum Blue Civil/Erzurum Gogermis Cheese, Erzincan Tulum, Ezine and, Kars Kashar Cheese). Samples were purchased from different local producers in six different cities. The analyses were performed by an accredited food analysis laboratory (Nano Lab Laboratory Group).

In the second stage, the hedonic scale tests of 14 samples (two samples from each cheese type) were conducted. The samples were randomly selected in their cheese types and subjected to hedonic scale tests by 106 consumers to determine the likings of appearance, odor, texture, taste and overall likings. Individual participation method was used at this stage. The tests were conducted in Ankara Hacı Bayram Veli University, Gastronomy and Culinary Arts Department’s Sensory Analysis Laboratory. Cheese samples were cut into 2×3 centimeters pieces and were served on white plain plastic plates. Each participant was seated comfortably and instructed to taste the samples under a white light. One participant conducted the hedonic test at a time and there was no time limit. Immediately after tasting each sample, the participants were asked to rate the samples in terms of each sample’s appearance, odour, texture, taste and overall likings. The participants rated their liking on a 10-point Likert type scale (1 = Did not like at all, 10 = liked a lot) (Durlu-Özkaya

& Üner, 2016). In the third stage of the current research, the change in MSG amounts during storage was examined. One sample from each cheese type was stored at +4 °C for 60 days in closed containers. At the end of the storage period, the sample of Edirne White Cheese was observed to be spoiled and excluded from this part of the study. The changes in the MSG amounts of remaining six cheese samples were determined by using the AOAC 970.37 method.

**Statistical Analysis**

Regression analysis was conducted to determine the sensory factors affecting the overall liking level. The analyses were conducted by a statistical package program (IBM SPSS.22).

**Results**

By April 2016, when the research began, there were seven cheese types geographically indicated, in Turkey. In the scope of this study, the amount of MSG in 42 samples, six from 7 cheese types, were measured by AOAC 970.37 method. 41 of 42 samples were found to contain natural MSG at rates ranging from 0.007 to 2.205 mg/100 g. The highest average amount of MSG (1.026 mg/100 g) was detected in Erzurum Blue Civil Cheese, while Erzurum Civil Cheese was the cheese with the lowest average amount of MSG. The mean, minimum, and maximum MSG amounts (mg/100 g) in cheese types are given in Table 1.

**Table 1.** Amounts of MSG in cheese types

Type of cheese	n	MSG (mg/100 g)		
		Minimum	Maximum	Mean
Kars Kashar Cheese	6	0.096	0.657	0.297
Ezine Cheese	6	0.021	0.379	0.243
Edirne White Cheese	6	0.007	0.884	0.222
Erzincan Tulum Cheese	6	0.046	1.850	0.757
Diyarbakır Orgu Cheese	6	~ 0	1.584	0.171
Erzurum Civil Cheese	6	0.011	0.205	0.060
Erzurum Blue Civil Cheese	6	0.153	2.205	1.026

After first analyses, one sample from each cheese type was randomly selected and stored at +4 °C for 60 days to determine the change in MSG amounts during storage. At the end of the storage, the sample of Edirne White Cheese was observed to be spoiled and excluded from

this part of the study. The amounts of MSG in 6 samples were remeasured with AOAC 970.37 method. As a result of the analyses, it was revealed that the amount of MSG in 4 cheese samples increased between 120-1169% and decreased in 2 samples by 20% -89% (Table 2).

**Table 2.** Changes in the amount of MSG samples during storage

<b>Cheese Type</b>	<b>1.Measurement (mg/100 g)</b>	<b>2.Measurement (mg/100 g)</b>
Kars Kashar Cheese	0.117	1.485
Ezine Cheese	0.379	0.836
Erzincan Tulum Cheese	0.434	0.046
Diyarbakır Orgu Cheese	~ 0	0.134
Erzurum Civil Cheese	0.061	0.756
Erzurum Blue Civil Cheese	2.205	1.755

To determine the sensory factors affecting overall liking level Regression analysis was conducted. Likings of appearance, odour, texture

and taste were assumed as independent factors which affect the overall liking dependent variable (Table 3).

**Table 3.** Sensory factors affecting the overall liking

<b>Sensory factor</b>	<b>Mean±SD</b>	<b>B</b>	<b>Beta</b>	<b>t</b>	<b>P</b>
<b>1. Appearance</b>	7.62 ±2.16	.084	.081	3.739	.000
<b>2. Odour</b>	7.22 ±2.31	.219	.224	8.248	.000
<b>3. Texture</b>	7.17 ±2.39	.87	.092	4.032	.000
<b>4. Taste</b>	7.15 ±2.54	.553	.624	26.076	.000
<b>Overall liking</b>	7.34 ±2.25				

Findings of the research show that likings of appearance, odour, texture and taste are significant predictors of the participants overall liking. The analysis revealed that liking of taste (Beta: 0.624) is the strongest factor on overall liking and followed by odour (Beta: .0224), texture (Beta: 0.092) and appearance (Beta: 0.081).

## Discussion

In line with the main purpose of the research, natural MSG amount of 42 cheese samples and the changes in MSG amount in six samples after 60-day storage were measured by AOAC 970.37 method. Results of the study show that in 41 of 42 cheese samples, natural MSG was

found in amounts ranging from 0.007 to 2.205 mg/100 g. According to Umami Information Center (2022)'s data, the cheese type with the highest MSG content is Parmesan cheese (1.68 mg/100 g). In this study, a sample of Erzurum Blue Civil Cheese has been established to contain natural MSG by 2.205 mg/100 g. and it has been the highest natural MSG content ever reported for cheese types. Considering the concerns of consumers about artificial MSG and high cost of products with natural MSG already used in restaurants and home kitchens, healthy and affordable gastronomic products with high natural MSG can be an alternative. As umami taste concept has been very popular around the

world, these products can be promoted internationally and also innovative receipts and variety of novel use of the product can be developed.

Considering the average MSG values of the cheeses, Erzurum Blue Civil Cheese has the highest average amounts of MSG (1.026 mg/100 g), the cheese type with the lowest average amount of MSG is Erzurum Civil (0.060 mg/100 g). Erzurum Blue Civil Cheese is a matured cheese produced by fermenting Erzurum Civil cheese alone or together with curd cheese for a second time. The main difference between these two types of cheese is aging time. It is known that during fermentation, proteins and peptides are degraded as a result of microorganism activities and turned into amino acids and other cleavage products. Due to degradation, the amount of free Glutamic acid in foods increases significantly during maturation (Chen et al., 2021; Hajeb & Jinap, 2012). Results of the study confirm that the maturing process is very important and determinant in terms of MSG and umami taste intensity in foods. Changes in the amount of MSG after 60-day storage also confirm this result. According to the result of the second analyses, it was established that the amount of MSG in 4 cheese samples increased by 120-1169%, while in 2 samples, it decreased by 20% and 89%. In the sensory control, the signs of deterioration and decay were also detected in these two samples. In the light of these findings, it is possible to say that the amount of MSG in two samples, increased to a certain point during ripening and then started to decrease during storage, while continuing to increase in four samples. At this point, it can be said that glutamic acid, which is released as a result of degradation of protein and peptides (Amin, Kusnadi, Hsu, Doerksen & Huang, 2020), began to degrade. This result is further important because many studies showed that acceptance of foods with umami taste depends on the combination of NaCl and MSG amounts

(Barylko-Pikielna & Kostyra, 2007; Chi & Chen, 1992; Okiyama & Beauchamp, 1998). Revealing the relationship between ripening time and the amount of MSG will enable producers to determine the optimal combinations for various purposes of usage.

## Conclusion

In this study, six cheese samples were analyzed for two times with an interval of 60 days and the changes in amount of MSG was measured during storage. For future studies, it can be recommended to measure the amounts of MSG and other umami taste components more frequently in longer storage times for better understanding of relationship between ripening time and umami taste intensities of fermented foods.

## Funding

This research is supported by Gazi University Projects of Scientific Investigation (54/2017-2).

## References

- Amin, M. N. G., Kusnadi, J., Hsu, J. L., Doerksen, R. J., Huang, T. C. (2020).** Identification of a novel umami peptide in tempeh (Indonesian fermented soybean) and its binding mechanism to the umami receptor T1R. *Food Chemistry*, 333, 127411. Doi: 10.1016/j.foodchem.2020.127411
- Barylko-Pikielna, N., Kostyra, E. (2007).** Sensory interaction of umami substances with model food matrices and its hedonic effect. *Food Quality and Preference*, 18(5), 751-758.
- Beauchamp, G. K. (2009).** Sensory and receptor responses to umami: an overview of pioneering work. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 90(3), 723-727.
- Chen, Z., Gao, H., Wu, W., Chen, H., Fang, X., Han, Y., Mu, H. (2021).** Effects of fermentation with different microbial species on the



- umami taste of Shiitake mushroom (*Lentinus edodes*). *LWT*, 141, 110889. Doi: 10.1016/j.lwt.2021.110889.
- Chi, S. P., Chen, T. C. (1992).** Predicting optimum monosodium glutamate and sodium chloride concentrations in chicken broth as affected by spice addition. *Journal of Food Processing and Preservation*, 16(5), 313-326.
- Conacher, H. B., Iyengar, J. R., Miles, W. F., Botting, H. G. (1979).** Gas-liquid chromatographic determination of monosodium glutamate in soups and soup bases. *Journal of the Association of Official Analytical Chemists*, 62(3), 604-609.
- Cooper, S. J. (2015).** Spa cuisine: an opportunity for the hospitality industry? In: Sloan, P., Legrand, W., Hindley, C. (Eds). *The Routledge Handbook of Sustainable Food and Gastronomy* (pp. 126-134). London: Routledge.
- Drake, S. L., Carunchia Whetstine, M. E., Drake, M. A., Courtney, P., Fligner, K., Jenkins, J., Pruitt, C. (2007).** Sources of umami taste in Cheddar and Swiss cheeses. *Journal of Food Science*, 72(6), 360-366.
- Durlu-Özkaya, F., Üner E. H. (2016).** Kars Kaşarında Duyusal Analiz. Türkiye’de ve Dünyada Yerel-Geleneksel Peynirler: Kars Kaşarı Coğrafi İşareti Sempozyumu, 15-17 Temmuz 2016, Kars. Bildiri kitabı s.99-118.
- Hajeb, P., Jinap, S. (2012).** Fermented shrimp products as source of umami in Southeast Asia. *Journal of Nutrition & Food Sciences*, 10(6), 1-5. Doi: 10.1155/2015/189402
- Kurihara K. (2015).** Umami the fifth basic taste: history of studies on receptor mechanisms and role as a food flavor. *Biomed Research International*, 2015, 189402. Doi: 10.1155/2015/189402
- Maga, J.A. (1994).** Umami flavour of meat. In: Shahidi, F. (ed) *Flavor of Meat and Meat Products* (pp. 98-115). Boston, MA: Springer.
- Ninomiya, K. (2015).** Science of umami taste: adaptation to gastronomic culture. *Flavour*, 4(1), 1-5.
- Okiyama, A., Beauchamp, G. K. (1998).** Taste dimensions of monosodium glutamate (MSG) in a food system: role of glutamate in young American subjects. *Physiology & Behavior*, 65(1), 177-181.
- Rhodes, J., Titherley, A. C., Norman, J. A., Wood, R., Lord, D. W. (1991).** A survey of the monosodium glutamate content of foods and an estimation of the dietary intake of monosodium glutamate. *Food Additives & Contaminants*, 8(3), 265-274.
- Sinesio, F., Comendador, F. J., Peparaio, M., Moneta, E. (2009).** Taste perception of umami-rich dishes in Italian culinary tradition. *Journal of Sensory Studies*, 24(4), 554-580.
- Soyseven, M., Arli, G. (2021).** Method validation and rapid determination of monosodium glutamate in various food products by HPLC–fluorescence detection and method optimization of hplc–evaporative light scattering detection approach without derivatization. *Journal of Chromatographic Science*, 2021, bmab122. doi:10.1093/chromsci/bmab122
- Stańska, K., Krzeski, A. (2016).** The umami taste: from discovery to clinical use. *Otolaryngologia Polska*, 70(4), 10-5. doi: 10.5604/00306657.1199991.
- Umami Information Center (2022).** List of umami rich ingredients. <https://www.umamiinfo.com/richfood>

**Wijayasekara, K. N., Wansapala, J. (2021).**

Comparison of a flavor enhancer made with locally available ingredients against commercially available Mono Sodium Glutamate. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100286. Doi: 10.1016/j.ijgfs.2020.100286

**Yamaguchi, S., Ninomiya, K. (2000).** Umami and food palatability. *The Journal of Nutrition*, 130(4), 921-926.

## The Understanding of Food Literacy in the Field of Tourism

**Grant Altay TAŞKIN**

Aksaray University, Tourism Faculty, Tourism Guiding Department  
grantaltaytaskin@aksaray.edu.tr

ORCID: 0000-0001-6689-7728

**Ayşe Nevin SERT**

Ankara Hacı Bayram University, Tourism Faculty,  
Tourism Management Department  
nevin.sert@hbv.edu.tr

ORCID: 0000-0003-0751-9377

Geliş tarihi / Received: 04.03.2022

Kabul tarihi / Accepted: 05.05.2022

### Abstract

While a significant portion of the world struggles with the challenges that come with being overweight, another large portion of the world searches for authentic cuisine that will make their holidays a memorable experience. This is where the importance of the concept of food literacy comes into play. It is necessary to reach and influence large communities to raise awareness of the society about food and nutrition. The purpose of this study is to uncover food literacy awareness and the meaning assigned to it in the tourism community by using a semi-structured interview form. The findings reveal that tourism stakeholders have a misunderstanding of food literacy. People who have heard this phrase previously are almost entirely wrong about its definition, but those who haven't heard it before can roughly anticipate its subheadings. However, all the participants believed that having detailed information about food and nutrition is essential.

**Keywords:** *Food consumption, food literacy, tourism*

### Turizm Alanında Gıda Okuryazarlığı Anlayışı

#### Öz

Dünyanın önemli bir kısmı aşırı kilolu olmanın getirdiği zorluklarla mücadele ederken, dünyanın bir başka büyük kısmı da tatillerini unutulmaz bir deneyim haline getirecek otantik mutfağı arıyor. İşte burada gıda okuryazarlığı kavramının önemi devreye giriyor. Toplumunu gıda ve beslenme konusunda bilinçlendirmek için geniş kitlelere ulaşmak ve onları etkilemek gerektiği açıktır. Bu nedenle, önemli turizm paydaşlarını içeren bir örneklem grubuyla çalışarak konuyu tümevarımcı bir yaklaşım ile ele almak büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, turizm camiasında

gıda okuryazarlığı farkındalığını ve ona yüklenen anlamı yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanarak ortaya çıkarmaktır. Bulgular, turizm paydaşlarının gıda okuryazarlığını yanlış anladığını ortaya koymaktadır. Bu kavramı daha önce duyanlar, tanımı konusunda neredeyse tamamen yanılmaktadır; ancak daha önce duymamış olduğunu ifade edenler bu kavramın alt başlıklarını kabaca tahmin edebilmiştir. Ancak tüm katılımcılar, gıda ve beslenme hakkında detaylı bilgiye sahip olmanın gerekli olduğu konusunda hemfikirdir.

**Anahtar Kelimeler:** *Gıda tüketimi, gıda okuryazarlığı, turizm*

## **Introduction**

Considering the mortality rates in the world, it is seen that one out of every five people dies due to poor dietary habits (Murray, 2019). Although eating habits do not always lead to death, it is obvious that they significantly reduce the quality of life of people. Malnutrition can result in cardiovascular disorders, diabetes, and overweight (Rosas, Pimenta, Isabel and Schwarzer, 2019). According to the World Health Organization (WHO), the obesity rate increased 3 times between 1975 and 2016 and the overweight rate is nearly 2 billion people in adults who are 18 or over (WHO, 2020). Lack of information can be predicted as one of the factors that have an impact on poor entry on this subject. In this context, health literacy, food literacy, and nutrition literacy concepts are frequently mentioned in recent years. According to Velardo (2015), health literacy means the knowledge and the usage of health-related information, while food literacy and nutrition literacy are defined as effective weapons to protect public health.

Although there is no consensus on the definition of food literacy in the literature, this concept simply means having knowledge about food (process, origin, ingredients, etc.) and acting accordingly (Durmuş, Balcı, Oral and Sonkaya, 2018). It is well known that knowledge of healthy foods affects a person's behaviour through healthy eating motivation (Miller and Cassidy, 2012). For this very reason, the importance of people who have an impact on large

masses of people to be food literate stands out. Although there are many ways to reach large masses, it is an undeniable fact that tourism professionals are one of those who appeal to the masses and influence them due to the high participation in tourism. It is known that nearly 1.5 billion people participated in the tourism movement in the last year before the pandemic (UNWTO, 2019). In this sector, where billions of people travel every year, the issue of food consumption happens to be very important. These tourists are in constant consumption during their travels, when they arrive at their destinations, at their hotels, restaurants, and during their shopping. In this consumption, they always need advice because they are outside of the environment, they usually live in. In this context, the knowledge level of tourist guides, tourism operators, and all other tourism employees about food literacy is quite important. And it should not be forgotten that food is an important part of a tourist's choice of destination (Frolova, Rogach and Ryabova, 2020).

In this study, it was aimed to measure the awareness of academicians who train tourism personnel, graduate students who take tourism education at a high level, and various tourism professionals to the concept of food literacy. Semi-structured interviews were conducted in order to understand the thoughts of tourism professionals about food literacy, who are believed to have an impact on large masses (Wirawan,

Wirawan, Kurniasari and Merati, 2020). The study is unique in that it examines the concept of food literacy, which has not yet been reconciled in tourism literature.

### **Food and Tourism**

Food has an important place in the tourism sector as well as being the biological needs of people. Food issues in tourism as a tourist phenomenon can be studied in many contexts socioculturally (Aslimoski and Gerasimoski, 2012). In a study investigating the food consumption motivations of tourists, 14 different factors were found. These are: “authentic experience, prestige, cultural knowledge, health concern, assurance, convenience, price/value, novelty, variety, familiarity, eating habit, sensory pleasure, social pleasure, and contextual pleasure” (Mak, Lumbers, Eves and Chang, 2013). Authentic experience and cultural knowledge refer to local food and food which shows the local culture of the destination, prestige is about finding the chance to eat unique and famous food, health concern and assurance are under the obligatory heading and they refer to being sure what to eat and knowing about the ingredients, convenient is named to emphasize they wouldn't want to pay more than the food are worth, novelty and variety are for the people seeking for new kinds of food and the other aspects are aiming for pleasure (Mak, Lumbers, Eves and Chang, 2013).

Aslimoski and Gerasimoski (2012) mentioned in their study that there are different expectations while traveling and some tourists' core motivation in a destination can be food and nutrition. Food and nutrition-related products and services offered to visitors during vacation also affect tourists' enjoyment and duration of stay. In this case, it can easily be said that if the expectations are covered, the tourists get satisfied, but it is seen that it is not always in this way. In some cases, being a vegetarian creates

instability in participating in the tourism movement. The reason for this may be the lack of awareness of visitors with different eating habits, which are seen as minorities, and the lack of appropriate menus everywhere (Huang, Chen, Lu and Shen, 2019). The food knowledge of the companies and their attention is quite important in this issue. A tourist mostly has in mind the food he or she has eaten before and is prone to. The underlying reason for this is that they know better what its ingredients are and how it is prepared. In this context, when the tourists see that specially prepared and presented food is presented to them with a special subscription, their holiday can turn into a unique experience (Aslimoski and Gerasimoski, 2012). Therefore, some people can get nervous about tasting local food. Sometimes, even though they know that it is not healthy, people may prefer fast food to meals they have never tasted before. A study conducted on a group of students traveling from China to England shows that these people prefer global food companies in their food preferences (Yen, Cappellini, Wang and Nguyen, 2018). Going after these (so-called junk food) can release crucial health issues. There is also a small link between globalization and tourism, which develops at an uncontrolled pace day by day, can lead to income inequalities and this can force people to change their eating habits with affordable and unhealthy foods. Although it is not argued in the study that tourism is exactly the reason for this, it depends on the attitudes of individuals and societies (Leatherman and Goodman, 2005).

Food also has a lot to do with culture. Hearing the local music in the restaurant, seeing the art on the walls, and learning about the architectural structure of the restaurant can all signify a lot to a tourist in a cultural sense (Aslimoski and Gerasimoski, 2012). Tourists now have new interests and as a result, new types of tourism

are emerging. One of the issues that tourists are starting to demand is the requests related to food and nutrition. In tourism destinations that can be named as developed tourism destinations, special interest groups are offered tours under the name of culinary tourism. The content of these tours can be quite interesting. Here, not only tasting but also participating in the preparation stages of the guests are provided to have this authentic experience. They buy products from local vendors and dine at the area's famous restaurants. In addition, we have the chance to see and taste products unique to that culture, which will enable them to get to know that culture (Aslimoski and Gerasimoski, 2012). It is seen in the present literature that people who are seeking for nice food and health-related tourism, open new doors to the sector. For example, in the simplest terms, olive oil tourism has developed in recent years and the reason for this is the motivation of people to experience healthy food (Hwang and Quadri-Felitti, 2021). To reconcile tourism with food, you don't even need to monitor people or quantify their effects. Even the nutritional habits of animals living in regions with high tourism can change. Some animals suffer how tourists feed them (Abrantes, Brunschweiler and Barnett, 2018), but on the other hand, the movement they have to do improves their fitness (Norkaew et al., 2019). In tourism, where even the health of animals is affected, it becomes very important for people to be conscious and knowledgeable. In this context, the importance of the concept of food literacy comes to the fore in this field as in other fields.

### **Food Literacy**

Food-related issues have started to be raised more and more in our contemporary society. The only reason for this is that it is not only the calories and nutrients needed by the human body, but also it is one of the basic building blocks of culture and society (Gartaula, Patel, Shukla and

Devkota, 2020). People want to learn about the ingredients of the food they eat, where it comes from, and their cultural characteristics. Literacy, which is seen in many areas, is also included in the subject of food in this context (Gartaula et. al., 2020). Kohls (1960) is perhaps one of the first researchers to use the concept of food literacy in history. His perspective was mostly on the marketing strategies of restaurants and understanding the wishes of the customers. As with every concept, food literacy has changed a lot over the years. It is also possible to call them development rather than change because every new concept continues by adding something to it, not contrary to the previous ones. In the last decades, the concept of food literacy has been defined by researchers in different ways. Some put forward food literacy is the ability of a person to acquire information about food and nutrition and to apply them in order to lead a healthy life (Kolasa, Perry, Harris and Shovelin, 2001). Where some other studies more emphasize the skills to prepare healthy and tasty meals starting from their own family (Thomas and Irwin, 2011). Two experts who examined past studies and worked on the subject for many years, made a neat definition of food literacy as follows:

Food literacy is the scaffolding that empowers individuals, households, communities or nations to protect diet quality through change and strengthen dietary resilience over time. It is composed of a collection of inter-related knowledge, skills, and behaviours required to plan, manage, select, prepare, and eat food to meet needs and determine intake (Vidgen and Gallegos, 2014, p. 54).

While they were putting forward components of food literacy as plan and manage, select, prepare, and eat, Cullen, Hatch, Martin, Higgins and Sheppard (2015) brought forward the term as an intersection of community food security and individual food skills. They stated that all this

cluster constitutes health and wellbeing. In this list of components, community food securities subheadings are “local food system, programs, access, availability, affordability” and the individual food skills subheadings are “knowledge, access, values, beliefs, and culture” (Cullen et al., 2015, p. 143).

It has been frequently emphasized in the past literature that the fewer people know about food, the more neophobia they have. In their study on local food consumption, Kim, Eves, and Scarles (2013) drew attention to the importance of food neophobia and food involvement in personality traits specific to food-related situations. In the motivational characteristics, it was emphasized that the factors of “cultural experience, interpersonal relationship, excitement, health concern, and sensory appeal” (Kim, Eves and Scarles, 2013, p. 484) were effective in consuming local foods. While some people hesitate to try the local food abroad in case health issues popped out, usually the global fast foods are most probably worst in terms of this subject. Also, it is shown in a former study that local food is usually freshly produced and served, and this is much more likely to satisfy customer health concerns (Kim, Eves and Scarles, 2013). In a study conducted in Yucatan, it was stated that although tourism brought welfare and job opportunities to the local people, it was obvious that it caused a lot of damage to public health and the environment (Leatherman, and Goodman, 2005). In this study, it is aimed to emphasize the importance of the food literacy knowledge of the tourism employees, and anyone related to tourism. This issue is seen as the missing piece of the tourism puzzle where various research has been done on this subject.

## Methodology

This research covers the concept of food literacy, which is seen as a distant subject for tourism. Although this concept has been defined many

times in the current literature, the evaluation of the perspectives of staff, students, or even academicians related to tourism has been ignored. Creswell (2017) states that qualitative research focuses on learning the meaning that the participants attribute to the phenomenon, not the researcher or the authors in the literature. He likens research to draw a general picture of the underlying problem or thought. Precisely from this point of view, a qualitative research method was used to understand and reveal how the concept is perceived in the tourism sector and whether there is a general knowledge about this subject.

In the study, a semi-structured interview form consisting of 5 questions was prepared by inspiring from the question range of the previous studies and adding to them (McNamara, Mena, Neptune and Parsons, 2021; Ronto, Ball, Pendergast and Harris, 2016; Rosas, Pimenta, Leal and Schwarzer, 2019). Here, the thoughts formed in the minds of the participants with the concept of food literacy and the relationship between food and tourism are examined. Tourism professionals, tourism academics, and tourism graduate students were selected as the samples, as they have been trained in tourism for a long time and may have heard of different concepts. The study was prepared in accordance with the ethical principles, and it is approved by Aksaray University Human Research Ethics Committee (Reference Number: 2022/01-03) on 22 February 2022. In studies like this, purposeful sampling, one of the improbable sampling types, is used when the researcher aims to understand and explore a concept, topic, or event from the perspective of the participants (Patton, 2002). Because of the implementation of a curfew due to the COVID-19 measures in the country where the study was conducted, the data collection process was carried out online. The consent of all interviewees who would contribute to the study was obtained and the study

was ethically tested and approved by the board. The qualitative data analysis program MAXQ-DA 2018 was used to see similar and different opinions together and to make a detailed analysis. The opinions of the participants were first translated into English and then translated into the language in which the interview was made by a different author and translation was provided. This process was also done while creating codes and themes, and opinions were received by experts in their field. A similar one of these checks is a pilot test conducted with 10 different people in order to measure the comprehensibility of the questions before starting the study.

## Results

Interviews were conducted with 19 different people in the study. The sample consists of 9 women and 10 men. In interviews with almost half the sex ratio, the age scale of the participants is 22 to 49. Except for a high school graduate who is a tourism staff, all other participants have a postgraduate level. Among the academic participants of tourism, 5 are academicians and 6 are students. Those working in the tourism sector consist of 3 people working in the hotel business, 3 tour guides, 1 travel agency employee, and 1 cabin crew. Before analyzing the answers given, it was deemed necessary to create a word cloud in order to look at the event from a wider window and to perceive the general view of the participants. The word cloud is as in Figure 1.

Figure 1. General word cloud of the study



When talking about food literacy, and the importance of tourism personnel being food literate, the first expressions in the mind of participants were “content, quality, culture, information, knowledge, service, and experience.” Most of these words became codes and themes when the readings are detailed. Also, it won’t be wrong to say these are some of the ingredients of the food literacy domains.

## Food and Tourism

Rather than asking the participants directly about the more detailed concept of food literacy, it was more appropriate to start with a soft question such as how you reconcile tourism and food issues. People travel to participate in the tourism movement. To embark on this trip, they need financial means, free time, and most importantly, a motivation that drives them. As it is frequently mentioned in the literature, one of the most important of these motivations is food consumption. This consumption can be to taste local foods, to keep fit while on vacation, or just to fill one’s stomach. The pattern derived from the responses of our participant audience, who are intertwined with the tourism sector, reveals the connections between the two concepts more clearly. It is possible to analyse the views resulting from the coding of the transcripts under four themes: cultural expectations, essential needs, gastronomic requirements, and economic factors.

## Cultural Needs

It was emphasized that the way to get to know the people living in the destinations and to satisfy the sense of curiosity we involuntarily develop towards them is to consume local foods. Participants put forward the link between tourism and food as follows:

*“The number of individuals whose motivation to travel is based on discovering and experien-*



*cing the eating and drinking habits of different cultures is increasing day by day” (Participant 7).*

*“As much as we are curious about the touristic places, history, and culture of a place, we also want to experience different foods and flavours” (Participant 1).*

Raising the bar a little further, participant 18 highlights the following feature in tourists’ travel motivations.

*“Recently, the desire to experience the local food and beverages of the destinations comes at the top of the travel motivations of domestic and foreign tourists” (Participant 18).*

### **Essential Needs**

Food and beverage are mostly founded as an obligatory need of human beings. This issue won’t change even though a person is on a vacation. Participants strongly indicated this fact in different words.

*“One of the compulsory needs of individuals who go out of their places of residence for various reasons and participate in activities that constitute the basis of tourism is food and beverage” (Participant 19).*

*“When a person travels for tourism, he must also fill his stomach. Because eating is a physical need” (Participant 12).*

*“Food is a basic need; it is our first need wherever we are” (Participant 9).*

### **Gastronomic Requirements**

People besides seeing the beauties of the destinations, day by day their expectations about having a nice quality meal increase. While participant 17 emphasizes *“The quality of the food service offered will also have positive effects on the person engaged in tourism activi-*

*ties” (Participant 17),* participant 18 highlights more specific areas as *“...attend food festivals, taste olive oil, and wine, attend cooking classes, and visit vineyards” (Participant 18).* One other thought explains the situation by supporting this idea with the emerging education system in this field.

*“The concept of gastronomy tourism became popular, gastronomy tours serving the mentioned motivation increased and schools were established at high school, associate degree, undergraduate and graduate levels aiming to train competent personnel within this field. All these show that there is a growing, popular, and important connection between the concepts of tourism and food.” (Participant 7).*

### **Economic Factors**

A large part of the economic income of some countries is provided by tourism, which is called flueless industry. It is also important to market and diversifies the tourism product well in order to increase tourism inputs. These thoughts poured out of the tongue with these sentences:

*“Food is an important factor in diversifying tourism products” (Participant 15).*

*“...the concept of food is a great source of income for tourism” (Participant 16).*

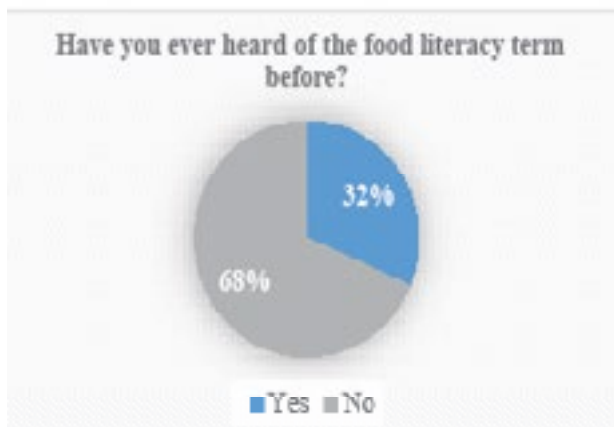
*“This contribution also develops the region or nation where the tourism activity is carried out, both economically and in terms of advertising” (Participant 8).*

### **Food Literacy**

In the interviews held with the employees, academicians, and graduate students related to the tourism sector, it was determined that everyone, without exception, associated tourism, and food under different topics. At this point, the issue of whether the sample had never heard of the concept of food literacy gained importance.

Findings on familiarity with the concept of food literacy are as in Figure 2.

**Figure 2.** Familiarity with the concept of food literacy



Although it is known that the importance of food in tourism is high, it is understood that the concept of food literacy is a little new to tourism with 68% of the answers. For this very reason, when presenting the results, opinions and expressions about food literacy will be divided into those who have heard of the concept before and those who have heard it for the first time.

#### **Those Who Have Not Heard of Food Literacy**

Surprisingly, it is seen that people who told that they heard the concept for the first time in their lives knew the subject more deeply and even gave features that fit some of the definitions in the literature. The words in Figure 3 were spoken by those who had never heard of this term before.

Some of the definitions of food literacy that appeared in the minds of the participants who haven't yet heard the term are as follows.

*"...to know the details such as production, functioning, presentation, seasoning and service in different cultures" (Participant 8).*

*"...to be able to master the terminology of the contents written on the food products" (Participant 16).*

*"...researching whether the foods we produce are healthy or not." (Participant 3).*

*"...the content (ingredient) of the food" (Participant 17).*

#### **Those Who Have Heard of Food Literacy**

When the comments of those who know about this concept, which relatively few people know, are examined, they can only refer to three of the codes given in the previous section, far from a comprehensive definition. The resulting themes can be listed as research, label reading, health issues.

*"Reading and critical evaluation of the articles about Food and Nutrition are the first statements that come to my mind" (Participant 18).*

*"It can be considered as a detailed examination of the foods we eat and drink and transferring this information to other people" (Participant 4).*

*"To do research about products, cuisine type and history. In short, to research and read about food and have knowledge about it (Participant 5).*

*"Knowing the terms indicating the content of the product information, reading it, something like the product MSDS" (Participant 14).*

*"Knowing the food additives, codes and ingredients on packaged foods" (Participant 13).*

*"...nutrition, agriculture, organic, health" (Participant 19).*

Basically, it can be said that knowledge part is an essential part of food literacy and people who are in the tourism sector are asked how they are collecting information about food-related issues. Mostly it is seen that participants tend to collect information from the internet and social media. The other sources they use, which or not that relevant are publications, verbal sources, tv, and other tourism employees.

**Figure 3.** Those who have not heard of food literacy

### Possible Benefits of Being a Food Literate Tourism Worker

This part of the results is very crucial in terms of giving an idea to measure the necessity of the study. Participants who are related to tourism think that it will provide various advantages for people who will work in this field to be food literate. The most notable finding is that the quality will increase. They explain this situation in the following terms:

*“Businesses that have detailed information about the nutritional values and nutrition of foods may plan the menu more effectively” (Participant 18).*

*“In order to provide quality service, it is of great importance that employees have sufficient and accurate information and can transfer this information appropriately, especially in work environments such as the tourism sector, where customers and employees have to be in constant interaction. A tourist group who has travelled to get to know and experience different foods and beverages will be able to obtain correct information about the foods, and management by people with up-to-date literature will increase tourist satisfaction and thus increase the popularity of the current destination day by day.” (Participant 7)*

*“As in everything else, being conscious about food and doing research leads us to good quality food. The fact that tourists are looking for quality, requires tourism businesses to be high quality” (Participant 5).*

Knowledge has also been frequently emphasized as what reveals the quality and even as the element that plays a mediating role in customer satisfaction. Apart from this, it was emphasized that the issue has special importance for ensuring customer health. They emphasized it in their own words as:

*“Because, thanks to food literacy, food and products that threaten human health are prevented from being included in the menus. In this way, the satisfaction of the tourist increases and the health of the tourists is also protected” (Participant 18).*

*“Tourists with allergic reactions know what they consume as content” (Participant 14).*

*“Informing about food or hygiene” (Participant 10).*

And finally, it has been suggested that being food literate will contribute to the sector economically. Lastly, they expressed their opinions on the economic effects as follows:

“This increases the product range and marketing diversity. It is also expected to make an economic contribution” (Participant 8).

“These advantages are the reduction of the costs of the enterprises and the prevention of waste” (Participant 18).

## Conclusion

The feedback from the participants in this research, which set out to see if there is a place for healthy eating, knowing about foods and nutrients, and having information about them in tourism, reveal how important this issue is. To be clear, none of the tourism sector employees interviewed can confidently define the concept of food literacy. The fact that at the beginning of the study, the researcher found almost no studies in the literature that associated food literacy with tourism, explains this situation. The main result of the study is that tourism professionals find this issue very important, but at the same time they do not have detailed information about it. The best thing to do in this regard is to increase the courses related to food and nutrition during tourism education and to ensure that each tourism personnel graduates as a food literate. In addition, food literacy trainings can be provided through certificate programs, which can put job-seeking tourism graduates one step ahead in the sector. It is suggested that researchers who plan to work by reconciling these two issues in the future should also examine the issue from the perspective of tourists.

## References

- Abrantes, K. G., Brunnschweiler, J. M., Barnett, A. (2018).** You are what you eat: Examining the effects of provisioning tourism on shark diets. *Biological Conservation*, 224, 300-308.
- Aslimoski, P., Gerasimoski, S. (2012).** Food and nutrition as tourist phenomenon. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 357-362.
- Creswell, J. W. (2017).** *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. (S. B. Demir, Çev.) Ankara: Eğiten Kitap.
- Cullen, T., Hatch, J., Martin, W., Higgins, J. W., Sheppard, R. (2015).** Food literacy: definition and framework for action. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 76(3), 140-145.
- Durmuş, H., Balcı, E., Oral B., İncedal, S. Z. (2018).** Knowledge of food literacy and food safety among Turkish adults. *Erciyes Medical Journal*, 40(2), 81-86.
- Frolova, E. V., Rogach, O. V., Ryabova, T. M. (2020).** Towards development of tourism industry: insights into tourist nutrition via food and impressions. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(2), 840-857.
- Gartaula, H., Patel, K., Shukla, S., Devkota, R. (2020).** Indigenous knowledge of traditional foods and food literacy among youth: Insights from rural Nepal. *Journal of Rural Studies*, 73, 77-86.
- Huang, Y.-C., Chen, L.-H., Lu, C.-W., Shen, J.-L. (2020).** Being a vegetarian traveller is not easy. *British Food Journal*, 122(6), 1983-1998.
- Hwang, Y., Quadri-Felitti, D. (2021).** A quest for the healthy lifestyle and learning experiences in olive oil tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1917586>
- Kim, Y. G., Eves, A., Scarles, C. (2013).** Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 484-489.

- Kohls, R. L. (1960).** Food Literacy and Its Implication to Consumer Marketing Programs, MiscellaneousStaffContribution 241139, Purdue University, Department of Agricultural Economics
- Kolasa, K. M., Peery, A., Harris, N. G., Shovelin, K. (2001).** Food literacy partners program: a strategy to increase community food literacy. *Topics in Clinical Nutrition*, 16(4), 1-10.
- Leatherman, T. L., Goodman, A. (2005).** Co-ca-colonization of diets in the Yucatan. *Social Science and Medicine*, 61(4), 833-846.
- Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., Chang, R. C. (2013).** An application of the repertory grid method and generalised Procrustes analysis to investigate the motivational factors of tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 327-338.
- McNamara, J., Mena, N. Z., Neptune, L., Parsons, K. (2021).** College Students' Views on Functional, Interactive and Critical Nutrition Literacy: A Qualitative Study. *International Journal of Environmental Research on Public Health*, 18(3),1124. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031124>
- Miller, L. M. S., Cassady, D. L. (2012).** Making healthy food choices using nutrition facts panels. The roles of knowledge, motivation, dietary modifications goals, and age. *Appetite*, 59(1), 129-139.
- Murray, C. J. (2019).** Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study. *Lancet*, 393, 1958-1972.
- Norkaew, T., Brown, J. L., Thitaram, C., Bansiddhi, P., Somgird, C., Punyapornwithaya, V., Khonmee, J. (2019).** Associations among tourist camp management, high and low tourist seasons, and welfare factors in female Asian elephants in Thailand. *Plos One*, 14(6), 1-15.
- Patton, M. Q. (2002).** Two decades of developments in qualitative inquiry: A personal, experiential perspective. *Qualitative social work*, 1(3), 261-283.
- Ronto, R., Ball, L., Pendergast, D., Harris, N. (2016a).** Adolescents' perspectives on food literacy and its impact on their dietary behaviours. *Appetite*, 107, 549-557.
- Rosas, R., Pimenta, F., Leal, I., Schwarzer, R. (2019).** FOODLIT-PRO: Food literacy domains, influential factors and determinants-A qualitative study. *Nutrients*, 12(1), 88. doi: 10.3390/nu12010088.
- Thomas, H. M., Irwin, J. D. (2011).** Cook It Up! A community-based cooking program for at-risk youth: overview of a food literacy intervention. *BMC Research Notes*, 4(1), 495. <https://doi.org/10.1186/1756-0500-4-495>
- UNWTO (2019).** International Tourism Highlights, 2019 Edition. <https://www.unwto.org/publication/international-tourism-highlights-2019-edition>.
- Velardo, S. (2015).** The nuances of health literacy, nutrition literacy, and food literacy. *Journal Of Nutrition Education and Behavior*, 47(4), 385-389.
- Vidgen, H. A., Gallegos, D. (2014).** Defining food literacy and its components. *Appetite*, 76, 50-59.
- WHO (2020).** The top 10 causes of death. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>.

**Wirawan, I. M. A., Wirawan, D. N., Kurniasari, N. M. D., Merati, K. T. P. (2020).** Travel agent and tour guide perceptions on travel health promotion in Bali. *Health Promotion International*, 35(1), 43-50.

**Yen, D. A. W., Cappellini, B., Wang, C. L., Nguyen, B. (2018).** Food consumption when travelling abroad: Young Chinese sojourners' food consumption in the UK. *Appetite*, 121, 198-206.

# İspanya’da Gastronomi Turizminin Tarihsel Gelişimi ve Gastrodiplomasi Değerlendirmesi

**Necmettin ÖZGEN**

Istanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
necmettinozgen@gmail.com  
ORCID: 0000-0003-2957-5812

Geliş tarihi / Received: 18.08.2021

Kabul tarihi / Accepted: 24.12.2021

## Öz

Ülkelerin gastronomi çeşitliliği, kültürün bir parçasıdır. Kültürün gelişimi uzun süreçlerin ve tarihsel olayların yönlendirmesiyle olduğu gibi gastronominin gelişimi de asırlar süren süreçlerden oluşur. Günümüzde gastronomi zenginliği, ülkelerin turizmde başarısı için daha büyük bir avantaja dönüşmektedir. Gastronomi, turizm gelirlerini artırmakta anahtar rol oynamaktadır. Özellikle ekonomileri turizme bel bağlamış ve geliştirmekte olan ülkeler için turizmi geliştirmenin yeni yolları aranmaktadır. Hâlihazırda gastronomisi uluslararası tanınırlığa ulaşmış ülkeler, tarihlerinde başarının ipuçlarını saklamaktadır. Günümüzde İspanya, turizm sektöründe dünyanın en önde gelen ülkeleri arasındadır. Bu başarıda rol oynayan gastronominin tarihsel gelişimini incelemek turizmde başarının yollarına ışık tutacaktır. Bu çalışmamın amacı, İspanyol gastronomisinin tarihsel gelişiminde rol oynayan bileşenleri incelemek ve günümüzde devletin desteği ile yürütülen ve gastrodiplomasi uygulamaları olarak kabul edilen eylemleri İspanyol gastronomisinin gelişimi ile karşılaştırmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, gastrodiplomasi, gastronomi turizmi, İspanya, turizm*

## Historical Development of Gastronomy Tourism in Spain and Evaluation of Gastrodiplomacy

### Abstract

The gastronomic variety of the countries is a part of the culture. The development of culture is driven by long processes and historical events as well as the development of gastronomy is comprised of centuries of processes. The wealth of gastronomy turns into a greater advantage for the success of countries in the field of tourism. Gastronomy plays a key role in increasing tourism revenues. Especially for developing countries whose economies rely on tourism, new ways to develop tou-

rism are sought. Countries whose gastronomy has already achieved international recognition keep the clues of success in their history. At the present time, Spain is among the countries in the world leading in the tourism sector. Examining the historical development of gastronomy, which plays a role in this success, will shed light on the ways of success in tourism. The aim of this study is to examine the components that play a role in the historical development of Spanish gastronomy and to compare the actions accepted as gastrodiplomacy practices carried out with the support of the state with the development of Spanish gastronomy.

**Keywords:** *Gastronomy, gastrodiplomacy, gastronomy tourism, Spain, tourism*

## **Giriş**

Yaşadığımız çağın değişim rüzgârları pek çok sektörü temelden etkilediği gibi gastronomi sektörü de değişime uğramaktadır. Gastronomi sektörü, günümüzde en yenilikçi sektörlerden biri haline gelmiştir. Bir diğer ifadeyle en değişken, en rekabetçi, katma değeri en yüksek sektörlerden biridir. Yeni teknikler, yeni malzemeler ve yeni yaklaşımlar sektörün gündelik öğeleridir. Restoranlar yerel halka hitap ettiği gibi turistler için de cazibe noktalarına dönüşmüştür.

Endüstriyelleşme sürecinde yapısal reformları tamamlayamamış, askerî rejimler, iç savaş ve siyasi çalkantıların gölgesinde ekonomik krizlerle yüzleşen ülkeler için turizm sektörü adeta can simidi olmuştur. Turizm sektörünün sağladığı döviz gelirleri, ekonomilerinde cari açık veren ülkeler için önem arz etmektedir. Yemek turisti, mutfak turisti veya gastro-turist olarak adlandırılan, karın doyurmak yerine haz amaçlı yemek yiyen, ziyaret motivasyonlarında yöresel veya avangart yeme içmenin ağır bastığı ziyaretçiler kişi başı ortalamanın üzerinde harcama yapmaktadır. Bu durum, onlara yönelik yeni uygulamaların geliştirilmesine sebep olmuştur (Dünya Gıda Seyahat Birliği [WFTA], 2020). Ayrıca World Travel Market'in Küresel Eğilimler Raporu'na göre, uluslararası ziyaretçilerin ortalama gıda harcamaları; Fransa, Türkiye, Rusya Federasyonu ve İspanya gibi ülkelerde artmasının beklenmesi bu uygulamaların sürdür-

rüleceğine işaret etmektedir (Dünya Turizm Örgütü [UNWTO], 2017). Gastro-turistler yüksek getirili pazar olarak değerlendirilmektedir ve bu durum, devletlerin ve iş dünyasının gastronomi sektörüne olan ilgisini açıklamaktadır (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü [OECD], 2012). Turizm gelirlerinin artırılmasının yanında ülke imajının iyileştirilmesi, kırsal nüfusun kalkınması, yerel kültür ve kimliklerin varlığını sürdürmesi, kadın istihdamının artması gastronomi turizminin desteklenmesinin temel sebepleridir.

Son 20 yılda Tayland, Tayvan, Malezya, Peru gibi gelişmekte olan ülkeler, gastronomi turizminin önemine odaklanmıştır. İletişim teknolojilerinin ve devlet desteklerinin yardımıyla gastrodiplomasi kampanyaları düzenleyerek, Fransa, İspanya, İtalya'nın yüzyıllar içerisinde edindikleri ulusal mutfak şöhretini kısa sürede elde etmeye çalışmışlardır. Her ülkenin kendine özgü öncelikleri olmakla birlikte turizm gelirlerinde artışın sağlanması (The Economist, 2002), tarım ve hayvancılığın (Herningtyas, 2019), gıda güvenliğinin (Farina, 2018) ve ülke imajının iyileştirilmesi (Solleh, 2015) gibi amaçlar edinilmiştir. Gastronomide ilham kaynağı ülkelere biri olan İspanya; turizmiyle, yeme içme sektörüyle ve gıda ihracatıyla dikkat çeken ülkelerden birisidir. İspanya, günümüzde en çok ziyaret edilen ve en çok turizm geliri elde eden ikinci ülkedir. İspanya'yı bu noktaya getiren



en önemli faktörlerden biri olan gastronomi, uzun bir geçmişe sahiptir. İspanya gastronomi serüveninin incelenmesi, ulusal mutfağın cazibe noktasına nasıl dönüştüğünün anlaşılmasında aydınlatıcı olacaktır. Yüzyıllar süren ulusal İspanyol mutfağının tarihsel gelişimini turizm konusuyla birlikte incelemek, bu gelişimde rol oynayan coğrafya, dini kimlikler, coğrafi keşifler, savaşlar, hükümet politikaları, demokrasi, bireysel girişimler, Avrupa Birliği ve teknoloji gibi unsurlarla gastronominin nasıl şekillendiğini incelemek ve günümüz gastrodiplomasi uygulamalarıyla karşılaştırmak, makalenin ana konusunu oluşturmaktadır.

### İspanyol Gastronomisi

Gastronomi, gıdanın tarladan çatala olan yolculuğunu inceleyen bilim dalıdır. Bu yolculukta rol oynayan faktörler, ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Bir ulusal mutfağın oluşumunda ülkenin yer aldığı coğrafyaya bağlı olarak flora ve fauna rol oynamaktadır. Mutfakta uygulanan yöntemler ise ulusal kimlik üzerinde önemli etkiye sahiptir. Ulusal kimlikte dil ve din kadar yemek kültürü de bir bileşendir. Ülkeye gelen farklı ulusal kimliklere sahip toplumlar kendi yemek kültürlerini de yerel mutfığa kazandırmışlardır. Yemek ve sunumu, ideallerin, kimliklerin, değerlerin iletişimde kullanılmaktadır. Ürünün elde edilmesinden, yemeğin pişirilmesinden, sunumuna kadar izlenen uygulamalarda farklı ulusal kimliğe sahip toplumlarda farklılıklar gözlemlenir. Örneğin, Greko-Romen değerleri batı toplumunun ideal kökleri olarak kabul edilmektedir. Yunanlılar, değerli gastro fikirlere sahiptir. Aşırıya kaçmadan iyi tat, sağlığa önem ve denge içermektedir. Batı yeme alışkanlıklarına karşı Osmanlı yemek yeme alışkanlıklarında farklılıklar vardır. Diğer yandan mutfak savurganlığı ise Fransız monarşilerinde uç noktalara ulaşmıştır. Fransız İhtilali'nden sonra saraylarda yetişmiş aşçıların hünelerini kendi restoranlarında sergileme-

siyle 19. yüzyıl Fransız eliti burjuva sınıfına hizmet etmiştir. Gastronomi açısından İspanya coğrafyasına bakıldığında çok zengin bir flora ve fauna vardır. Sebze üretimi, arazi yapısı ve iklim çeşitlerine uygun olarak tüm ülkeye yayılmıştır. Böylelikle farklı türlerde sebze ve meyvelerin üretilmesi mümkün olmuştur. Ülkenin bir tarafında Atlas Okyanusu, diğer tarafında Akdeniz olmak üzere kıyı bölgelerinden elde edilen balık, yumuşakça ve kabuklu deniz mahsulleri dikkate değer sayıda insana istihdam alanı açtığı gibi yemek çeşitliliğinde de temel rol oynamıştır. Karada ise geniş çaplı büyük ve küçükbaş hayvan üretimi yaygındır. Bu durum, gastronomi için geniş bir malzeme yelpazesi sunmaktadır. Geçmişte köylülerin kendi bahçelerinde ve çiftliklerinde ürettikleri malzemelerle yaptıkları yemekler, bugünün avangart İspanyol restoranların yemek tariflerinin temellerini oluşturmuştur.

İspanyol Ulusal İstatistik Enstitüsü'nün (INE) tanımlamasına göre tarım, hayvancılık, balıkçılık, yiyecek ve içecek endüstrisi, yiyecek ve içecek ticareti, konaklama sektörü olmak üzere bu ekonomik aktivitelerinin toplamı gastronomi sektörünü oluşturur. İNE rakamlarına göre, bu faaliyetlerin toplamı 2017 yılında, İspanya gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYH) %33'ünü oluşturan 388 milyar Euro'ya denk bir üretime denk gelmiştir. Bu faaliyet alanlarında 3,73 milyonluk istihdam sağlanmış ve toplam İspanya istihdamının %18'ini oluşturmuştur. İspanya'ya gelen turistlerin %15'i gastronomi motivasyonu ile ülkeyi ziyaret etmiştir. Bu turistler, ortalama bir turistten %20 daha fazla harcama yapmıştır. İspanya'da uluslararası turistlerin yaptığı harcamalardan %15,5'lik payı gastronomi almıştır (KPMG, 2019).

İspanya, 2019 yılında turizmden 71,2 milyar Euro gelir elde etmiş (hosteleriadigital, 2020), ziyaretçi sayısı 83,7 milyona ulaşmıştır (Mincotur, 2020). ABD'nin ardından turizm gelirle-

ri en yüksek olan ikinci ülkedir. En çok ziyaret edilen ülkeler arasında ise Fransa’nın ardından ikinci ülkedir. Avrupa’da bir uluslararası turistin ziyaret başına ortalama harcaması yaklaşık 1000 dolar iken İspanya’da 1150 dolardır (Demirer, 2018).Günümüzde İspanya; zeytinyağı, jambon, sosis, meyve ve sebze, deniz ürünleri üretiminde Avrupa’nın önde gelen ülkelerinden biridir. 2017 yılında tarım ihracatı toplam dış ticaretinin %16,8’ini temsil etmiştir. İspanya, Avrupa Birliği (AB) üyesi olmanın avantajıyla 2017 yılında tarımsal gıda ihracatının %74’ünden fazlasını AB’ye yapmıştır (KPMG, 2019). İspanya’nın 2017 yılında yeme içme sektörü büyüklüğü 107 milyar dolara ulaşmış ve yıllık büyüme oranı %6 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Zeytinyağı, dünya gıda ihracatında, özellikle de Akdeniz havzasında önemli ihraç ürünlerinden biridir. Dünya zeytinyağı üretiminin %95’i Akdeniz havzasında iken yine dünya üretiminin %69’u Avrupa’dadır (Avrupa Komisyonu [EC], 2020). Akdeniz havzasında yıllık 15 milyon ila 22 milyon ton zeytin ve 2,4 ila 3,3 milyon ton arasında zeytinyağı üretilmektedir (Conexio, 2019). Üretim miktarı, mevsim şartlarına göre dramatik farklılıklar gösterebilmektedir. 2019 yılında İspanya, yaklaşık 3,5 milyar dolarlık (ABD doları) zeytinyağı ihracatı ile %47,8’lik küresel zeytinyağı ihracatındaki payı ile açık ara dünya lideridir (Türkiye İhracatçılar Meclisi [TİM], 2020).

İspanya, 2019’da 3,1 milyar dolarlık şarap ihracatı gerçekleştirerek Fransa ve İtalya’nın ardından dünya üçüncülüğünde yer almıştır (Worlds Top Exports, 2020). 2017’ye kadarki 9 yıllık süreçte şarap rotalarındaki ziyaretçi sayısı 3 kat artarak 3,2 milyona varmıştır. Peynir ihracatında ise diğer Avrupa ülkelerinin çok gerisinde kalmıştır (Workman, 2020).

## **İspanyol Mutfağı**

Asturya peynirleri, Rioja şarapları, Mayorka sobrasada sosisi, Kanarya mojo sosları, Katalan ve Bask bölgesinin pintxos atıştırma kültürleri, Navarra kuşkonmazı İspanyol gastronomisinin başlıca öğeleridir (Maurer, 2019). Günümüzde İspanyolların yeme alışkanlıkları az miktarda ve sık aralıklardadır. Öğle yemeği öncesinde tapas yemek yaygındır. Tapas kelimesi, İspanyolca kapak anlamındaki “tapi”den gelmektedir. İspanyol yemeklerinden başlıca örnekler gazpacho, paella, tortilla, patatas bravas, tatlılarda turrón ve churro olarak sıralanabilir (BBC, 2019).

İspanyol yemeklerinde kullanılan malzeme yelpazesinin genişliği sağladığı kombinasyonlar sayesinde benzersiz bir yemek çeşitliliği sunar. Renkleriyle İspanya bayrağına benzetilen ve akla gelen ilk ulusal mutfak örneklerinden olan paella, daha spesifik olarak bir Valensiya şehrinin yemeğidir. Valensiya’da pirinç üretimi ile zenginleşen işçiler açık havada, odun ateşinde, kalın pirinç ile farklı malzemelerle ilk paellanın örneklerini yapmıştır. İlk paella örnekleri ise Romalılara kadar uzanmaktadır. Günümüzde gurmeler arasında yaygın bir görüşle İspanyol mutfağının amiral gemisi olarak nitelendirilir. Paella, aşırı baharatlı olmamak kaydıyla tamamı İspanya içerisinden tedarik edilebilen, tamamen isteğe bağlı olarak seçilebilen ıstakozdan midyeye, karidesten deniz tarağına, salyangozdan tavşana kadar malzemelerle pişirilebilir (Norman, 2018). Farklı olarak Katalan bölgesinde paella hazırlanırken deniz ürünleri kullanılacaksa diğer et ürünleri kullanılmamaktadır (BloombergHT, 2018).

Paellanın malzemeleri farklılıklar göstermektedir. Pişirilmesi hızlı ve kolaydır. Bir aşçının paella hazırlama marifeti uygun malzemeleri uygun oranlarla seçmesi ile fark edilebilir. Zaman

içerisinde aşırı talep, bazı malzemelerin ithal edilmesiyle de sonuçlanmıştır. Örneğin, isteğe bağlı olarak paella yapımında kullanılan istakozun bir türü olan kerevit, İskoçya'dan ithal edilmeye başlanmıştır (Macbeth, 2018). Franco diktatörlüğü, Paella'nın ulus kimliğindeki yerini zirveye taşımış ve İspanyol ulusunun mutfaktaki tezahürüne dönüştürmüştür.

İspanyol mutfağının tarihsel gelişimi oldukça uzun bir süreçtir. İspanya kitlesel göçlerin, Amerika'nın keşfinin, savaşların, askerî yönetimlerin etkisi altında kalmış ve bu durum şüphesiz şekilde mutfığa intikal etmiştir. Bu olaylardan bazıları mutfığı olumlu şekilde etkilerken bazıları mutfağın zayıflamasına da sebep olmuştur.

İspanya'nın günümüz mutfağında, bir dönem ülkenin büyük bölümüne sahip olan Endülüs Devleti'nin belirgin mirası vardır. Endülüs'ün yarımada'daki resmi varlığı, 711'den 1492'ye kadar sürmüştür. Endülüs Araplarının yarımada'daki varlığı farklı dinlere mahsup toplumların birlikte yaşamasına imkân sağlamıştır. Özellikle de yarımada'da Yahudi geçmişi 3. yüzyıla kadar uzanırken, İspanya'da kral Chintila 638 yılından itibaren Yahudileri zorla dönüştürmeye çalışmış veya yargılamıştır. 710 yılında Müslümanların yarımada'ya gelişi, 1492'ye kadar Müslüman, Yahudi ve Hristiyan toplumların birlikte yaşamasıyla sonuçlanmıştır. İspanyol toplumunun yerleşimi büyükşehirlerde tamamen karışık bir şekilde veya bir dine mensup köyler, kasabalar şeklinde olmuştur (Spanish Food, 2021b).

Endülüs Devleti'nin 1492'de teslim olması, bölgedeki Yahudi ve Müslümanların Katolik'e dönüştürülmesi veya sürgün edilmesiyle sonuçlanmıştır. Başta Fas, Portekiz, Tunus ve Cezayir olmak üzere bir kısım Müslüman ve Yahudi, 2.Bayezid'in kadirga göndermesiyle Osmanlı'ya sığınmıştır (Hadden, 2013).

## Müslümanların Etkisi

Her gastronomide olduğu gibi İspanyol gastronomisinde de sosyal sınıfa, büyükşehirlere ve kırsal alanlara göre farklı yöntemlerle yemek yapılır, farklı yiyecekler tüketilirdi. Bu anlamda, Endülüs gastronomisi de bir istisna değildir ve zengin çeşitliliğe rastlanır. Özellikle yarımada içerisinde Yahudilerden daha az yasakları olmaları sebebiyle Müslümanların gastronomiye katkıları daha fazladır. Kuzu eti ve kümes hayvanları, bölge Müslümanlarının favori etleridir.

Dar gelirlili Endülüslüler, özellikle kıyılarda yaşayanlar kızartılmış veya tuzlanmış sardalye ve ton balığı olmak üzere bol miktarda balık tüketmiştir. Günümüzde hamsi turşusu ve sardalye bir parça ekmek eşliğinde tapas olarak yenilmektedir ve güney İspanya Endülüs bölgesinde kızarmış balık çok yaygındır.

Üst sınıf Endülüslüler ise herhangi bir dini yasak olmamasına rağmen çok az balık yemiş veya hiç balık ve kabuklu deniz mahsulü yememiştir. Zamanın doktorlarının deniz mahsullerinin kokusu ve güçlü tadı sebebiyle sağlıklı ilgili yersiz kaygıları olmuş ve bu durum, belli bir kesimin yeme alışkanlıklarını etkilemiştir (Spanish Food, 2021b).

Yarımada'da Endülüs gastronomisi genel bir Akdeniz diyeti çizgisi göstermektedir. Domuz eti ve fermente içecekler konusunda katıyet göstermemişlerdir. Diğer bir Müslüman toplum olan Morolar ise İspanya'ya pek çok teknoloji getirmiştir. İspanyollar, alkolü damıtmak için damıtıcıları nasıl kullanacaklarını Morolar sayesinde öğrenmiştir. Morolar, dini sebeple alkol içmemiş fakat parfüm ve tıbbi amaçlar için alkol üretmiş, İspanyollar ise üzüm şirasından likör üretmek için bu teknikleri kullanmıştır (Zucker, 2021).

Araplar beraberlerinde pek çok ürünü İspanyol mutfağına kazandırmıştır. Şekerkamışı, kayısı,

badem, narenciye, ıspanak, pirinç, limon suyu, patlıcan, mercimek, nohut, çeşitli baharatlar önde gelen örneklerdir. Yemeklerden ise soğuk çorba Endülüs orijinlidir. Morolar ise şeker kamışını İspanya’ya getirmiştir ve onu nasıl rafine edeceklerini öğretmiştir. Bu sayede İspanyol keklerinin ve diğer tatlıların oluşmasında belirleyici olmuşlardır.

Zeytinin (*Olea europaea L.*) ana vatanı Hatay-Maraş-Mardin şeridi olarak bilinmektedir (Deliboran vd., 2019). Ege ve Akdeniz kıyılarında Zeytin ağacı yaklaşık 6000 yıl önce yetiştirilmiştir. Girit Kralı Minos’un sarayından MÖ 2500 yılına ait taş tabletlerde zeytin ağacına atıfta bulunmuştur. Zeytin ağacını ilk günümüz İspanya’sına getirenler, Fenikeliler ve Yunanlılardır. Zeytin yetiştiriciliği ve yağ üretimi MÖ 219 yılında bölgeyi işgal eden Romalıların öncü teknikleriyle geliştirilmiştir. Ancak üretimdeki asıl teknik gelişim, Arapların katkısıyla olmuştur (Spain Then and Now, 2021). Sulama hendekleri, sarnıçlar ve drenaj sistemleri, Arapların İspanya’ya kazandırdığı hasat artışı ve verimlilik sağlayan tekniklerdir.

Kuşkusuz Arap ulusal kimliği, kültürel olduğu kadar kullanılan dile de sirayet etmişti. İspanyol kelime hazinesine Arapçadan giren yeni kelimeler olmuştur. Mutfak konusunda önde gelen örnekler albondiga-köfte, aseit-yağ, aceituna-zeytin, arroz-pirinç olmuştur. Meşhur Macaroni aslında Arapça kökenlidir ve Arapça “maekruna”dan gelmektedir. 14. yüzyılda pasta (makarna) yerine kullanılmıştır (Bilingua, 2018). Makarna, 1154 yılında Sicilya’da ortaya çıkmış, İspanya’ya gelişi ise İtalya üzerinden değil, Arapların yarımada getirmesiyle gerçekleşmiştir.

### **Sefarad Yahudilerinin Etkisi**

İspanya’da Yahudilerin varlığı 3. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Ardı ardına Müslüman ve Katolik yöneticilerin karşı politikalarına rağmen

Yahudiler, İspanyol yaşamında önemli rol oynamıştır. Bazı yaklaşımlara göre Sefarad gastronomisinden bahsetmek pek mümkün değildir. Yahudiler, yaşadıkları bölgede buldukları gıdaları ancak yorumlayabilmiştir. Geçmişte üretim darlığı sebebiyle ancak malzemenin mevcudiyetine göre yemek yapılabilmiş. En belirgin özellik, Tevrat’ın domuz etinin yenmesini yasaklaması sebebiyle kuzu etinin şefler arasında en yaygın olan et olmasıdır (Spanish Food, 2021e).

İspanya’daki Yahudilerin genel olarak zengin olduğu ve gastronomi geleneklerinin farklı olduğu göze çarpmaktadır. Örneğin, süt ile et asla karıştırılmamakta, ayrı ayrı hazırlanmaktadır. Hatta bazı Yahudilerin onları birbirlerinden ayrı hazırlamaları için iki mutfağı vardır (Alimentarium, 2021).

Sefarad kültürünün balık tüketimine etkisi belirgindir. Yahudiler arasında balık tüketimi yoğundur. Bu alışkanlık, Hristiyan geleneklerinde balığın cuma günü yemeği olmasıyla da kendini göstermiştir (Bowman, 2014; Language ve Luxury, 2021).

### **Hristiyanların Etkisi**

Hristiyanların ulusal mutfak olarak kabul edilen İspanyol yemeklerine olan etkisi oldukça yoğundur. Uluslararası şöhrete sahip İspanyol domuz jambonu, tamamen Hristiyanların eseridir. Domuz eti, en az ziyan ile pek çok yemeğe birliktelik sağlayacak, ekonomik yönden faydası en yüksek olacak şekilde hazırlanır. Günümüzde domuz etinden yapılan İspanyol jambonunun barlarda tapas olarak yenmesi oldukça turistik bir hal almıştır.

Günümüzde Endülüs bölgesi, deniz ürünleri ve domuz eti yemekleriyle meşhurdur. Fenikeliler tarafından tanıtıldığına inanılan, yoğun olarak meşe palamudu ile beslenen, çiftliklerde serbestçe dolaşan, İber Yarımadasına özgü

siyah yabani domuzlardan 3 yıla kadar dinlendirilerek elde edilen İber jambonu üretilmektedir. Siyah yabani domuzların tamamen safkan olanlarından elde edilen pata negra jambonu, en değerli jambondur. Serrano jambonu ise karma besinlerle beslenen, çiftliklerde serbestçe dolaşmayan, melez beyaz domuzlardan 15 aya kadar dinlendirilerek elde edilen görece daha ucuz bir jambondur (Club Jamonarium, 2021).

Hristiyan etkisi, tatlılar ve şekerler üzerinde şaşırtıcıdır. Rahibeler, geçmişte farklı türlerde tatlı ve kekler yaratmıştır. Zengin ailelerin rahibelerden tatlı, çörek ve kek sipariş ettiği ve bunun bir gelir kaynağı oluşturduğu bilinmektedir. Günümüzde tarifinin sadece manastırlarda bulunduğu bazı tatlılar vardır. Katoliklik İspanya’da popüleritesini kaybettiğinden Lent ve Paskalya gastronomisi yok olma tehdidi altındadır (Spanish Food, 2021c).

Marzipan’ın, 11. yüzyılda kıtlık zamanında San Clemente Rahibeleri tarafından Toledo’da yaratıldığı iddia edilmektedir. Sicilya’da yaratıldığına dair başka bir hipotez de vardır (Hughes, 2015).

### **Amerika’nın Keşfi**

İspanyol mutfağında Arapların İspanya’ya gelişi kadar önem taşıyan olay, Amerika’nın keşfi ile mutfağa kazandırılan yeni malzemelerdir. 1492’de Kristof Kolomb’un Hindistan’a farklı bir yoldan ulaşma girişimi Amerika’nın keşfiyle sonuçlanmıştır. Altın ve değerli taşların yanında yeni gıdalar İspanya’ya kazandırılmıştır. Bugün, İspanyol mutfağı kadar pek çok dünya mutfağının temel malzemeleri olan patates, domates, biber, mısır, fasulye, barbunya, kakao, vanilya, Amerika’nın keşfi ile dünyaya yayılmaya başlamıştır. Ancak aynı dönemde, 1492’de Endülüs Müslümanları ve Sefarad Yahudilerinin sürülmesi ise İspanya’da pek çok yemek hazırlama tekniğinin göz ardı edilmesine ve zamanla körelmesine sebep olmuştur.

Yeni ortaya çıkan malzemeler kısa bir zaman içerisinde toplum tarafından benimsenmemiştir. Yeni malzemelerin yerli halkın damak tadına uyarlanması ve damak tadının bu malzemelere alışması gerekmiştir. Kolay yetiştirilebilir olması, hele ki modern tarımdan çok uzak olan Orta Çağ döneminde çok önemlidir. Örneğin patates, diğer tüm mahsullerden dönüm başına daha fazla üretilmektedir, depolanması kolaydır ve soğuk iklime uygun türleri vardır. Daha sonraları köylüler patatesin diğer avantajlarını fark etmiştir. Örneğin, patateslerin yer altından çıkartılması gerektiğinden, buğdaya göre patatesin vergilendirilmesi ve savaşlarda yağmalanması zordur. Bu durum, savaş dönemlerinde köylünün yiyecek arzını korumuştur. Savaş zamanlarında baş gösteren kıtlık dönemlerinde halkın damak zevkine uygun yemek bulma lüksü yoktur. 1568-1648 yılları arasında gerçekleşen Seksen Yıl Savaşı’nda binlerce İspanyol askeri patatesle beslenmiştir. James Lang’ın “Notes of a Potato Watcher” adlı eseri patatesin 1650’de Belçika, Hollanda ve Lüksemburg’da, 1740’ta Almanya, Prusya ve Polonya’da ve 1840’larda Rusya’da yetiştirilmeye başladığını belirtmektedir (Ortiz, 2020).

Patatesin yaygınlaşmasında sayılan avantajların yanında bazı tesadüfi olaylar da rol oynamıştır. 1574 yılında, günümüzün güney Hollanda topraklarındaki Leiden şehri, İspanyolların kuşatması altındadır ancak İspanyollar geri çekilmek zorunda kalmıştır. İspanyol ordusu, aceleyle yola çıkarken arkalarında tencere yemeği bırakmıştır. Leiden’in açlık çeken insanları, patates, havuç, soğan ve etin alışılmadık karışımını sevmiştir. Günümüzde her 3 Ekim tarihinde Leiden’in kurtuluş günü “Leiden Ontzet” olarak kutlanmaktadır ve bu karışımın adı olan Hutspot çok miktarda tüketilmektedir. Patates, Avrupa’ya tanıtılmasından itibaren genellikle yemek tariflerinde yaban havuçlarının yerini almıştır (Museum De Lakenhal, 2021).

Aztek yemeklerinde önemli bir bileşen olan kırmızıbiber Meksika'dan İspanya'ya getirilmiştir. Yemeklerde yaygın kullanımının yanı sıra 17. yüzyılda sosislerin renkleri, kırmızıbiber birleşimi ile siyah ve kahverengiden kırmızıya dönmeye başlamıştır. Günümüzün en popüler İspanyol sosislerinden biri olan chorizo'nun renginin kırmızıya dönüşü spesifik veya belli grup biber türünün toz haline getirilmesiyle elde edilen paprika baharatı sayesinde (Spanish Food, 2021d).

Dönemin Azteklileri, kakaoyu sade haliyle, acı tadıyla veya ara sıra buğdayla birlikte tüketmiştir. İspanyollar, kakaoyu şekerle karıştırarak muhtemelen dönemin gıdadaki en inovatif fikrine imza atmıştır. 17. ve 18. yüzyıllarda çikolata, zengin sınıfların popüler içeceği haline gelmiş ve İspanyol aristokrasisi ve din adamlarının her saat içtiği içki olarak görülmüştür. Günümüzde güney Amerika kıtasındaki pek çok ülkenin de İspanyol mutfağına benzerlikleri vardır. Örneğin etli yemeklerde, içeriğindeki asit ile eti yumuşatmak için İspanya'da sirke kullanılırken yine aynı amaçla Meksika mutfağında turuncuğiller kullanılır (Nosrat, 2018).

### **İspanyol Altın Çağı**

İspanyol Altın Çağı, sanat ve edebiyatta gösterdiği üstün gelişim sebebiyle, tam kesin başlangıç ve bitiş tarihi olmasa da yaklaşık olarak Amerika'nın keşfi olan 1492 ile meşhur şair, oyun yazarı, asker ve din adamı Pedro Calderon de la Barca'nın 1681'deki ölümü arasındaki dönem olarak kabul edilir (Donquijote, 2021). Dönemin gastronomi gerçeği, zenginler ve soylular için yiyecek bolluğu, fakirler için açlık ve kıtlıktır. Bu dönemde, ilk İspanyol gastronomi kitabı yayınlanmıştır. Pek çok mutfak yazarı yayınlara yapmıştır. Bugünkü bıçak, çatal, kaşık kullanımı ve tabaktaki yemeğe göre

farklı bıçakların kullanılması gelişmiştir. Gelir adaletsizliğine paralel olarak dönem mutfağında uçurumlar vardır. Yoksulların gastronomisi bilgi birikimine ve geleneğe dayalıdır. Gıdaların bulunabilirliğine bağlı olarak tarifler kesin bir formül izlememekle beraber yemek yapımı tarih boyunca kız çocuklarına öğretilmiştir. Kırsallık sebebiyle aileler, çoğunlukla yemek malzemelerini kendi bahçelerinden toplamıştır. Et tüketimi kıttır ve bazen kutlama amaçlı tüketilmiştir. Halk ağırlıklı olarak buğday ve çavdar unundan yapılan ekmekle ve tahıl temelli yemeklerle beslenmiştir. 18. yüzyılda yaşanan kıtlıklara kadar Amerikan malzemeleri İspanyol mutfağında belirgin şekilde yaygınlaşmamıştır. Kıttadaki nüfus artışı sebebiyle yaşanan kıtlık patatesi yaygın bir ürüne dönüştürmüştür. Ülkenin iç kesimlerindeki tuzlanmış balık tüketiminin yaygınlaşması bu döneme denk gelmiştir.

Saraylardaki yemeklerde ise aşırılıklar vardır. Kral ve çevresi yoğun olarak et tüketmiştir. Soylular arasında 17. yüzyıldan itibaren dondurma popüler hale gelmiştir. Dondurma o dönem oldukça masraflı bir tüketim alışkanlığı oluşturmuştur. Sorbe (Fransızca) ya da diğer adıyla Sorbettonun (İtalyanca) Napoli'de İspanyol Genel Vali için çalışan İtalyan Antonio Latini (1642-1692) tarafından ilk kez tarifi oluşturulmuştur. Ayrıca kendisi çoğu mutfak tarihçisi tarafından ilk "resmi" dondurma olarak kabul edilen süt bazlı bir şerbet yapmaktan da sorumludur (Avey, 2021). Ancak Sorbenin aslında Osmanlı'daki yine buz üzerine konulan şerbetlerden ve karsambaçtan esinlendiği ifade edilmektedir (Erke, 2020). İspanya'da sarayın yiyecek bütçesinin büyük kısmı dağlardan getirilecek kara ayrılmıştır. 19. Yüzyılda ise özellikle Madrid'de soğuk bir şeyler içme gereksinimi vardır. Şerbet ve dondurmalar Valensiya'dan getirilmiştir (Spanish Food, 2021a).

## Katalan Mutfağı

Katalan mutfağı, 14. ve 16. yüzyıllar arasında Avrupa’da özel bir yere sahiptir. Katalan aşçıları dönem Avrupa’sında saygınlık kazanmıştır. Katalan mutfağına ait birçok yemek Katalanların ticaretten zengin olduğu Orta Çağ ve Rönesans’ın saray mutfağına kadar uzanmaktadır. Katalan mutfağı, İspanya’nın en zengin ve en karmaşık mutfağıdır. Katalan mutfağını diğer İspanyol mutfaklarından farklı kılan kendine özgü faktörler vardır. Bu faktörleri, flora ve faunada karşılaşılan farklılıklar ve kültürel farklılıklar olarak ikiye ayrılabiliriz.

Katalonya bölgesine coğrafi açıdan baktığımızda Ebro Nehri, İber Yarımadasındaki en uzun ve önemli nehirdir. Güney Katalonya’daki Tarragona eyaletinde bir delta oluşturarak Akdeniz’e akar. Katalan bölgesinin iç kısmında yer alan Pirene Dağları, gastronomik açıdan zenginlik sağlar. İnekler ve keçiler, tereyağı ve peynir için yetiştirilir, domuz yetiştiriciliği de sosis ve salam üretimini sağlar.

Katalonya’nın sızma zeytinyağı İspanya’nın en iyileri arasındadır. Katalonya’daki zeytin ağaçları, İspanya’nın en eskisidir ve 1000 yaşına varan zeytin ağaçları bulunur (Catalan News, 2012). Ayrıca İspanya’nın diğer her yerinden daha fazla yabancı mantar türüne sahiptir. Katalonya’da, zeytinyağı ve domuz yağının bir karışımı geleneksel pişirmelerde kullanılır. Ancak günümüzde domuz yağının kitlesel üretimi kırsalda üretildiği kaliteyi vermemekte ve sağlıklı bulunmamaktadır. Bu sebeple insanların domuz yağından vazgeçtiği görülür. Katalanlar, eti meyve ile ve deniz ürünlerini etle hazırlayarak dünyanın pek aşına olmadığı yaklaşımları uygular. Ayrıca tuzlu ile tatlı ve tatlı ile ekşiye karıştırmaları ile bilinirler. Çikolata tatlı veya tuzlu yemeklerde görülebilir. Kuru üzüm ve çam

fıstığı yaygın garnitürleridir. Yemek yapımında şarap ve brendi kullanıldığı da görülür. Katalan mutfağının dayandığı tarihi anlamak açısından yemek kitapları, günümüzün en önemli göstergeleridir. “Llibre de Sent Sovi” yazarı bilinmeyen, 1324’te yazılmış bir Katalan yemek kitabıdır ve türünün en eski el yazması mutfak kitabıdır. Zaman içerisinde bazı yeni tarifler dâhil edilmiş ve tarif sayısı 220’ye varmıştır. Bu dönemlerde, 1300 yılında “Le Viandier de Taillevent” Fransız mutfağı yemek kitabı, 1330 yılında “Yinshan Zhengyao” Çin mutfağı yemek kitabı, 1350 yılında “Daz Buch Von Guter Spise” Alman mutfağı yemek kitabı, 1390 yılında “The Forme Of Cury” İngiliz yemek kitabı kendi türlerinde en eski eserlerdir. Yazılan yemek kitaplarının tarihlerine bakacak olursak Katalan mutfağının dünya mutfakları arasındaki yeri ve önemi göze çarpmaktadır (Morfin, 2016).

## İspanya’da Gastronomi Turizminin Başlangıcı

Barselona son 200 yıldır bir turistik destinasyon haline gelmekle birlikte gastronomi, Katalonya’nın uluslararası imajının merkezinde yer almaktadır. 19. yüzyılda Barselona, nüfusu Madrid’den az olmasına rağmen hakkında en çok rehber kitap yazılan şehirdir. Katalonya bölgesinin ise İspanya’nın herhangi bir bölgesine göre yayınlanan rehber kitapları sayısında ezici üstünlüğü vardır. Bu kitapların içerisinde Michelin kataloğunun benzerleri olan gezgin restoran kitapları vardır. 19. yüzyılda Katalan yemek kitapları ise yaygın değildir. Bu dönemde yazılan yemek kitapları, Fransız mutfağını anlatan İspanyolcaya çevirilerdir ve İspanyol gastronomisi hakkında bilgi vermektedir. İspanyol yemek kitaplarının yaygınlaşması ancak 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başında mümkün olabildiği (Mercer ve Song, 2020).

İspanya'da rehber kitap endüstrisi, 1840'larda başlamış ve yaygınlaşmıştır. Bununla birlikte turistik gastro milliyetçi rehber kitapları ortaya çıkmıştır. Bu rehberler uluslararası turist çekme girişimleridir ve aynı zamanda Katalan ulusal bilincini desteklemektedir. Barselona'da yemek kültürünün tanıtımı ile Katalan milliyetçiliği birbirine geçmiştir.

On dokuzuncu yüzyılda endüstriyellemenin ve kitlesel turizmin etkileri görünmeye başlamıştır. Tren, gemi gibi toplu taşıma araçlarının gelişimi ardından araba, otobüs ve uçakların katılımıyla gezginler, ekonomik açıdan dikkate alınır bir kitle haline gelmiştir (Morales, 2005). Şehir merkezlerinde yeni restoranların açılması için ortam oluşmuştur. Buna karşın, 19. yüzyıl İspanya'sında turizm tanıtımından sorumlu herhangi bir resmi makam yoktur. Aristokrasiden, burjuva sınıfından uluslararası ziyaretçiler gelmiştir. Şehir mimarisi, üst sınıf oteller, kumarhaneler, kaplıcalar ve Fransız mutfağı eşliğinde gastronomi önde gelen turistik cazibe unsurlarıdır. Ulaşımın gelişmesi ise zamanla ziyaretçilerin yeni destinasyonlara da ilgi duymasını mümkün kılmıştır. Gezginlerin motivasyonu her ne olursa olsun bu ziyaretler, yerli halk tarafından konaklama hizmetleri, hediyelik eşyalar ve hiç kuşkusuz yerel lezzetlerin sunumu için büyük bir pazar oluşturmuştur. Bu durum, yerel halkın kalkınmasına destek olurken diğer yandan yerel kimliklerin güçlenmesine de önayak olmuştur. Bu durum, Katalonya'da yoğun olarak gözlemlenmiştir (Storm, 2017).

Uluslararası turizmin ülkede kendisini göstermesi ve ziyaretçilerin kırsal bölgeleri ziyaret etmeleri ile yeni bir durum cereyan etmiştir. İspanyol yöresel yemekleri henüz uluslararası ziyaretçilerin damak tadı için yeterince uygun değildir. Yöre yemeklerinde aşırı sarımsak kullanımı ve aşırı yağlı yemekler herkese hitap etmemiştir (Guillermo Navarro, 2018). Bu dönemde elit ziyaretçiler, Fransız mutfa-

ğını referans alan restoranları tercih etmiş ve geleneksel olan her şeyden uzak durmuştur. 19. yüzyıla ait bir rehberde yer alan restoran reklamlarında restoranların Fransız mutfağını (daha kesin bir ifadeyle yüksek sınıf Fransız stili saray gastronomisi) veya yoğun olarak İspanyol-Fransız mutfağını birlikte sunması dikkat çekicidir (Storm, 2017).

Pek çok Fransız yemek kitabı İspanyolcaya çevrilmiştir. Bu durum, zamanla restoranlarda Fransız yemeklerinin İspanyol uyarlamalarının sunulmasıyla sonuçlanmıştır. Buna karşın, İspanyol saraylarında servis edilen yemeklerde muhafazakâr kalınarak Fransız mutfak rüzgârına kapılmadıkları görülmüştür. Düşük sınıf İspanyol gastronomisi ise yüzyıllar içerisinde oluşmuş geleneklere dayalı çizgisinden sapmamıştır. Damak tadı sebebiyle yabancıların ilgisini çekme noktasından da uzak kalmıştır.

## **20. Yüzyıl Başlarında İspanya'da Gastronomi Turizmi**

İspanya, 19. yüzyıl sonunda kolonilerini çoğunlukla kaybetmiştir. İspanya'nın tarafsız kaldığı 1914-1918 1.Dünya Savaşı, ekonomik kriz ile biten 1923-1930 General Primo Riviera askerî yönetimi, 1936-1939 İspanya İç Savaşı ve 1938-1945 2.Dünya Savaşı'nın ardından 1939-1975 Franco askerî yönetimi olmak üzere 20. Yüzyıl, İspanya için oldukça çalkantılı sürmüştür. Bu dönemlere paralel olarak ekonomide yaşanan ağır krizler, hükümetlerin turizmi canlandırıcı politikalar geliştirmesi ile sonuçlanmıştır. Dünya Savaşlarında insanlara gıda tedarikinin kesintiye uğramaması amacıyla başta konserve gıdalar olmak üzere gıdanın korunmasına ilişkin araştırmalarda ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu duruma karşın, 20. yüzyılın ilk yarısında yemeğin hazırlanmasına yönelik yöntemlerde veya tariflerde büyük bir değişiklik olmamıştır.

Yirminci yüzyılda İspanya'da turizmin gelişmesi üç bölümde incelenebilir.



1- 1902-1936 yılları arası, XIII. Alfonso monarşisi başlangıcı ve İspanya İç Savaşı'nın başlangıcı arasındaki dönemdir. Pek çok farklı hükümet yönetimini, Primo de Rivera diktatörlüğünü ve İkinci Cumhuriyet yönetimlerini içerir. Devlet girişimlerinin olduğu, modern turizmin ortaya çıktığı dönemdir.

2- 1936-1975 yılları arası, iç savaş ve 2.Dünya Savaşı'nı takip eden Franco diktatörlüğünü kapsayan dönemdir. Kitlesele turizmin baş gösterdiği süredir.

3- 1975-2000 yılları arası, 20. yüzyılın son çeyreğinde İspanya'nın turizmin dünya zirvesine koştuğu dönemdir. Otonom toplulukların turizmde oynadığı roller ve bireysel girişimler dikkat çekicidir (Pellejero, 2004).

Turizm ve gastronomi arasındaki yakın ilişki sebebiyle turizmi geliştirme amacı güden hükümetler aynı zamanda gastronominin de gelişmesine dolaylı veya doğrudan yollarla hizmet etmiştir. Özellikle ekonomik kriz sonrasında kaynak sıkıntısı çeken hükümetlerin turizmi canlandırmaya yönelik politikalarla ekonomiyeye merhem olmaya çalıştıkları görülmektedir. Ayrıca turizmin kendi başına zayıflaması da ülkenin döviz gelirlerini sekteye uğratmakta ve hükümetleri kısa zamanda yeni tedbirlere, uygulamalara ve turizm kampanyalarına zorlamaktadır. 20. yüzyılın başında uluslararası turist ziyaretlerinde önde gelen ülkeler; Fransa, Almanya, İtalya, İsviçre, Belçika, Avusturya'ydı. Bu ülkeler için turizm, önemli bir gelir kaynağı oluşturmuştur. İspanya'da turist sayısının yetersizliği üzerine, turizmin ekonomik potansiyelini gerçekleştirebilmesi ve yabancılar arasındaki yanlış İspanya algısının iyileştirilmesi için Ekim 1905'te Ulusal Turizm Teşvik Komisyonu kurularak turizmde ilk idari teşkilatlanma başlatılmıştır (Morales, 2005).

Ulusal Turizm Teşvik Komisyonu, yaşanan tereddütler ve organizasyon eksikleri sebebiyle

turizmde mucize yaratamamıştır. Turizmin daha etkin bir şekilde ele alınması 1911'de Regia Turizm ve Popüler Sanat Kültürü Komiserliği'nin kurulmasına kadar mümkün olmamıştır. Bu tarihe kadar İspanya'da modern otel sayısının çok sınırlı olması, ulaştırma ve iletişimde yaşanan genel eksiklikler, genel bir turizm stratejisinin olmaması ve turizmde rol üstlenecek kişi ve kurumlar arasında zayıf iş birliğinin yanı sıra otellerin, iletişim ve güvenlik açısından İspanya'nın yurtdışında oldukça kötü bir imajı vardı (Morales, 2005).

Yabancılar için popüler olan ve ziyaretlerinde rol oynayan Endülüs Arap toplumuna ait anıtlar, boğa güreşleri, Flamenko dansları aslında çoğu kendini batılı gören İspanyolların kimliği ile örtüşmemektedir. Bu imajın iyileştirilmesi hatıta değiştirilmesi adına hükümetler, kendi bakış açılarına uygun olarak politikalar geliştirmiştir.

Birinci Dünya Savaşı ve Rus devrimi, solcu hareketleri İspanya'da güçlendirmiştir ve turizm politikaları dâhil pek çok alanda sol görüşler hâkim olmaya başlamıştır. Sol ideolojinin etkisindeki hükümetler uluslararası turistler yerine iç turizmi geliştirmeyi amaçlamışlardır (Storm, 2017). Buna karşın diğer yönetimler uluslararası turizmin gelişmesine odaklanmıştır. Franco rejimi geleneksel imajı tercih ederken demokratik hükümet ülkenin modern, demokratik ve kozmopolit imajını tercih etmiştir. Turizm geliştirme politikalarına savaşlar haricinde çok ender ara verilmiştir.

Aynı dönemlerde İspanyol mutfağı hakkında geniş çaplı araştırmalar boy göstermiştir. Yemeklerin tarifleriyle beraber, hikâyeleri, mutfak stilleri ve geleneklerdeki yeri mercek altına alınmış ve bu durumu İspanyol yemek kitaplarının yükselişi izlemiştir. Bu çalışmalar sayesinde bölgesel mutfakların diğer bölgelere yayılmasının önü açılmıştır. Buna paralel olarak, gastronomisinin gelişmesi, İspanya İç Savaşı'na kadar turistleri cezbeden bir unsur

olarak görülmüştür (Aguirregoitia-Martínez ve Fernández-Poyatos, 2017).

Yerel gastronomi farkındalığı 1920’lerde yemek kitaplarında mutfağın farklı yörelere göre sınıflandırılmasıyla başlamıştır. Beslenme kavramı yaygınlaşarak kalori, vitaminler ve karbonhidrat gibi terimler gündelik dilde kullanılmaya başlanmıştır. 1917’de en meşhur yemek kitaplarından biri olan “La Cocina Practica” (Pratik Yemek) kitabı yazılmıştır. 1918’de İspanya’nın ilk düdüklü ev tenceresi Aragon’da “Olla de Bellvis” adıyla ortaya çıkmıştır. Patent sahibi 1924 yılında düdüklü tencereyle yapılabilecek yemek tariflerini içeren kitap yayınlamıştır (Quick and Carry, 2018). General Primo Rivera döneminde (1923-1930) altyapı yatırımlarına öncelik tanınmıştır. Pek çok İspanyol, Riviera dönemini Franco döneminden daha yumuşak bulmaktadır. Ulaşımın iyileştirilmesi sayesinde gıda ürünlerinin tedariki artık ülkenin farklı bölgelerine uzanmıştır ve koruma yöntemlerindeki iyileşmeler onları daha uzun süre saklamayı mümkün kılmıştır. Kırsal alanlardan büyük şehirlere göç ise yerel yemek pişirme tariflerinin şehirlerde yayılmasına katkıda bulunmuştur.

Bir dizi lüks otel, kral XIII. Alfonso yönetimi altında, 1920’lerin sonunda, bir devlet şirketi olan Turismo de Espana tarafından işletilmiştir. 1926’da geleneksel turist rotalarından uzak yerlerde devlet tarafından işletilen lüks oteller, yerel iklim, peyzaja uygun olabilmeleri için birkaç bölgesel stilde inşa edilmeye başlanmıştır. Ayrıca gezginlere en iyi yerel yemeklerin ve ürünlerin sunulması ve personelin geleneksel kıyafetlerle donatılması önerilmiştir (Storm, 2017). İç savaşın 1936’da başlaması ve ardından gelen Franco diktatörlüğü, özellikle Barselona’da Katalan mutfağı ve Fransız mutfağı aracılığı ile bölgenin turistik açıdan rehber kitaplarla tanıtmasını sonlandırmıştır. Tekrar benzer yayınların Katalan bölgesi için başlayabilmesi ancak yavaş bir biçimde 1950’lerde mümkün ol-

muşken, Fransız üst sınıf mutfakları için 1973’e kadar beklemek gerekmiştir (Mercer ve Song, 2020). İlgili bakanlık, 1939’da otellerin uluslararası damak zevkine uygun yemekler sunmasını tavsiye etmiştir. Otel mutfaklarında uluslararası damak tadına uyum, çok farklı içerikleri olan yöresel yemeklerden ya da güçlü baharatlar içeren yemeklerden kaçınmayı, İspanyol yemeklerinden paella, cocido a la madrilenia (etli nohut) ve İspanyol omletinin servisini tavsiye etmiştir (Guillermo Navarro, 2018).

### **Francisco Franco Yönetimi**

Francro yönetimi dönemince homojen bir toplum yaratma ideali ile azınlıkların dil, kültür ve mutfakları baskı altına alınmıştır. Önceleri uluslararası turizm benimsenmemiş ancak ekonomik sıkıntıların baş göstermesi ile kitlesel turizm yönünde adımlar atılmıştır. Franco döneminin ilk yıllarında Faşist İtalya, Nazi Almanya’sı, Sovyet Rusya’sı gibi iç turizme yönelik gezi turları organize edilmiştir. 1939 yılında işçilere dinlenme seyahatleri düzenlenmiştir (Storm, 2017). 2.Dünya Savaşı çeşitli ürünlerin eksikliğine ve savaş sonrasında ülkenin yeniden inşası kısıtlılara sebep olmuştur. Büyükşehirlerdeki restoranlarda Fransız mutfağından yemekler pişirilmesine rağmen Franco’nun diktatörlüğü sırasında İspanyol mutfağı ulusal kimliğin sembolü haline gelmiştir. Tavuk, patates, makarna gibi ürünler ucuzlamış ve yaygınlaşmıştır. Kavun, İtalyan jambonu gibi gıdalar ithal edilip benimsenmiştir. Karides ve somon ise tanınmaya başlanmıştır.

Francro yönetimi, turistleri ulusal güvenlik ve ahlaki tehlike olarak görmüştür. Bu sebeple yabancı ziyaretçilere birçok engeller çıkarılmıştır (Storm, 2017). Hatta 1950’de Francoist bakan “neden birkaç yabancı gelip bize kıllı bacaklarını göstermesini isteyelim” gibi yabancı düşmanı bir söylemde bulunmuştur (Javier Moreno-Luzón, 2017). Bu açıdan ideolojik olarak

düşman olmalarına rağmen Sovyetler Birliği ile benzer yaklaşımları vardır. Ancak 1950’li yıllarda ülkedeki döviz eksikliği, Franco askeri rejimine turizme daha pragmatik yaklaşımlarını gerektirmiştir.

İspanya’nın tanıtımında 1940’lara kadar edebiyat, opera, tiyatro ve basın kullanılmıştır. 1950’lerde ise radyo, televizyon, sinema ülke imajında etkili olmuştur. Özellikle 1950’lerden sonra ülkenin izolasyonuna bir son vererek Avrupa’ya ve ABD’ye açılmaya yardımcı olabilecek bir dış imaj yaratılmaya çalışılmış ve turizmin tekrar gelişmesine odaklanılmıştır. Folklor, geleneksel kıyafetler, müzik, danslar bu amaca uygun unsurlar haline gelmiştir. 1957 yılında bakanlık, “İspanya Farklıdır” adında tanıtım kampanyası başlatmıştır. Aynı yıl kafeler ve oteller belli düzenlemelere tabi olmuştur.

Yirminci yüzyılın ortalarına kadar, sınırlı sayıda gezgin öncelikli olarak İspanya’nın kuzey kıyısındaki geleneksel yüzme merkezlerini ve iç kısımların tarihi şehirlerini ziyaret etmiştir. 1950’li yıllardan itibaren ise büyük kitleler Akdeniz kıyılarına akın etmiştir. İspanya, ucuz bir güneş kum destinasyonu haline gelmiştir (Storm, 2017). Kültür turizmine teşvik eden devletin girişimlerine rağmen her turist seçimi değiştirilememiştir. Krizler sonrasında milli para biriminin değer kaybetmesi her ne kadar bir rekabet avantajı sağladıysa da bu durum daha çok alım gücü düşük yabancı turistlerin ülkeyi istila etmesi ile sonuçlanmıştır. Ülke imajı seçkin gezginlere hitap eden anıtsal şehirler yerine kalabalık Akdeniz plajları şekline dönüşmüştür. Kitlesele turizmin yaygınlaşması ile 1964’te İspanya, Fransa ve İtalya’nın önünde turizm merkezi haline gelmiştir. Aynı zamanda yerli turistler tarafından iç bölgelerdeki popüler kültüre ilgi artmıştır. İnsanlar sadece anıtlara değil, karakteristik köylere, halk geleneklerine ve yöresel lezzetlerine ilgi göstermeye başlamıştır. Yaz aylarında İspanya’ya akın eden tu-

ristler, geleneksel kabul edilen bazı yemekleri talep etmiştir. Bu dönemde İngilizlerin bir numaralı tatil destinasyonu coğrafi yakınlığı ulaşım kolaylığına dönüşen İspanya olmuştur. Bu ilgede İngiliz Poundunun değerli olmasının büyük etkisi vardır. Güneş yoksunu İngilizler, en yakın güneşe İspanya’nın Akdeniz kıyılarında ulaşmıştır. Hükümet, geniş turist kitlelerini hedef belirlemiştir. Dönemin Enformasyon ve Turizm Bakanı Manuel Fraga, bir diplomat olarak dünyayı gezmiş ve aynı zamanda iyi bir gurme olarak kabul görmüştür. 1965’te kendisinin dâhil olduğu özel turizm faaliyetlerini düzenleyen tüzük çerçevesince “Turistik Menü” (Menu Turistico) oluşturulmuştur. Hedef, öncelikle ziyaretçilere ucuz ve sabit bir fiyattan bir yemek menüsü oluşturmaktır. Bu girişim, aslında Fransa’dan esinlenilmiştir. Menü fiyatı restoranların inisiyatifine bırakılana kadar içeriklerin ucuz kalitesi, bu girişimi başarısız kılmıştır. Yiyecek-içecek servisi yapan herhangi bir kuruluşun meze veya çorba, balık, et veya yumurta, ekmek, meyve, tatlılar veya peynir, çeyrek litre şarap, alternatif olarak sangria, bira, alkolsüz içeceklerden oluşan bir menü yükümlülüğü vardır (Point, 2019). Buna göre:

- Menüyü oluşturan yemekler mümkün olduğunca geleneksel olmalıdır
- Uluslararası üne sahip İspanyol mutfağından seçilmelidir
- Özellikle paella, cocido ve İspanyol omleti olmalıdır.

“Turistik Menü”, günümüzde çoğunlukla “Günün Menü” olarak başta Fransa ve İsveç olmak üzere pek çok ülkede varlığını devam ettirmektedir.

### Demokratikleşme

Bir milyon ziyaretçi sayısı 1950’den 1973’e 34 milyona ulaştı (countrystudies, 2021). 1975 yılında ilk kez Birleşmiş Milletler Dünya Turizm

Örgütü (DTÖ) Genel Kurulu, İspanya Hükümeti’nin daveti ile Madrid’de toplandı ve merkezinin Madrid’de kurulmasına karar alındı (Dünya Turizm Örgütü [UNWTO], 2021). Franco döneminden sonra demokratikleşme adına 1979’da alınan kararlar arasında en önemlisi otonom yönetimlere turizm üzerindeki yetkilerin devredilmesi idi (Guillermo Navarro, 2018). Bunu, İspanya’nın 1982’de resmen NATO üyeliği ve 1986’da AB üyeliği takip etti (Avrupa Birliği [EU], 2021; NATO, 2009).

Otonom yönetimlere yetki verilmesi, yerel problemlerin çözümünde daha hızlı ve etkin adımların atılmasının önünü açmıştır. Katalan özerk topluluğunun siyasi örgütlenmesi olan Generalitat, Katalan mutfağının özellikle de ev yemeklerinin yeniden canlandırılmasında etkin rol oynamıştır (Mercer ve Song, 2020). Uzun yıllar İspanya’nın yerel dillerinden Baskça ve Katalancaya engellemeler getiren Franco rejiminden sonra Generalitat, Katalan dilinin bölge gastronomisinde kullanılmasını, Katalan kimliğinin iyileştirilmesinde kullanmıştır. Generalitat, 2010 yılında “Katalonya Gastronomidir” adında turistik kampanya yapmıştır (Generalitat de Catalunya, 2010).

Katalan mutfağıyla ilgili önemli bir girişim, Katalan Aşçılık Enstitüsü’nün (Fundacio Institut Catala de la Cuina) 1996 yılında mutfak mirasının korunması ve uluslararası alanda tanıtılmasında rol oynama amacıyla kurulmasıdır. Katalan bölgesindeki gıda alanındaki federasyonların, gıda üreticilerinin, restoran profesyonellerinin ve distribütörlerin bulunduğu kâr amacı gütmeyen özel bir vakıftır (Cuina Catalana, 2021). Vakfın girişimlerinden biri Katalan yemek tariflerinin envanterini oluşturmaktır. 2006 yılından itibaren yaklaşık sekiz yıl boyunca 400’den fazla restoran şefi olmak üzere yaklaşık bin kişinin katkısıyla 1.136 tarifli “Corpus de la Cuina Catalana” kitabı oluşturulmuştur. Ayrıca vakfın, UNESCO’nun Katalan mutfağı-

nı “İnsanlığın Somut Olmayan Mirası” olarak tanınması için girişimleri vardır (El Punt, 2011).

Gastronomi sektörünü ilgilendiren bir diğer kâr amacı gütmeyen kuruluş olan Uluslararası Gastronomi, Kültür, Sanat ve Turizm Enstitüsü (IGCAT), 2012 yılında Barselona’nın Sant Pol de Mar kasabasında kurulmuştur. Kuruluş amacı olarak yerel kalkınmaya, sürdürülebilirliğe, farklı kültür ve yemeğe vurgu vardır. Enstitü, gastronomi ile ilgili pek çok etkinlik, ödül, yarışma, toplantı, rapor düzenlemiş ve konferanslara katılım gerçekleştirmiştir. 2016 yılında 4. IGCAT Yıllık Uzmanlar Toplantısı, “Yemek Sanatı: Kültür ve Yemek Çeşitliliği ve Gastrodiplomasi” başlığı altında gerçekleştirilmiştir (IGCAT, 2019).

### **Moleküler Gastronomi**

Yemek, koklama ve tat alma gibi güçlü duyu- ların eşliğinde restoran ortamı ile sinerji oluşturarak müşteriler için duygusal deneyimler yaratmaktadır. Bu kabiliyetle yemek, hedef kitle açısından uğruna daha çok bedelin ödenebileceği deneyimlere, restoranlar için ise özgün pazarlama anlayışları gerektiren bir ürüne dönüşmektedir. Bu çerçevede, yemek deneyiminin sinerjisinde rol oynayan yemeğin malzemesi, yapılışı, sunumu, restoran mekânı ayrı ayrı önem kazanmıştır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra yaşanan başta fizik, kimya ve biyoloji alanlarındaki gelişmeler, mutfaklarda da değişimi getirecekti. Gıdanın temel bilimlere konu olan bir madde veya maddelerin bir karışımı veya birleşimi olması ister istemez mutfağın aynı zamanda bir laboratuvara dönüşebileceğini ortaya koymuştur. Aşçıların laboratuvarında uygulanabilen teknikleri mutfağa taşınması bir başka deyişle disiplinler arasında uygulamaların transferidir. Gerek aşçıların laboratuvarında gözlem yapması gerekse bilim insanlarının mutfakta uygulamalarda bulunması gastronomi alanında daha önce gö-

rülmemiş inovatif rüzgârların esmesine vesile olmuştur. Teknolojinin yardımıyla gıdaların yapıları değiştirilmiş veya daha önce bir arada düşünülmemiş gıdaların bir arada olması mümkün kılmıştır. Tıpkı Amerikan gıdalarının İspanya’da halk tarafından önce benimsenmemesi gibi moleküler gastronomi de önce tartışmalar yaratmış, ancak zamanla mutfaktaki yaratıcılık, restoranların başarısı için olmazsa olmaz haline gelmiştir. Moleküler gastronomi çatısı altında şef ve bilim adamlarının birlikteliği restoranlarda başarıyı getirmiştir. Günümüzde en iyi 50 restoran arasında bulunan restoranlarda moleküler gastronomi uygulamaları yoğun olarak gözlemlenmektedir.

Tartışmalı olsa da moleküler gastronominin doğduğu yer olarak kabul edilen, bir dönemin Michelin 3 yıldızlı restoranı El Bulli’nin hikâyesi, 1961 yılında bir Alman çiftin Rosas kasabasında mini golf kurulumu için bir planlama izni lisansı ile başlamıştır (Vidal, 2020). Mekânın ismi, çiftin Fransız buldok cinsi köpeklerinden gelmiştir. 1964 yılından itibaren fırında tavuk, kuzu budu ve ızgara balık gibi basit yemekler sunan restoran, adım adım birçok Fransız mutfağından örnekler sunmaya başlamıştır. 1981 yılında restoranın yönetimi el değiştirmiştir. 1983 yılında Ferran Adria, geçici olmak üzere şef olarak restorana katılmıştır. Çalışma ortamından memnun kalması üzerine 1984 yılında kadroya katılmıştır. 1987 yılında kendi tariflerini yaratmaya başlamadan önce bir diğer şef Christian Lataud ile Fransız üst sınıf mutfağını yerinde inceleme ve yorumlama fırsatı bulmuşlardır. 1987’de Ferran, mutfaktan kendini tek sorumlu kişi olarak bulmuştur. 1990’da Michelin, 2 yıldızla erişmiştir. 1992 yılında Ferran, restoranda yemek pişirmek zorunda kalmadan, yaratıcı biçimde kendi tariflerini denemeye başlamış ve bu durum, El Bulli yemek atölyesinin temelini oluşturmuştur. 1994 yılında yeni konseptler, yeni teknikler üretme amacına yö-

nelik, bir çalışma standardı ile yaratıcı bir ekip oluşturmuş ve devrimsel bir gelişmeye imza atmıştır (Elbulli Foundation, 2021). 1993 yılına kadar El Bulli, üst sınıf Akdeniz mutfağından akşam yemekleri sunan ve mutfakta yaratıcılık için yeterli finansal gücü sağlayabilen bir restoran haline gelmiştir. 1994’ten itibaren ise müşteriler için tamamen farklı deneyimler sunan Adrea’nın kendi tanımlamasıyla dekonstrüktif yemekler sunan, kreatif avangart mutfak olarak tabir ettiği bir yer haline gelmesi mümkün olmuştur (Michelin Star Blog, 2016; Wocomo-COOK, 2019).

El Bulli restoran, yılın 6 ayı kapalı ve çalışma sezonunda sadece akşamları açıktır. Restoran, kapalı sezondayken Barselona’da açılan atölyede o yıla özel menünün hazırlanması için yenilik arayışında bulunmuştur. Modern mutfağı tekrar ve tekrar yeniden yaratma gerekliliği vardır. Bir yıl jeller ve köpüklere ağırlık verilirse diğer yıl bu formlara yer verilmezmiş. Tüm restoranlardan daha çok deneme yanılma yaptıkları iddiası ile her sezon hedef olarak 45 yeni yemek yaratılır ve bu kapsamda Ferran Adria, bir kreatif direktördür. Yeni pişirme teknikleri, malzemeler, sunum teknikleri, kombinasyonlar arayışına girilmiştir. Pulverizasyon, santrifüj, sous vide, nitrojen ile ani dondurma gibi yeni teknikler kullanılmaya başlanmıştır. Bu noktada restoran resim kitabı basan matbaalar yerine Picasso’nun resim atölyesini andırmaktadır. Mükemmeliyet yerine özgünlük önceliktir. Öyle ki yaratılan deneyimin kendisi yemeğin tek başına lezzetinin önündedir. Yemeğin tadı iyi ya da kötü olabilirmiş.

Yaratıcılık duygusunu vermek, Adrea’nın esas kaygısıdır ve bir noktadan sonra müşterilerin beklentisi de bu yöndedir. Menü içeriğinin sıralamasında müşterilerin duygularını canlı tutmak, şaşırtmak amaçlanmıştır. El Bulli restorana özgü olarak meydana getirilen başlı-

ca yemeklerden gorgonzola küresi, parmesan kristali, vanilya cipsi, hindistan cevizi süngeri, kemik iliği tartarı, şeftali yosunlu cevizyağında mantar, zeytin küreleridir (Wetzel, 2010).

El Bulli restoranın ayırt edici özelliği olarak hâlihazırda bir restoranın her zaman bir takım çalışması olmasının yanı sıra şefler arasında fikirlerin serbest ve yoğun alışverişi varmış. Her öğünde 30-45 arasında farklı yemek vardır. Yemeğin sunumlarında sanatsal, minimalist ve avangart eğilimler vardır. Standart olarak 3 ile 5 saat arasında, bazen daha da fazla yemeğin hazırlanma süresi vardır. Tek vardiyada 55 müşteri için 55 şef vardır (bazı kaynaklara göre bu sayı 50’şerlidir). Gün içerisinde sadece bir servis yapılır (Kurgun, 2017).

Yemek sektöründe bu derece yaratıcılık iddiası kaçınılmaz olarak Adria’yı çok tartışılır bir konuma ve dolayısıyla şöhret ve ekonomik başarıya taşımıştır. Moleküler gastronomi medyada restoranlardaki popülerliğinden daha fazladır. Özellikle uygulanan tekniklere nazaran elde edilen tat, kimi çevrelerce tatminkâr bulunmamıştır (Warwicker, 2014). Bu tartışmaların ötesinde El Bulli, 1997’de Michelin 3 yıldız almasının ardından 5 yıl üst üste dünyanın en iyi restoranı seçilmiştir. 2011 yılında restoranın kapanışa doğru yaklaşık 250 Euro’ya mal olan bir akşam yemeğine yıllık 2 milyon rezervasyon içerisinde ancak 8000 kişi nail olabilmıştır (BBC, 2011). 2004 yılında şef Adria, Time dergisi tarafından dünyanın en etkili 100 insanından biri seçilmiştir (TIME, 2004). Diğer yandan restoranda başka mutfak türleriyle karşılaştırmayacak kadar fazla aşçının olması sürekli eğitimi gerektirmiştir. El Bulli sadece bir restoran değil, aynı zamanda bir aşçı eğitim merkezi olmuştur. Her ne kadar toplam aşçıların %50 ile %80’ini oluşturan stajyerlerin uzun sürelerde, yüksek stres altında ödeme almadan çalışmaları tartışma konusu olsa da (Brunat, 2017) birçok aşçı belli bir süre çalıştıktan sonra başka

yerde çalışmaya başlamış veya kendi restoranını açmıştır. Bu şeflerden pek çoğu daha sonra dünyanın en iyi şefleri olarak seçilmiştir. Çalışanların çok olması, avangart restoran sektöründe yetişmiş iş gücü sayısına katkı sağlamıştır. Bu sebeple buldukları ülkeleri, bölgeleri bir gastronomi merkezi haline getirerek ekonomik açıdan benzersiz katkı sağlamışlardır. “2020 Dünyanın En İyi Şefleri” listesindeki 100 şef arasından 15’i İspanyol’dur. Ayrıca dünyanın en iyi pasta şefi olarak İspanyol Xavi Donnay seçilmiştir (thebestchefawards, 2020).

2021 yılında Katalan bölgesi 55 Michelin bir veya daha fazla yıldızlı restorana ev sahipliği yapmaktadır (catalannews, 2020). Bu sayının 22’sini tek başına Barselona’daki Michelin yıldızlı restoranlar oluşturmuştur. İspanya genelinde ise bu rakam 224’tür (Statista, 2021). Ayrıca rehber, İspanya’da 2000’den fazla işletmeyi önermiştir. İspanya, “2019 Dünyanın En İyi 50 Restoranı” listesinde 7 restoran ile lider ülke pozisyonundadır (theworlds50best, 2021). Listede ABD’den 6, Fransa’dan 5 restoran yer alabilmiştir. Günümüzde yemek turistlerinin bir numaralı destinasyonu olan bu restoranlar, ülke ekonomisi için benzersiz bir önem arz etmektedir. Uluslararası yemek turistleri, yeni deneyimler yaşayarak, şeflerle tanışarak, fırsat bulurlarsa mutfakları ziyaret ederek ve bu aktivitelerini sosyal medyada paylaşımları vesilesiyle hem ülke ekonomisine hem de ülke tanıtımına benzersiz katkı sağlamaktadır.

### **Günümüzde İspanya’da Gastrodiplomasi Gelişimleri ve Uygulamaların Karşılaştırılması**

“Akdeniz Diyeti”, İspanya’nın öncülüğünde İtalya, Yunanistan ve Fas’la birlikte adaylık sürecinin ardından Kasım 2010’da Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras ilan edilmiştir (UNESCO, 2010). Daha sonra

Kıbrıs, Hırvatistan ve Portekiz 2013 yılında listeye dâhil edilmiştir (UNESCO, 2013). Akdeniz diyeti gıda, yemek tarifleri ve sunumun ötesinde yemeğin paylaşılıp, tüketilmesi ile alakalı birçok bileşeni içererek topluluk kimliğiyle bağdaştırılmıştır. Bu çerçevede, seçilen topluluklardan bazıları İspanya’da Soria, Fas’ta Chefchaouen, İtalya’da Cilento ve Yunanistan’da Koroni’dir. İspanya’da Soria eyaleti, Kastilya ve Leon bölgesinin doğu ucunda, kuzey İspanya’da yer almaktadır. Soria, 700 çeşit mantar (Becchi, 2016) ile yılda yaklaşık 350.000 mikolojik turist ve 32 milyon Euro değerinde turizm harcaması ile gastroturizm alanında parlamıştır (Romagnoli, 2018). Kasım 2015’te, İspanya Dışişleri ve İş Birliği Bakanlığı, Tarım, Gıda ve Çevre Bakanlığı, İspanyol Dış Ticaret Enstitüsü (ICEX) ve Turespana iş birliğinde oluşturulan dijital platform “Gastro Marca Espana” yaratılmıştır. Kraliyet Gastronomi Akademisi tarafından seçilen İspanyol geleneksel mutfağında başlıca yemek tarifleri, ünlü İspanyol şefler, seçkin yemek kitapları, bölgesel mutfak örnekleri, aşçılık okulları ve diğer gastronomi olaylarının paylaşılması hedeflenmiştir. Kraliyet Gastronomi Akademisi başkanı Rafael Anson, proje için ülke markasının küresel gastronomideki yerine, İspanya imajının iyileştirilmesine atıfta bulunmuştur (realacademiadegastronomia, 2015). Web sitesinde, ülke sınırları içerisinde 1862 restoran, türlerine göre sınıflandırılmıştır (Fariñas, 2015). Ancak günümüzde gastromarcaespana.es web sitesi çalışmamaktadır. Bu rolü, günümüzde ICEX çatısı altında foodswinesfromspain.com sitesi üstlenmiştir. AB fonlarıyla desteklenen, kamunun bir gastrodiplomasi girişimi olarak sınıflandırılabilir “İspanya’dan Yiyecek ve Şaraplar” web sayfası (foodswinesfromspain.com), üreticilere, tüketicilere, potansiyel yatırımcılara İspanyol gastronomi sektörüne dair yemek tariflerinden, festivallere, aşçılık

programlarından istatistiklere kadar güncel ve çok geniş bilgi yelpazesi sunmaktadır. ICEX, İspanyol şirketlerinin dünyaya yayılmasını ve ülkeye yapılan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını teşvik etmeyi amaçlayan bir kamu işletmesidir. Dünyanın en büyük çevrimiçi alışveriş şirketi olan Amazon ve ICEX, 2017 yılında yiyecek ve şarap satmak ve tüm dünyaya dağıtmak için anlaşmaya varmıştır. Anlaşma sayesinde KOBİ’ler başlangıç olarak İspanya, Birleşik Krallık ve Almanya’da satış yapabilme imkânına sahip olmuştur. Proje, hâlihazırda 170 gıda şirketinin katılımına sahiptir. Zeytinyağı, jambon, konserve sebzeler, balık ve etler, şarap ve diğer alkollü içecekler, ürün gamına dâhildir (ICEX, 2017).

EXPOFOODING Madrid, Gastronomi ve Uluslararası İlişkiler Dünya Konferansı 2016 yılında düzenlenmiştir. Konferans Dünya Gastronomi Enstitüsü ve UNESCO Gıda, Kültür ve Kalkınma Kürsüsü başta olmak üzere belli başlı çok uluslu kuruluşların ve üniversitelerin desteğiyle gerçekleşmiştir. Konferansın iki ana bölümü vardır. Birincisi, seminerler ile akademik çalıştaylar ve yuvarlak masa toplantıları düzenlenmiştir. İkincisi ise ziyaretçilere yönelik ülkelerin gastronomisini tanıtmaya yönelik tadım deneyimleri içeren bir gösteri düzenlenmiştir (Alum, 2016).

ABD’de yine ICEX tarafından 2019 yılında 26.sı düzenlenen “İspanya’nın Büyük Maçı” (Spain’s Great Match), yemek ve şarap etkinliği bir diğer önemli gastrodiplomasi girişimi olarak sınıflandırılabilir. Yıllara göre düzenlendiği şehirler farklılıklar gösterse de Miami, Los Angeles, New York gibi önde gelen şehirlerde ABD’deki en kapsamlı İspanyol yeme içme etkinliğidir. Yeni ve güncel İspanyol gıda ürünlerinin Amerikan tüketicilerine ve gastronomi profesyonellerine tanıtmaya fırsatı oluşturulur (Foods and Wines from Spain, 2019a).

İspanya’nın küresel bilinirliğe ulaşmış şeflerinden Jose Andres ve Adria kardeşler, 2019 yılında İspanya’daki yemek salonlarından ilham alarak tasarladıkları “Mercado Little Spain” adındaki mekânı New York’ta açmıştır. Üç ana restorandan oluşan ve İspanyol yeme içme kültürünün genel bir toplamını sunan mekân, aynı zamanda Adria kardeşlerin modern yorumlarını içermiştir. Adria kardeşlerin ABD’deki ilk girişimi ve 41 milyon dolar başlangıç yatırımı olan proje ile 400 kişiye istihdam sağlamıştır (Foods and Wines from Spain, 2019b). Uluslararası gastronomi kongrelerinin en önemlilerinden sayılan San Sebastián Gastronomika-Euskadi Basque Country, 2021’in Kasım ayında 23.kez düzenlenmiştir. Pandeminin sektöre etkilerinin tartışılmasının yanı sıra Fransız ve İspanyol mutfağı arasındaki yeni yaklaşımlar ele alınmıştır. Bask Ülkesindeki prestijli restoranlardan ve aşçılık okullarından şefler hünelerini göstermiştir (San Sebastian Gastronomika, 2021).

Gastrodiplomasi olarak bilinen, ilk defa Tayland tarafından uygulanan, diplomatik alanda yemeği bir araç olarak kullanarak turizm ve diplomasi alanında fayda sağlanan eylemler, birçok gelişmekte olan ülkeler kadar gelişmiş ülkelere de uygulanmaya çalışılmıştır. Gastrodiplomasi kampanyaları yapan ülkeler kendi şartlarına özgün olarak farklı eylemler yürüterek bu alanda yeni fikirlerin ortaya çıkmasına katkıda bulunmuşlardır. Bu ülkeler, İspanya devletinin takip edebileceği yeni eylem örnekleri de sunmuş olabilirler. Önde gelen gastrodiplomasi uygulamalarından İspanya için yeni uygulama alanları (Zhang, 2015):

- Şeflere yurtdışında ulusal mutfağı tanıtımları sebebiyle vize kolaylığı sağlanması,
- Yurtdışında ulusal mutfak sunan restoranlara belli hedef standartlar göstererek finansal fırsatların sunulması,

- Dijital yayın platformlarında ulusal mutfağı tanıtıcı yayınlara finansal destek olunması,
- Dünya çapında popülerliğe sahip ünlü simaların mutfak tanıtımlarında kullanılması.

Kimisi büyük bütçeler gerektiren bu eylemlerin hâlihazırda mutfağıyla küresel bilinirliğe ulaşmış İspanya için ne kadar gerekli olduğu tartışmaya açıktır. İspanya, AB üyesi olması sebebiyle tarımsal gıda ihracatında avantaj sağlamakta, şeflerin üye ülkelerde çalışma imkânı bulmasıyla hem ülkelerini temsil etmede hem de yeteneklerini geliştirmede uygun ortam bulmaktadır.

### **Sonuç**

Pek çok devlet, turizmin ekonomi açısından önemini kavrayıp sektörün iyileştirilmesi amacıyla düzenlemelere gitmiş, turizm gelirlerinin artırılmasında yeni yollar aramıştır. Her ülkenin turizmde kendine özel avantajları ve dezavantajları vardır. Turizmden daha fazla faydalanmak isteyen ülkeler, kendi şartlarına göre küresel rekabet içinde daha fazla pay almanın mücadelesini vermektedir. Gastronominin turizm sektörü için önemi artmakta ve gastronomi zenginliği olan ülkeler, rekabet avantajı elde etmektedir. Son yayınlanan raporlar, bu durumun daha da kuvvetleneceğini göstermektedir.

İspanya’nın gastronomisi, sahip olduğu coğrafya, iklim, flora ve fauna, sosyal faktörler, coğrafi keşifler, bireysel girişimler ve otonom yönetimlerin katkısı çerçevesince benzersiz gelişim göstermiş ve uluslararası şöhrete kavuşmuştur. Bu durum, İspanya’nın günümüz turizm başarısında şüphesiz rol oynamıştır ve gelecekte de bu durum devam edecektir. Geçmişten farklı olarak İspanya’nın turizmde daha çetin bir küresel rekabet içerisinde mücadele edeceği görülmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin gastrodiplomasi çerçevesinde yürüttüğü kampanya-



lar, dünya turizm sahnesinde İspanya'ya daha çetin bir rekabet ortamı yaratmaktadır.

Sonuç olarak bu araştırmada, dünyanın en çok ziyaret edilen ve dünyada en çok turizm geli-ri elde eden ikinci ülkesi İspanya'nın turizmde büyük avantaj sağlayan gastronomi gelişiminde rol oynayan bileşenler incelenmiştir. Bu çerçevede, İspanya gastronomisinde rol oynayan coğrafya, savaşlar, göçler, coğrafi keşifler, dini kimlikler, hükümet politikaları, demokrasi, bireysel girişimler, AB ve teknoloji gibi bileşenler akademik ve elektronik kaynaklar üzerinden detaylandırılmaya çalışılmıştır. İspanyol gastronomisinin gelişimi derlenirken tarihsel sıralamaya özen gösterilmiştir. Son olarak, İspanya'nın gastronomi ticaret ve tanıtım uygulamaları ile genel gastrodiplomasi uygulamalarının karşılaştırılması yapılmıştır.

İspanya gastronomisi zengin flora ve faunası, asırlarca farklı kültürlerde kitlelerin birlikte yaşamış olması, demokratik gelişimi, bireysel girişimler ve AB sayesinde zengin bir gastronomiye ve bunu ekonomik faydaya dönüştürebilecek imkânlarla sahip olmuştur. İspanya'ya gastrodiplomasi başlığından bakıldığında ise belirgin olarak doğrudan bir devlet önceliği olmadığı, gastrodiplomasının bir dış politika veya turizm kampanyası olarak yürütülmediği görülmektedir. Ancak diğer gastrodiplomasi yürüten ülkelere benzer olarak devletin bir aktör olarak belirli uygulamalarda rol oynadığı görülmüştür.

İspanya gastronomisinin uluslararası tanıtımı adına devlet dışı aktörlerin oldukça etkin rol aldığı görülmektedir. Yerli halk, şefler, dernekler ve şirketler ulusal mutfakın tanıtımında etkin rol oynamaktadır ve bunların merkezi bir yönetim tarafından önceden planlanmış gastrodiplomasi uygulanmalarından belirgin bir farkı yoktur. İspanya, küresel turizm rüzgârını arkasına alarak gerek sahip olduğu ulus kimliklerinin getirdiği

yerel mutfak zenginlikleriyle, gerek avangart mutfak üzerine özelleşmiş, yetişmiş iş gücü ile, gerekse sosyal medya, web platformları ve mobil uygulamaların gastronomi alanında sağladığı yeni imkânlar ile gastronomi alanında kendinden söz ettirmeye ve bunu turizmde avantaja dönüştürmeye devam edecektir.

### Kaynakça

**Aguirregoitia-Martínez, A., Fernández-Poyatos, M. D. (2017).** The Gestation of Modern Gastronomy in Spain (1900-1936). *Culture and History Digital Journal*, 6(2), e019. <https://doi.org/10.3989/chdj.2017.019>

**Alimentarium (2021).** Dietary prohibitions- Judaism- mixing of meat and dairy. <https://www.alimentarium.org/en/knowledge/dietary-prohibitions-judaism-mixing-meat-and-dairy>

**Alum, M. (2016).** Expofooding. <https://www.culinaryspain.es/2016/04/expofooding/#Y-fAmXupBzyR>

**Avey, T. (2021).** Explore The Delicious History of Ice Cream. <https://www.pbs.org/food/the-history-kitchen/explore-the-delicious-history-of-ice-cream/>

**Avrupa Birliği [EU] (2021).** The history of the European Union - 1986. [https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1980-1989/1986\\_en](https://europa.eu/european-union/about-eu/history/1980-1989/1986_en)

**Avrupa Komisyonu [EC] (2020).** Producing 69% of the world's production, the EU is the largest producer of olive oil. [https://ec.europa.eu/info/news/producing-69-worlds-production-eu-largest-producer-olive-oil-2020-feb-04\\_en](https://ec.europa.eu/info/news/producing-69-worlds-production-eu-largest-producer-olive-oil-2020-feb-04_en)

**BBC (2011).** El Bulli, 'world's best restaurant', closes. <https://www.bbc.com/news/world-europe-14352973>

**BBC (2019).** Top 10 foods to try in Spain. <https://www.bbcgoodfood.com/howto/guide/top-10-foods-try-spain>

**Becchi, M. (2016).** Travel. Castilla-León: the mushroom tradition and nature of Soria. <https://www.gamberorossointernational.com/news/travel-castilla-leon-the-mushroom-tradition-and-nature-of-soria/>

**Bilingua (2018).** A Deep Look into Arabic Influence on Spanish. <https://bilingua.io/a-deep-look-into-arabic-influence-on-spanish#:~:text=Arabic%20influence%20on%20Spanish%20cooking%20Spanish%20cooking%20depicts,Spanish%20cooking%20also%20originated%20from%20the%20Arab%20countries.>

**BloombergHT (2018).** Ayhan Sicimoğlu ile Renkler - Barcelona (4.Bölüm). <https://www.youtube.com/watch?v=zpKzIFeb6bs>

**Bowman, J. (2014).** Five Reasons We Should Always Eat Fish on Fridays. <https://catholicvote.org/five-reasons-we-should-always-eat-fish-on-fridays/?fbclid=IwAR3S--WQbCo6DvMA18AZ8QquNOHRWp8gDxtj-BO07fXbFmZtF2kpAoTJjnH8>

**Brunat, D. (2017).** Los chefs Michelin defienden tener becarios sin cobrar: "Para ellos es un privilegio". [https://www.elconfidencial.com/espana/2017-05-01/michelin-arzak-munoz-masterchef-defienden-becarios-alta-cocina\\_1375118/](https://www.elconfidencial.com/espana/2017-05-01/michelin-arzak-munoz-masterchef-defienden-becarios-alta-cocina_1375118/)

**Catalan News (2012).** One-thousand years old olive oil suffers from drought. <https://www.catalannews.com/life-style/item/one-thousand-years-old-olive-oil-suffers-from-drought>

**Catalan News (2020).** Michelin Restaurants Catalonia 2019. <https://www.catalannews.com/culture/item/interactive-map-of-all-michelin-starred-restaurants-in-catalonia>

**Club Jamonarium (2021).** About Spanish Ham: Bellota, Iberico, pata negra & Serrano. <https://www.jamonarium.com/en/cms/7/information-ham-iberico-bellota-serrano-pata-negra>

Conexio (2019). Olive Cultivation in Turkey. <https://www.conexioconsulting.com/tr/olive-cultivation-in-turkey/#:~:text=95%25%20of%20the%20olive%20oil,in%20the%20world%20olive%20production>

**Country Studies (2021).** Tourism. <http://countrystudies.us/spain/69.htm>

**Cuina Catalana (2021).** Qui som? <https://www.cuinacatalana.eu/ca/pag/ficc-qui-som/>

**Deliboran, A., Savran, K., Dursun, Ö., Eralp, Ö., Pekcan, T., Turan, H. S., Aydoğdu, E., Çilgin, İ., Ataol Ölmez, H., Savran, Ş., Nacar, A. S. (2019).** Muğla İlinde Yetiştirilen Zeytin (*Olea europaea* L.) Ağaçlarının Bor ve Mikro Elementler Yönünden Beslenme Durumunun Belirlenmesi, Yaprak ve Toprak İlişkileri. *Uluslararası Anadolu Ziraat Mühendisliği Bilimleri Dergisi*, 1(5), 126-140.

**Demirer, K. (2018).** Kaya Demirer Zirve Açılış Konuşması. <https://www.youtube.com/watch?v=HpTXmeT31pA>

**Donquijote (2021).** The Spanish Golden Age (1492-1659) saw the rise of famed figures such as Columbus, Velázquez, and Cervantes. <https://www.donquijote.org/spanish-culture/history/spanish-golden-age/>

**Dünya Gıda Seyahat Birliği [WFTA] (2020).** The Economic Impact of Food Tourism. <https://worldfoodtravel.org/news-the-economic-impact-of-food-tourism/#:~:text=By%20our%20estimate%2C%20visitors%20spend,spent%20by%20travelers%20in%20general.>

**Dünya Turizm Örgütü [UNWTO] (2017).** 2nd UNWTO Report On Gastronomy Tou-

ism: Sustainability and Gastronomy. <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-05-17/2nd-unwto-report-gastronomy-tourism-sustainability-and-gastronomy>

**Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü [OECD] (2012).** OECD Studies on Tourism Food and the Tourism Experience. [https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/food-and-the-tourism-experience\\_9789264171923-en#page52](https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/food-and-the-tourism-experience_9789264171923-en#page52)

**El Punt (2011).** La cuina catalana vol ser patrimoni immaterial de la humanitat. <http://www.elpuntavui.cat/article/2-societat/5-societat/425722-la-cuina-catalana-vol-ser-patrimoni-immaterial-de-la-humanitat.html>

**Elbulli Foundation (2021).** An emphasis on creativity. <http://elbulli.com/historia/index.php?lang=en&seccion=3&subseccion=7>

**Erke, E. (2020).** Sorbe deyince havalı, şerbet deyince demode mi? <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ebru-erke/sorbe-deyince-havali-serbet-deyince-demode-mi-41519333>

**Farina, F. (2018).** Japan's gastrodiploacy as soft power: global washoku and national food security. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 17(1), 152-167.

**Fariñas, T. (2015).** Gastro Marca España originates to promote the country's gastronomic potential. <https://thediplotainSpain.com/en/2015/11/nace-gastro-marca-espana-para-fomentar-el-potencial-gastronomico-del-pais-2/>

**Foods and Wines from Spain (2019a).** Mercado Little Spain in NYC to Officially Open on March 14th. <https://www.foodswinesfromspain.com/spanishfoodwine/global/whats-new/features/feature-detail/mercado-little-spain.html>

**Foods and Wines from Spain (2019b).** SPAIN'S GREAT MATCH NYC. <https://www>

[foodswinesfromspain.com/spanishfoodwine/global/upcoming-events/trade-shows-detail/FEX2019828502.html](https://www.foodswinesfromspain.com/spanishfoodwine/global/upcoming-events/trade-shows-detail/FEX2019828502.html)

**Generalitat de Catalunya (2010).** Catalonia is gastronomy. <http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2012/06/CataloniaGastronomy.pdf>

**Guillermo Navarro, F. X. (2018).** Stamps, Tourism and Gastronomy: The Role of Gastronomy in Promoting Tourism in Spain Through the Postage Stamp. In: Xavier Medina, F., Trenserras, J. (Eds), *Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives* (p.15-29). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

**Hadden, G. (2013).** *İspanya: Osmanlıya sığınan Yahudilere vatandaşlık daveti*. [https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/03/130308\\_sefarad\\_yahudileri](https://www.bbc.com/turkce/haberler/2013/03/130308_sefarad_yahudileri)

**Herningtyas, R. (2019).** Korean Gastro Diplomacy: Strategy To Enhance Country Promotion Toward Moslem Countries. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 353, 247-252.

**Hosteleria Digital. (2020).** España superó los 70 mil millones de euros de ingresos por turismo en 2019. <https://www.hosteleriadigital.es/2020/02/28/espana-supero-los-70-mil-millones-de-euros-de-ingresos-por-turismo-en-2019/>

**Hughes, D. (2015).** You Can't Meet Barcelona's Cloistered Nuns But You Can Eat Their Cookies. <https://www.vice.com/en/article/aeyymp/you-cant-meet-barcelonas-cloistered-nuns-but-you-can-eat-their-cookies>

**ICEX (2017).** Foods & Wines from Spain Now on Amazon! <http://pre.contenidos.icex.es/spanishfoodwine/global/food/features/feature-detail/spanish-foods-wines-amazon-online-store.html>

- IGCAT (2019).** IGCAT's Story. <https://igcat.org/about-igcat/igcats-story/>
- Javier Moreno-Luzón, X. M. (2017).** *Metaphors of Spain: Representations of Spanish National Identity in the Twentieth Century.* New York: Berghahn Books.
- KPMG (2019).** La gastronomía en la economía española. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/es/pdf/2019/01/gastronomia-en-economia-espanola.pdf>
- Kurgun, H. (2017).** *Gastronomi Trendleri.* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Language and Luxury (2021).** The History of Spanish Food. <https://www.languageandluxury.com/the-history-of-spanish-food>
- Macbeth, H. (2018).** Scottish Langoustines in 2017: A Change in Gastronomic Perceptions and Choices. In: Xavier Medina, F., Trenserras, J. (Eds), *Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives* (p.127-144). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Maurer, M. (2019).** Political cooks or cooking politicians : Spain's golden chance for gastro-diplomacy. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/32517>
- Mercer, L. K., Song, H. R. (2020).** Catalanidad in the Kitchen: Tourism, Gastronomy and Identity in Modern and Contemporary Barcelona. *Bulletin of Spanish Studies*, 97(4), 1-22.
- Michelin Star Blog (2016).** Ferran Adrià. <https://michelinstarblog.wordpress.com/2016/08/25/ferran-adria/>
- Mincotur (2020).** Spain closes 2019 with a new record number of international tourists and spending exceeded €92.20 billion. [https://www.mincotur.gob.es/en-us/GabinetePrensa/NotasPrensa/2020/Paginas/200203np\\_frontur-e-gatur-diciembre.aspx](https://www.mincotur.gob.es/en-us/GabinetePrensa/NotasPrensa/2020/Paginas/200203np_frontur-e-gatur-diciembre.aspx)
- Morales, J.C.G. (2005).** La Comisión Nacional De Turismo Y Las Primeras Iniciativas Para El Fomento Del Turismo: La Industria De Los Forasteros (1905-1911). *Estudios Turísticos*, 163-164, 17-30.
- Morfin, M. (2016).** The 10 Oldest Cookbooks in The World. <https://theculturetrip.com/europe/articles/the-10-oldest-cookbooks-in-the-world/>
- Museum De Lakenhal (2021).** Hutspot, Voor 1574. <https://www.lakenhal.nl/en/collectie-on/3346>
- NATO (2009).** Protocol to the North Atlantic Treaty on the Accession of Spain. [https://www.nato.int/cps/en/natohq/official\\_texts\\_23106.htm](https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_23106.htm)
- Norman, R. (Yöneten). (2018).** The Final Table - Spain S01E02 [Sinema Filmi].
- Nosrat, S. (Yöneten). (2018).** Salt Fat Acid Heat [Sinema Filmi].
- Ortiz, D. A. (2020).** How The Humble Potato Changed The World. <http://www.bbc.com/travel/story/20200302-the-true-origins-of-the-humble-potato>
- Pellejero, C. (2004).** La política turística en España: una perspectiva histórica. *Mediterraneo Economico*, 5, 268-284.
- Point, F. (2019).** The true history of the menu of the day. <https://www.elmundo.es/metropoli/gastronomia/2019/05/27/5cebbe88fdddffdf-438b45a9.html>
- Quick and Carry (2018).** A Brief History of the Pressure Cooker. <https://quickandcarry.com/a-brief-history-of-the-pressure-cooker/>
- Real Academia de Gastronomía (2015).** Presentation of the website Gastro Marca Spain. <https://realacademiadegastronomia.com/noticias-rag/presentacion-la-web-gastro-marca-espana/>

- Romagnoli, M. (2018).** Mycological Tourism in Soria (Spain). Mediterranean Diet Emblematic Community In: Xavier Medina,F., Trenserras,J. (Eds), Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives (p.69-83). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- San Sebastian Gastronomika (2021).** San Sebastian Gastronomika-Euskadi Basque Country will be back at the Kursaal from the 4th to the 6th of October 2021. [https://www.sansebastiangastronomika.com/en/Magazine/Post/edicion\\_2021](https://www.sansebastiangastronomika.com/en/Magazine/Post/edicion_2021)
- Solleh, F. M. (2015).** Gastrodiplomacy as a soft power tool to enhance nation brand. *Journal of Media and Information Warfare*, 7, 167-199.
- Spain Then and Now (2021).** Roman Conquest of Spain/Hispania. <https://www.spainthenandnow.com/spanish-history/roman-conquest-of-hispania>
- Spanish Food (2021a).** 19th Century. <https://www.spanish-food.org/spanish-food-history-19th-century.html>
- Spanish Food (2021b).** Arab Influence. <https://www.spanish-food.org/spanish-food-history-arab-influence.html>
- Spanish Food (2021c).** Christian Influence. <https://www.spanish-food.org/spanish-food-history-christian-influence.html>
- Spanish Food (2021d).** New World New Ingredients. <https://www.spanish-food.org/spanish-food-history-new-world-new-ingredients.html>
- Spanish Food (2021e).** Sephardic Influence. <https://www.spanish-food.org/spanish-food-history-sephardic-influence.html>
- Statista (2021).** Number of Michelin-starred restaurants in Spain as of 2021, by autonomous community. <https://www.statista.com/statistics/749862/michelin-starred-restaurants-in-spain-by-region>
- Storm, E. (2017). A More Spanish Spain: The Influence of Tourism on the National Image. In: Javier Moreno-Luzón & Xosé M. Núñez Seixas (eds). Metaphors of Spain Representations of Spanish National Identity in the Twentieth Century (p.69-83). New York & Oxford: Berghahn Books.
- The Economist (2002).** Thailand's gastro-diplomacy. <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>
- The Best Chef Awards (2020).** Countdown 1-100. <https://thebestchefawards.com/virtual2020/>
- The Worlds 50 Best (2021).** The World's 50 Best Restaurants. <https://www.theworlds50best.com/list/1-50>
- TIME (2004).** The 2004 TIME 100. <http://content.time.com/time/specials/packages/completelist/0,29569,1970858,00.html>
- Türkiye İhracatçılar Meclisi [TİM]. (2020).** Zeytin - Zeytinyağı Sektör Raporu. [https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji\\_Raporlari/Zeytin\\_Zeytinyagi\\_Sektor\\_Raporu.pdf](https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari/Zeytin_Zeytinyagi_Sektor_Raporu.pdf)
- UNESCO (2010).** 2010 Inscriptions on the Representative List. <http://www.unesco.org/archives/multimedia/serie/2010+inscriptions+on+the+representative+list>
- UNESCO (2013).** Mediterranean diet. <https://ich.unesco.org/en/RL/mediterranean-diet-00884>
- UNWTO (2021).** History. <https://www.unwto.org/history>
- Vidal, L. C. (2020).** Molecular Gastronomy. <https://thechicicon.com/2020/11/11/molecular-gastronomy/>

**Warwicker, M. (2014).** Ciencia en la cocina: lo que la “gastronomía molecular” nos enseñó. [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/05/140515\\_cocina\\_molecular\\_finde\\_az](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/05/140515_cocina_molecular_finde_az)

**Wetzel, G. (Yöneten). (2010).** El Bulli: Cooking in Progress [Sinema Filmi].

**WocomoCOOK (2019).** Ferran Adrià about molecular cuisine and his restaurant “El Bulli”. <https://www.youtube.com/watch?v=WoHK-FEq-zCw>

**Workman, D. (2020).** Cheese Exports by Country. <http://www.worldstopexports.com/cheese-exports-country/>

**Worlds Top Exports (2020).** Wine Exports by Country. <https://www.worldstopexports.com/wine-exports-country/>

**Zhang, J. (2015).** The foods of the worlds: Mapping and comparing contemporary gastro-diplomacy campaigns. *International Journal of Communication*, 9(1), 568-591.

**Zucker, S. (2021).** How the Moors Influenced Spanish Cuisine. <https://catavino.net/how-the-moors-influenced-spanish-cuisine/>

## Kültür, Sınıf ve Statünün Göstergesi: Tabak<sup>1</sup>

**Oğuzhan TINMAZ**

İstanbul Aydın Üniversitesi, ABMYO, Aşçılık Programı  
oguzhantinmaz@aydin.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-3734-5219

**Hakan YILMAZ**

Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
hyilmaz5@anadolu.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-8512-2757

Geliş tarihi / Received: 14.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 16.03.2022

### Öz

Yiyecekleri sofraya servis ederken ve yemek yerken kullandığımız işlevsel bir mutfak eşyası olan tabak, sahip olduğu görsel unsurlarla birlikte sofralarımızı süslemektedir. Zaman içinde tabakların yerine getirdiği bu temel işleve ilave olarak, bulundurduğu görsel ve nesnel unsurlarla birlikte farklı kültürlerden gelen, farklı statü ve sınıfa ait kişiler tarafından özdeşleşerek toplumun içinde hiyerarşik ayrışma ve tabakalaşma aracı görevini üstlendiği görülmektedir. Toplum tarafından özdeşleşme sonucu yüklenen anlamlar, tabağı mutfak eşyası olmanın ötesine geçirecek bir iletişim aracına dönüştürmüştür. Toplum içinde oluşan kültürün ürünü olan bu anlamlar, iletişim sürecinin bir parçası olarak insanların tercihlerini objelerle ilişkilendirmesine yol açmıştır. Tabağa yüklenen anlamı bulmaya yönelik hazırlanan bu çalışma, tarihsel süreçte kültürel açıdan tabağı ele alarak, sınıf ve statü çerçevesinde yüklenen anlam ile tüketim tercihlerindeki paralellığe dikkat çekmektedir.

*Anahtar Kelimeler: Gösterge, kültür, mutfak kültürü, sınıf, statü, tabak*

### Sign of Culture, Class and Status: Plate

#### Abstract

The plate which is a functional kitchen utensil that we use while serving food to the table and eating, decorates our tables with its visual elements. In addition to the basic function that plates fulfill, it is seen that they are a hierarchical separation and stratification tool in the society by being

<sup>1</sup> Bu çalışmanın özeti Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresinde (UGTAK, 19-21 Eylül 2019) bildiri olarak sunulmuştur.

identified by people from different cultures, belonging to different statuses and classes, together with visual and objective elements. The meanings attributed by the society as a result of identification have transformed the plate into a communication tool by going beyond being a kitchen utensil. This meaning, which is the product of the culture formed in the society, has led people to associate their preferences with objects as a part of the communication process. This study, which is prepared to find the meaning attributed to the plate, deals with the plate in the culinary culture in history and draws attention to the parallelism of the meaning attributed by class and status and consumption preferences.

**Keywords:** *Sign, culture, culinary culture, class, status, plate*

## **Giriş**

İnsanlar ihtiyaçları doğrultusunda yaşamlarını kolaylaştıracak eşyalar geliştirmiştir. Bu eşyalardan biri olan tabak, sahip olduğu işlevsel özellikler ile insanların hayatını kolaylaştırmıştır. Mutfakta hazırlanan yiyecekleri sofraya servis etmekte kullanılan yassı ve genellikle ortası çukur mutfak eşyası olan tabak (Hutton, 2020; Silva, 2003), farklı malzeme, boyut, şekil, renk ve desenlerde üretilmektedir. Tabaklardaki bu çeşitlilik işlevsel bir mutfak eşyası olan tabaklara farklı anlamlar yüklenmesine yol açmıştır. Bu anlamlar, tabakları zamanla toplum içinde varlığını sürdüren “kültür” ile tabakalaşma unsuru olan “sınıf” ve “statünün” göstergesi haline getirmiştir. Bu çalışmanın amacı, uygarlığa giden yolda tabaklara yüklenen anlamları ortaya çıkartmaktır.

## **Gösterge**

Tabak, işlevselliğiyle birlikte üretiminde kullanılan malzeme, ulaşılabilirlik ve üretim maliyeti gibi iktisadi değişkenler nedeniyle farklı maddi değerlere sahiptir. Bu değerler, işlevselliğinin dışında tabaklara yeni anlamlar kazandırmaktadır. Bu yeni anlamları anlayabilmek, toplumların nesnelere olan iletişim sürecini çözümlenmekle mümkün olabilmektedir. Bu anlamları çözümlen “göstergebilim”, tabakların iletişim döngüsünde anlam kazanması sürecine yol göstermektedir.

Göstergebilim, İngilizce söylendiği biçimiyle ‘semiotics’, dilbilimci Ferdinand de Saussure tarafından ilk defa ön gerçek olarak ortaya atılmıştır. Kendisi bir dil bilimci olan Saussure, dil bilimini de kapsayacak genel bir gösterge biliminin ortaya çıkacağını öngörmüş ve bu bilimi, ‘semiologie’ olarak adlandırmıştır (Barthes, 2018). Göstergebilim, “kültürel olguları iletişim süreci olarak inceleyen ve tüm dizgelerin okunabilmesine olanak tanıyan bununla birlikte ‘anlamın’ oluşmasına yardımcı olan bilim dalıdır” (Ertan ve Sansarcı, 2017: 21). Bu bilim dalının ortaya çıkmasında ise ‘insanların ses dışındaki nesnelere nasıl anlam yüklediği’ sorusu, başat role sahiptir. Bu sorunun yanıtı için nesnelere toplum içinde kullanımının kültürel ve sosyal yönlerinin incelenmesi gerekmektedir.

“En eski tanımlara göre de gösterge, bir şeyin başka bir şeyin yerini almasıdır” (Eco, 2019: 81). Burada yerine geçen “anlam” iken yerine geçilen ise “nesnenin işlevidir”. Anlam, varlığını sürdürebilmek için nesneye ihtiyaç duyar. Böylelikle anlam, nesnenin işlevsel özelliğini arka planda bırakmaktadır. Anlamın yüklendiği işlevsel nesne ise aslında bir üründür. Bu ürün, nitelik kurallarına bağlı kılınmış, standartlaştırılmış, biçimlendirilmiş ve belli ölçülerde üretilmiş olan maddedir (Barthes, 2018). Diğer bir ifadeyle nesne, toplum içindeki tüketim öge-



sidir. İşlevselliği göz önüne alınarak tüketime sunulan tabak, ihtiyaç doğrultusunda çoklu üretim metası haline gelebilmektedir. Bu meta, çoklu üretim yoluyla öznel ve tek olmaktan çıkarak toplumsala doğru evrimleşmektedir. Göstergibilimin konusu olan nesne ise toplumsal olandır. Toplumda yer alan bireyler tarafından anlaşılabilen, toplumun nesnelere kattığı anlamlar bütünüdür. Nesnelerin üretilip toplum tarafından kabul görmesi, anlamın yüklenmesinin ilk adımını oluşturur. Nesnenin anlatmak istediği aynı zamanda kültürün bir ürünü olan anlam, insanlar arasındaki iletişim sürecinin bir parçası olup göstergeler yoluyla bizi etkilemektedir.

Göstergelerdeki anlamın kavranışı algımızla, algımız ise toplum içinde edindiğimiz deneyimlerle şekillenmektedir. Deneyimlerimizi etkileyen başlıca unsurlar ise toplum içinde yer alan psikolojik, kültürel ve sosyal faktörlerdir. Bu faktörler, bir bütün olarak algımızı şekillendirmektedir. Bunun birlikte anlamı algılamamızı sağlayan bir diğer faktör olan “gösterge, gösteren ve gösterilenden oluşan toplumun adıdır” (Ertan ve Sansarcı, 2017: 26). Göstergede, duyumsal olan tabak ‘gösteren’ iken zihinsel olan kültür, sınıf ve statü, ‘gösterilen’ görevini üstlenir. Göstergelerde ‘gösterilen’ ise nesnenin zihinsel bir tasarımıdır. Fiziksel olan nesnelerin gösterilenleri, büyük ölçüde alıcıya yani nesnenin okuruna bağlıdır” (Barthes, 2018). Zihinsel ve nesnel olanın arasındaki ilişkiden oluşan gösterge toplumun içinde doğar, toplum ile şekillenir. Toplum tarafından anlamlandırılan bu ilişkiler bütünü, kodlanarak toplumdaki bireyler tarafından çözümlenmektedir.

Uyarıcı olan göstergenin uyandırdığı imge, zihnimizde başka bir uyarıcının imgesine bağlanır, “göstergenin işlevi iletişim doğrultusunda imgeyi canlandırabilmektir” (Guiraud, 2016). Bunun sonucunda imge, yeniden anlamlandırılabilir.

Gösterge, toplumlar ve toplumda yer alan tüketiciler tarafından bir araç olarak kullanılmaktadır. Bazı tüketiciler, ihtiyaçları olmayan ürünleri yalnızca taşıdığı semboller ve bu sembollere yüklenen statü göstergelerinden dolayı tüketmek istemektedir (Ertan ve Sansarcı, 2017: 40). Bu tüketim ürünlerinden biri olan tabaklar, taşıdıkları anlam göz önüne alınarak tüketilmektedir. İşlevsel olarak altın tabak ile cam tabak arasında hiçbir fark yoktur. Ancak anlamsal olarak bakıldığında altın tabak; zarafeti, zenginliği ve lüksü ifade ederken, toplum içinde gösteriş nesnesi olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla, “yemek yediğimiz tabakların her zaman için bir anlamı vardır” (Barthes, 2018: 197). Bu anlam da kültürle birlikte şekillenmektedir.

### **Kültür**

Sofralarımızı süsleyen tabaklar, zamana, bölgeye ve kültüre ait mutfağı tüm diğer unsurlardan fazla yansıtır (Wood, 1999). Tabaklara verilen değer ve anlam, içinde bulunduğumuz kültür tarafından şekillenmektedir. Kültür, toplumun ortaklaşa sahip olduğu, davranışa yansıyan, o davranışı yaratan ve yorumlamada kullanılan, öğrenme yoluyla aktarılacak toplumsal sürekliliği sağlayan görüşler, davranışlar ve değerler bütünüdür (Haviland, Prins, Walrath ve McBride, 2008: 103; Kartarı, 2016: 29; Kottak, 2016: 3; Lavenda ve Schultz, 2019: 41). Tabaklar, işlevsel olarak aynı amaçla kullanılsalar da toplumlar tarafından farklı algılandıkları için farklı değerler kazanmaktadır. Bu değerler, zamanla tercihlerimizi de etkileyen imge ve objeler haline gelmektedir. Farklı şekil ve renkleri ile masadaki yerlerini alan tabaklar, kişilerin tarz ve zevklerini ifade etmelerini sağlamaktadır (Riegler, 2011). Bununla birlikte “tüketim alanındaki tercihler, insanın kendisini titiz bir şekilde kültürel objelerle ilişkilendirme becerisinde bir gelişme olarak değerlendirilmektedir” (Riesman, 2016: 104). Aynı zamanda bu gelişmeler, toplumdaki farklı mutfak kültürlerinin etkisiyle

değişerek yeniden şekillenmektedir. Görülen bu değişimlerin başlıca nedeni, toplumların geçmişten gelen inanç, değer, ritüel ve bilgi birikimi arasındaki farklılıklardır. Bu farklılıklar, birbirinden ayrı kültüre sahip insanlar tarafından fark edilebilir ve aradaki ayırım gözlemlenebilir. Bunun en güzel örneklerinden biri 17. Yüzyılda Japonya’da görülmüştür. “Kutsal imparator (Mikado), tüm evreni yöneten güneş tanrıçasının bedenleşmiş hali olarak görülmekteydi. Mutfağına gelince: Mikado’nun yemeklerinin her gün yeni kaplarda hazırlanması, sofrasına da her gün yeni tabaklarla sunulması gerekiyordu. Genelde sade ve kilden yapılmış kaplar ve tabaklar bir daha kullanılmamakta, çoğu zaman kırılmaktaydı. Bunun nedeni Japonların dinsel inançlarına göre, sıradan bir insan yiyeceğini bu kutsal tabaklardan yiyecek olursa, şişer ve ağzını boğazını yakardı. Kapların imha edilmesi, onların sıradan insanların ellerine geçmesini önleyen bir pratikti” (Ünsal, 2020: 66).

Tabakların kullanım amacı ile tasarımı arasındaki bağlantı ise ihtiyaçtan doğan kültürel etki çerçevesinde şekillenmektedir. Bunun başlıca örneği, Batı toplumlarında daha çok yassı tabaklar kullanılırken Uzak Doğu’da mutfak kültürünün etkisiyle tabaklar derinleşmekte ve kâseye benzer bir forma dönüşmektedir. Orta Asya ve Arap Yarımadasında ise sofraya konulan tabak, sofradakiler tarafından ortak kullanılmakta, bununla bağlantılı olarak tabakların çapı genişlemektedir. Görülen bu değişimler, kültürün getirdiği ihtiyaçlar doğrultusunda tabakların yeniden şekillenmekte ve yeni değerler kazanmakta olduğunu göstermektedir. Bunun içindir ki “ürünlerin çoğu toplumsal değerlerini, toplumsal kullanımları içinde kazanmakta” (Bourdieu, 2017: 39) olduğundan kültürün vermiş olduğu bu değer, tarihin vermiş olduğu değerle paralellik göstermektedir. Bu da kültürün tarihin bir yansıması olduğunu göstermektedir.

## **Tarihte Tabak**

Uygarlığın tarih sayfalarında yer alan tabak, toplumlara ait kültürlerin ortaya çıkış sürecine ışık tutmaktadır. Zengin tarihi ile tabak, geçmişte yaşanan endüstriyel gelişim, ekonomik politikalar ve sosyal rekabeti kapsayan geniş bir alana yayılmıştır (Smith, 2007). Tarihsel süreçte farklı coğrafyalar arasında ticaretin yaygınlaşması, yaşanan ekonomik ve endüstriyel gelişmeler, tabağın insan kültürü üzerinde daha etkin rol oynamasını sağlamıştır. Kültürün etkisi ile toplum içinde yeni anlamlar kazanan tabağın sahip olduğu göstergeler, tabağın tarih sürecindeki yolculuğunun çözümlenmesi ile ortaya çıkarılabilmektedir.

Arkeolojik kazılarda kullanılan Karbon-14 tarihlenmesine göre M.Ö 5850-5600 tarihlerine kadar Çatalhöyük’te pişirilmiş çanak çömlek bilinmiyordu. Bu dönemde insanlar, tabak yerine taştan kaplar, ağacın yontulması ile elde edilen kaplar ve geçirgen olmaması için içi kille sıvanmış örme sepetler kullanmıştı (Pray Bober, 2014). Bu dönemden sonra imal edilen ilk çanak, çömlek ve tabaklar ise kilin şekillendirilip kurutulması ile elde edilmiştir. Bunun başlıca nedeninin ise kilin tüm dünyada bulunabilir oluşu ve şekillendirildikten sonra güneşte kurutulmasının çok fazla bilgi ve beceri gerektirmiyor oluşu gösterilmektedir (Riegler, 2011). Sonuçta üretim malzemeleri ve tekniği farklılık gösterse de işlevsel amaç bugün de kullanılmakta olduğumuz tabaklarla aynıdır.

Antik Çağa gelindiğindeyse “düz ve çukur tabaklar, pişmiş toprak ya da değişik değerlerdeki metallere imal edilmeye başlanmıştır” (Montagné, 2005: 1035). Değişimin başlıca nedeni tabağın yapımında artık ateşin de kullanılıyor olmasıdır. Lidya’nın başkenti Sardis’te yapılan kazıda “zenginliğiyle ünlü Lidya Kralı Kroisos (MÖ 595-546) döneminden kalma, otuz tören

yemeği bulunmuştur. Her birinde toprak tence-  
renin yanı sıra bıçak, şarap testisi, kadeh ve ye-  
mek tabağı vardır” (Pray Bober, 2014).

Antik Çağa ait bu eşyalar, yönetici sınıfın  
sofrada kullandığı eşyaların çeşitlenip zengin-  
leştiğini göstermektedir. Avrupa’da ise “MÖ 5.  
Yüzyılda yiyecekleri daha lezzetli kılan birçok  
icattan sorumlu olan Galyalılar, kalaylı tabak-  
lar ile gümüş tabaklar kullanmaya başlamıştır”  
(Toussaint-Samat, 2009: 334). Antakya civa-  
rında yapılan başka bir kazıda ise bir Roma  
villasında çıkan mozaik üzerindeki yemek be-  
timlemesinde yuvarlak ve dikdörtgen gümüş ta-  
baklar yer almaktadır (Pray Bober, 2014: 223).  
Orta Çağ Avrupası’nda “sofralarda yemeklerin  
masaya servis edildiği büyük tahta tabaklar ol-  
masına rağmen herkesin önünde tabak yer al-  
maz, tabak yerine birkaç günlük olan bayatla-  
mış ve dikdörtgen olarak kesilmiş tam buğday  
ekmekleri kullanılmaktaydı. Sıvı yiyecekler ise  
masada yemek yiyenlerin paylaştığı kaselerde  
servis edilmekteydi” (Civitello, 2008: 77).

İtalya’da başlayan Rönesans Dönemi’nin etkisi,  
kendini sofralarda da göstermiştir. “15. Yüzyıl-  
da İtalya’da sofradaki herkese ayrı tabak ve-  
rilmeye başlanması bu döneme rastlamaktadır.  
Fransa’da ise tabak olarak kullanılan büyük ek-  
mek dilimlerinin yerini ancak 16. Yüzyıldan iti-  
baren bugün kullandığımız tabaklar alabilmiş-  
tir” (Rebora, 2001: 161). İtalya’da 16. Yüzyıl  
sonrasında ise sır ile kaplı seramik tabaklar po-  
pülerlik kazanmıştır. İtalya’da başlayan tabakla-  
rı sır ile kaplama işlemi sonraki yüzyıllarda Av-  
rupa’nın kuzeyine yayılmıştır (Riegler, 2011).  
Sırlanan seramik tabaklar sahip oldukları beyaz  
zemin ile renkli yüzey tasarımlarının önünü  
açarak işlevsel olan tabağa dekoratif görünüm  
kazandırmıştır. Seramik çamurunu ince bir ta-  
baka şeklinde kaplayarak onun üzerinde eri-  
yen kaolen, kuvars, feldspat ve magnezit gibi  
maddelerden oluşan ve seramiği dış faktörlere  
karşı sağlamlaştırarak seramiğin sıvı emmesini

engelleyen camsı tabakaya sır adı verilmektedir  
(MEGEP, 2007: 3).

İlk olarak Çin’de Han Hanedanlığı döneminde  
(MÖ 202 - MS 220) yapıldığı düşünülen Çin  
porselenleri, 16. Yüzyılın başında Çin ile tica-  
rete başlayan Portekizliler tarafından gemilerle  
Avrupa’ya getirilmiştir (Boston Tea Party Ships  
and Museum, 2021). 17. Yüzyılda ise Hollanda  
ve İngiliz Doğu Hindistan şirketleri kurulmuş  
ve değerli Çin porselenleri, daha fazla miktar-  
da Avrupa’ya ulaşmıştır (Riegler, 2011). Bunun  
sonucunda birçok Avrupalı bu mavi işlemeli be-  
yaz tabaklar ile tanışma imkânı bulmuştur. Av-  
rupalıların Çin porselen tabaklarını taklit edip  
çoğaltmak için birçok girişimde bulunmasına  
rağmen ham madde kalitesine ve Çin üretim  
tekniklerine sahip olamamaları, başlarda bu gi-  
rişimlerin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden  
olmuştur. Başarı elde edilene kadar Çin’den  
gelen bu tabaklar, Avrupa’da çok pahalıydı. Bu  
nedenle sadece yöneticiler ve varlıklı insanlarca  
kullanılabiliştir (Riegler, 2011).

“18. Yüzyıla kadar tüm Avrupa yüzyıllardır  
kullandıkları Çin’den gelen narin, güzel ve son  
derece pahalı porselen tabakları çoğaltmanın bir  
yolunu arıyordu. Bu tabakların yapımı Çin’in  
devlet sırrı olarak saklanmaktaydı” (Civitello,  
2008: 188). Bu sır, ancak 18. Yüzyıla kadar  
Çinliler tarafından saklanabildi ve Avrupalılar,  
Çin’in ünlü porselen tabaklarını üretmenin yo-  
lunu buldular. “1710 yılında Almanya’da porse-  
len patenti alınarak, Meissen’deki Royal Saxon  
fabrikasında üretime başlandı” (Civitello, 2008:  
188). “Tabakların üretimi o kadar çok gizli tu-  
tuluyordu ki üretimde çalıştırılan tüm işçiler  
sağır ve dilsizdi” (Civitello, 2008: 188). Ancak  
fabrikanın bu sırrı çok uzun süre gizli kalama-  
dı, “1719’da Avusturya’da, 1738’de Fransa’da,  
1743’te İtalya’da ve 1744’te İngiltere’de yeni  
porselen fabrikaları açıldı” (Civitello, 2008:  
188). Tüm bu gelişmeler, Avrupa’da kaliteli por-  
selen tabaklara ulaşılabilirliği artırarak porselen

tabakların değer kaybetmesine yol açtı. Osmanlı İmparatorluğu'nda ise tabak kullanımı 19. Yüzyıla kadar Orta Doğu mutfak kültürüne paralel bir şekilde gelişim göstermiştir. “Osmanlı döneminde yemek tabakları genellikle çukurdu. Bakır veya çiniden yapılı, sofrada herkese ayrı tabak verilmez, ortaya konan sahan, lenger (yayvan ve derinliği az bakır kap), tabak veya kaselerden sofradakiler birlikte yendi. Sofranın kenarına da küçük tabaklar içinde salata, zeytin, turşu gibi yiyecekler konurdu. Sokakta satılan salata, muhallebi, pelte gibi yemekler ise müşterilere tek kişilik tabakalarda sunulurdu” (Mary Işın, 2017: 370).

Osmanlı sarayında padişahların kullandığı tabaklar ise zaman içinde farklı bir değişim sürecinden geçmiştir. Roma Germen İmparatorluğu'nun İstanbul'a gönderdiği elçinin mahiyetinde olan din adamı Salomon Schweigger tarafından yazılan eserde, 16. Yüzyılda padişahın (II. Murad) porselen tabakta yediğini, oysa atalarının saf altın tabakta yemeklerini yediğinden bahsetmektedir (Schweigge, 2014). 15. Yüzyılda II. Murad'ın yemeklerini yaldızlı veya altın tabakta yemesi (Koçak, 2018), Schweigger'ı doğrular niteliktedir. İznik çinileri ise ancak 17. Yüzyıldan sonra Osmanlı sarayına girebilmiştir. Bunun başlıca nedeni, “sultanların yemeklerini çini yerine daha çok gümüş ve altın tabakta yemeyi tercih etmesiydi. Ayrıca yiyecekteki zehri tespit ederek etkisiz hale getirdiğine inanılan soluk yeşil porselen tabaklar da bu dönemde sarayda kullanılmıştır” (Rogers, 1986: 117). Birçok kayıta adı geçen değerli ve yeşim renkli Çin porseleni tabaklar ise renklerini demir oksitli bir sırdan almakta ve kayıtlarda ‘saledon’ olarak geçmektedir. Bu tabaklardan Topkapı Sarayı'na ait koleksiyonda yaklaşık 1300 parça yer almaktadır (Singer, 2015). Koleksiyonda günümüze ulaşan İznik çini tabakları ise daha az yer kaplamaktadır. Porselen tabaklara göre daha az olmasının nedeni, porselen tabakların depreme, yangınlara ve çalınmaya

karşı daha iyi korunmuş olmasıdır. Kanuni Sultan Süleyman'ın porselen tutkusu nedeniyle bu değerli ve nadide parçalar son derece korunaklı mahzenlerde saklanmıştır. Böylece çok daha az dolaşıma girmiştir. Bu sayede Topkapı Sarayı yaklaşık 10.700 parça ile Pekin ve Dresden'den sonra en zengin Çin ve Uzak Doğu porselen koleksiyonuna sahiptir (Singer, 2015). Osmanlı İmparatorluğu'nda tabak kullanımı ile ilgili en köklü değişim ise Tazminat Fermanı ile gerçekleşmiştir. “Tombak kapaklı Çin porselenlerinin saray sofrasında yerini almaya başlamasıyla beraber bakır kap kacağın hâkimiyeti yavaş yavaş azalmaya, Tanzimat ile beraber (1839) Batılılaşmanın etkisiyle yemekler masada yenmeye, günümüzdekine benzer sofraya takımları kullanılmaya başlanmıştır. Bakır kap kacak saray sofrasından çıkarken, halk da ucuzluğu ve kullanım kolaylığından dolayı ilk başlarda alüminyum ve emaye sonraları ise çelik kapları tercih etme yoluna gitmiştir” (Soysal, 2011, 42).

Tarihsel gelişim ve değişim sürecinde 19. Yüzyılda yaşanan endüstriyel gelişmeler, tabakların geleceğini de şekillendirmiştir. Endüstriyel gelişmelerde kırılma noktası olan sanayi devrimi sonrası kâğıt ve plastik tabaklar 20. yüzyılın başında üretilmeye ve evlerde ucuz mutfak eşyası olarak kullanılmaya başlanmıştır (Riegler, 2011). Bu gelişmelere paralel olarak yine 20. Yüzyılın başlarında görülen cam endüstrisindeki gelişmeler cam eşya üretimindeki miktarın artışı mümkün kılmış ve cam tabak üretimiyle kullanımında artış yaşanmıştır. Tabaklarda görülen diğer bir köklü değişim ise beyaz tabakların yerine renkli tabakların kullanılmaya başlanması olmuştur. “1936'da beş farklı renkte (kırmızı, kobalt mavisi, açık yeşil, sarı ve fildişi) tabak Honer Laughlin Co. tarafından piyasaya sürülmüş ve büyük beğeni toplamıştır” (Riegler, 2011: 46). Daha yakın bir döneme gelindiğinde ise çevre bilincindeki artış tabak kullanımı ve çeşitlerinde değişimin önünü açmıştır. 2003 yılında Rachel Speth ve Jeff Delkin,

Bambu'yu kurmuştur. Ürettikleri tek kullanım-  
lık organik tabaklar, kâğıt ve plastikten üretilen  
tabaklara göre daha çevreci bir rol üstlenerek,  
tek kullanımlık diğer tabaklara ciddi bir rakip  
olmuştur (Riegler, 2011).

### **Sınıf ve Statü**

Toplum içinde yaşanan eşitsizlikler, ayrışma-  
ya ve sosyal tabakalaşmaya neden olmaktadır.  
Bu tabakalaşma, toplumda kendini sınıf ve sta-  
tü olarak göstermektedir. “Sınıf tabakalaşması  
daha çok üretim ve mülkiyet ilişkilerine, statü ta-  
bakalaşması ise özel hayat tarzlarının temsil et-  
tiği tüketim biçimlerine göre belirlenmektedir”  
(Weber, 2011: 308). ‘Sınıf’ açısından ekonomik  
farklılıklar ile ‘statü’ ilişkileri çerçevesindeki  
hukuksal ve politik farklılıklar toplumsal taba-  
kalaşmanın iki farklı boyutunu oluşturur ve bu  
da sürecin tarihsel çözümlenmesine yönelik bir  
çerçeve sunmaktadır (Turner, 2000). Toplumda  
tabakalaşma, temel olarak toplumun geri kala-  
nından farklılaşma ile gerçekleşebilir. Bu fark-  
lılaşma, daha çok tüketim biçimleri ile kendini  
gösterir. Toplum içerisinde tüketim biçimleri-  
nin farklılaşması, nesnel imgelerin seçimiyle  
gerçekleştirilebilmektedir. Nesnel göstergeleri  
bir araç olarak kullanıp toplum ile arasına me-  
safe koyarak bunu koruyabilmek statü ve sını-  
fın diğerlerine karşı konumlanışı sağlamaktadır.  
“Mutfağın tanımlanışı ise bir düzeyde insanın  
ötekilerine göre konumlandırışını içermektedir”  
(Goody, 2013: 10). Burada tabak, gösterge an-  
lamıyla toplum içerisinde istenilen konumun elde  
edilebilmesine yardımcı olmaktadır. Bunun için  
de toplumdaki diğer insanların bunu fark ede-  
bilmesi sağlanmalı, gösteriş yapılmalıdır.

### **Sınıf**

Endüstride yaşanan gelişmeler, toplumları et-  
kileyerek değişimin önünü açmıştır. Toplum  
içerisinde bu değişimlere ayak uydurabilen ve  
takip eden farklı ekonomik alım gücüne sa-  
hip gruplar için tabaklar, işlevselliğin dışına

çıkarak diğerlerinden farklılaşmanın bir yolu  
olarak görülmeye başlanmıştır. Toplumlarda  
farklılaşabilmenin en geçerli yolu olan ekono-  
mik ayrışma, sınıfların oluşmasında öncül rolü  
oynamaktadır. Sınıfı yaratan etmen doğrudan  
doğruya ekonomik çıkarlar üzerine kuruludur  
(Weber, 2011). Sınıflar, çıkarları doğrultusunda  
ekonomik üstünlüğü sahip oldukları eşyalar  
üzerinden göstermek istemektedir. Bu eşyalar-  
dan biri olan tabaklar da süreç içerisinde gös-  
teriş için kullanılarak sınıfın göstergesi haline  
gelmiştir.

Gösteriş için tüketim yapan kişi, diğerlerinin  
onun sahip olduğu zenginliği rahatlıkla fark  
edebilmesini sağlayan bir standarda sahiptir  
(Riesman, 2016). Sınıfsal üstünlüğe sahip ola-  
bilmenin başlıca yolu ise lüks tüketimdir. “Eğer  
tüketim maddeleri pahalı ise tüketenler asil ve  
şerefli sayılmaktadır (Beşirli, 2017: 29). Buna  
örnek olarak, Orta Çağ ve Rönesans dönemle-  
rinde, varlıklı hanelerin konuklarını zenginlik-  
leriyle etkilemek için altın ve gümüşlerini bü-  
fede sergilemeleri gösterilebilir (Riegler, 2011).  
17. Yüzyılda ise Mimar Daniel Marot, üst sını-  
fın sahip olduğu porselenleri sergilemeleri için  
odalar tasarlamada uzmanlaşmış ve bu tür oda-  
lar, Avrupa'daki sarayların önemli birer parçası  
haline gelmiştir (Riegler, 2011). 18. Yüzyıla ge-  
lindiğindeyse Prens Regent (gelecekteki Geor-  
ge IV), Wellington'un Waterloo'da Napolyon'a  
karşı kazandığı zafere bir övgü olarak Carlton  
House'da büyük bir balo düzenlemiştir. Bu  
baloda kullanılan tüm tabaklar, Sevres üretimi  
porselenlerden oluşmaktadır. Sevres ise kurul-  
duğu 1738 yılından itibaren zenginler ve ayrı-  
calıklılar için ince detaylara sahip yaldızlı ve  
elle boyanmış dekoratif tabaklar üretmektedir  
(Clarkson, 2014: 1013).

Tabaklar yerine getirdikleri işlevsel fonksiyon-  
un yanı sıra sergiledikleri aidiyet duygusuyla  
sınıfsal zevklerin ve beğenilerin göstergesi ha-  
line gelmiştir. Nesnelere karşı olan beğenileri-

miz bir sınıfa ait olabilmemizin önünü açarken, içinde bulunduğumuz sınıf da beğenilerimiz doğrultusunda yeniden şekillenebilmektedir. Bunun içindir ki “sınıfsal mensubiyet, hem psikolojik hem estetik beğeniler tarafından oluşturulmaktadır” (Bourdieu, 2017: 15). Beğenilerimizle şekillenen tabaklar, insan zihninde tasarlanıp nesnel olarak birer sanat eserine dönüşmektedir. Sanat eseri de bizi, duyuşal doyum sağlayan birer sanat eserine yönelik beğeni olarak tanımlanan ‘estetik beğeniye’ götürmektedir (Özel, 2014). İşlevselliğinin dışında anlam kazanan her tabak haz nesnesi olan üstün zevklere ve beğeniye dönüşmektedir. Sahip olunan bu beğeniler de sınıfların toplumdan farklılaşmasını ve ayrışmasını sağlayan birer araç görevi görmektedir. Kant’ın dediği gibi beğeni, ‘farklılaştırmak’ ve ‘takdir etmek’ üzerine edinilmiş bir yatkınlıktır (Bourdieu, 2017).

Tabaklar, tarih boyunca sınıfsal aidiyetin göstergesi olmuştur. Bunun en güzel örneği, geçmişte Amerika kıtasında yaşanmıştır. Yeni kıtanın keşfi sonrası yerleşen ilk İspanyol ve İngilizler, çeşitli tabaklara sahipti. Bu çeşitliliğin başlıca nedeni, statüden kaynaklanan farklılıklardı. Varlıklı insanların evlerinde bulunan kalıntılar içerisinde Avrupa’da üretilen Maiolica ve Çin porselenlerinin kalıntılarına rastlanmıştır (Smith, 2007). Göçebe olarak yaşamını sürdüren birçok göçmen ise 18. Yüzyıla kadar yerel olarak üretilen yemek takımlarını kullanmıştır. Orta halli ve varlıklı göçmenler arasında metal tabak kullanımı yaygınken, koloniler içerisindeki en zengin yerleşimcilerin gümüş tabakları vardı (Civitello, 2008).

Tabağın statü göstergesi olarak toplum tarafından kabul edilme süreci tüm coğrafyalarda farklı bir seyir izlemiştir. “15. Yüzyılda İtalya’da başlayan hümanizm ile birlikte algılama biçimi değişmiş, kurulan sofralarda çok zenginler için altın ve gümüş, zengin burjuvazi için kalaylı

ve kaliteli çömlekler, daha az satın alma gücü olanlar için ahşap ve kalitesiz seramikten yapılmış tabakların kullanıldığı görülmüştür. İnsanlar ise o dönemde yapılmış olan tablolar üzerinden bu gösterge metasını kullanmaya teşvik edilmiştir” (Rebora, 2001: 161). 15. Yüzyılda İtalya’dan sonra tüm Avrupa’da “gümüş tabak zenginlik sembolü haline gelmiştir ve 17. Yüzyılda ise zengin burjuva sofraları büyüleyici kuyum eşyalarıyla donatılır hale gelmiştir” (Montagné, 2005, s.1035). 14. Louis’in yıkım getiren savaşlarının ardından, zengin evlerindeki metaller yerini seramik ve porselene bırakmaya başlamıştır (Montagné, 2005). Burada değişime neden olan ilk faktör, Çin ile yapılan ticaretin gelişmesi ile ilgilidir. Tüm gelişmelerin yanı sıra Avrupa’da yüksek sınıfa mensup gruplarca bu mutfak eşyası alışılmışın dışında malzemelerle imal edilerek üstünlük göstergesi pekiştirilmeye çalışılmıştır. Buna örnek olarak, Fransa Kralı III. Henri adına verilen yemekte masanın üzerindeki her şeyin (çatallar, bıçaklar, tabaklar...) şekerden yapılmış olması gösterilebilir (Toussaint-Samat, 2009: 508).

Avrupa’da 19. yüzyıldaki görgü kitaplarında soyluluğun her gün çekici tabaklar kullanmaktan geçtiği anlatılmaktadır. Bununla birlikte orta sınıfa dâhil olan ev kadınlarının aile içinde günlük ucuz tabakları kullanırken, misafirler geldiğinde en iyi porselenleri kullanmalarını eleştirilmiştir (Smith, 2007). Bu davranış, günümüzde de toplum içindeki bazı sınıflarda gözlenebilmektedir.

### **Statü**

Statü, gösterge olan tabak üzerinden toplumdaki bireylerin sosyal tabakalaşma sürecinde yer alan siyasal ve hiyerarşik konumunu göstermektedir. Günlük dildeki kullanımında statü kavramı, Latince ‘standing’ (konum) sözcüğünden gelmekte ve kişinin toplumdaki konumunu ifade etmektedir (Turner, 2000). Diğer bir de-

yişle statü; mesleki konum, soy ile gelen onur, kişinin eğitimi, toplum içindeki saygınlığı ile şekillenmektedir. En geniş anlamıyla statü, kişinin toplum içindeki değerini ifade eder. “Tarih boyunca toplumların yüksek statüye layık gördüğü gruplar çeşitlilik göstermiştir: avcılar, savaşçılar, köklü aileler, rahipler, şövalyeler, doğurgan kadınlar” (Botton, 2020: 7). Fakat tüm bu çeşitli grupların toplum içindeki konumları biçimsel olarak saygınlık üzerine kurulmuştur. Toplum içindeki saygınlığın sıklıkla statü sahibi kişiler tarafından nesnel göstergeler üzerinden topluma gösterilmesi gerekmektedir. Gösterge olan nesne, savaşta kazanılan bir nişan, yaşanan saray hatta sofrada yer alan bir tabak dahi olabilir.

İlk çağlardan itibaren tabaklar, sofrada statünün göstergesi olmuştur. “Mısır uygarlığının ilk çağlarında çiftçi halk sırlanmış topraktan yapılmış tabaklar kullanırken, firavunlar altın ve gümüş tabaklar kullanmıştır” (Flandrin ve Montanari, 1999: 70). British Museum’da yer alan Hitit dönemine ait Kralın kullanmış olduğu altın tabak, aynı dönem Anadolu’da da tabağın bir statü göstergesi olduğunu göstermektedir. Anadolu topraklarında daha yakın bir zamana gelindiğinde ise Osmanlı İmparatorluğunda da tabakların statü göstergesi olarak kullanıldığı görülmektedir. 1453 yılında Osmanlı Sarayına gelen Fransız Bertrandan de la Brocquire (1400-1459), ‘Deniz Aşırı Seyahat (Le Voyage d’outre-mer)’ adlı kitabında yaptığı betimlemede; konuklara pilav ve et dolu madeni kaplarda servis yapıldığını, Sultan II. Murad’a ayrı bir yerde etin iki büyük altın tabakta sunulduğunu yazmıştır (Singer, 2015: 151). Betimleme, sarayda statü farklılığından dolayı yemeğin farklı sofralarda ve farklı tabaklarda yenildiğini göstermektedir. “Topkapı Sarayı’nda altın tabaklardan sorumlu silahdarların olması” (Singer, 2015: 115) ise statü göstergesi olarak görülen tabaklara verilen önemi göstermektedir. Statü imgeleri, toplum içinde ona sahip olanlar tara-

findan kaybedilmek istenmez, en zorlu dönemlerde dahi statüye sahip kişilerce sahip çıkılır ve korunur. 18. Yüzyılda “Fransa Kralı Louis XV, Avrupa’daki kriz zamanında tebaasının mahrumiyetlerini paylaştığını göstermek için gümüş bir tabaktan rulo fasulye ekmeği yemiştir. Rulo fasulye ekmeği yemek, tahıl kıtlığı yaşandığında Romalıların gerçekleştirdiği bir gelenektir” (Toussaint-Samat, 2009: 37). Kral, içinde bulunan durumda dahi statü göstergesi olan imgeyi yani tabağı kullanmaktan vazgeçmemiştir.

Sahip olunan statüyü toplumun geri kalanına gösterebilmenin bir diğer yolu ise insanlara hediyeye yoluyla statü imgesini vermektir. Bunun tarihte en çarpıcı örneği, 3. Yüzyıl Helenistik Dönemde yaşanmıştır. Makedonya’da Ptolemaios Keraunos’un verdiği şölende misafirlere verilen armağan sepetinde yer alan yemeklerle birlikte verilen som altından kaşık, altın taçlar, gümüş ve altından üretilmiş ikili koku kabının yanı sıra, tunç, altın, gümüş ve billur tabaklar yer almıştır (Pray Bober, 2014). Gece ziyafet sonrası tüm misafirlere evlerine küçük birer servetle dönmüştür. Ptolemaios’un bu sayede belirli bir statü sahibi olanların üzerinde statü kurulabilmesini sağlamıştır.

### Tartışma ve Sonuç

Gösterge olan tabak, barındırdığı nesnel ve görsel özellikler ile statü metası haline gelmiştir. Tabağı statü metası yapan, imal edildiği malzemenin maddi değeri, üretim sürecinde verilen emek, zaman ve ustalıklarla birlikte toplum içinde ona sahip olabilecek kısıtlı sayıda insanın ulaşabileceği nadir tüketim nesnesi olmasıdır.

Üretildiği malzemenin değeri ve kalitesi, statü metası olan tabağı daha değerli kılmaktadır. Bunun başlıca örneği, krallar ve soylular için yapılan tabakların altın ve gümüşten imal edilmesidir (Riegler, 2011). Altın ve gümüşten yapılan tabaklar, geçmişten günümüze birçok uygarlığın yöneticisi tarafından kullanılmış

ve özenle muhafaza edilmiştir (Singer, 2015). Yapıldığı malzemenin yanı sıra yapımındaki ustalık, harcanan zaman ve emeğin de etkisi tabağın değerini artırmaktadır. El işçiliği ile usta ellerde şekil verilen ve süslenen özel tabaklar, diğer tüm faktörler ile birleşerek tabaklara değer katar. Tüketim nesnesi olan tabakların tüm bu maddi özelliklerinin yanı sıra nadir oluşları da sahibine bazı ayrıcalıklar sunmaktadır. Nadir olmasını, az sayıda insan tarafından ulaşılabilir miktarda oluşu ve tarihi değeri gibi farklı faktörler etkiler. Günümüzde yüz yıllık Çin porselenleri sahip oldukları maddi değerleriyle statü nesnesi olarak değerlendirilmektedir. “Nadir olan veya kimsenin yaygın olarak tüketme imtiyazına sahip olmadığı besin ve nesnel tüketicisini imtiyazlı bir hale getirir” (Beşirli, 2017: 156).

Tarihsel serüveninde yapım teknikleri, ham maddesi ve formunda değişime uğrayan tabağın sofradaki temel işlevini ve statü göstergesi olarak değerini koruduğu görülmektedir. Bu değişime neden olanın ise teknolojik gelişmeler, üretim tekniklerindeki ilerlemeler, değişen trend ve ihtiyaçların farklılaşması gösterilebilir. İhtiyaçlar doğrultusunda “18. Yüzyılda yemek tabaklarının boyutları 7.5 inç ile 9 inç arasında değişiyorken, 20. Yüzyıla gelindiğinde tabakların boyutları 10.5 inç standart hale getirilmiştir” (Smith, 2007: 466). Bunda etkili olan yemeklerimiz ve yeme alışkanlıklarımızdaki değişim gösterilebilir. Bulaşık makinasının icadı ise makinadaki yüksek ısıya dayanıklı tabakların imal edilmesini gerekli kılmıştır. Mikrodalga fırının icadıyla birlikte de metal bazlı cam tabakların üretiminden vazgeçilmiştir. Yemeklerde kullanılan sos miktarının azalması, tabakların ortasında yer alan çukur kısmın derinliğinin azalmasına ve kenar kısmı ile arasındaki eğimin azalmasına veya tamamen ortadan kalkmasına neden olmuştur. Kullanım alanının değişimi de tabağın şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Fabrika, okul kantini, ordu yemekhanesi

gibi toplu yemek tüketiminin yapıldığı yerlerde çok gözlü metal tabldot tabaklar kullanışlı ve sağlam oluşları nedeniyle kullanılırken restoranlarda estetik, sade ve kaliteli oluşları nedeniyle beyaz porselen tabaklar tercih edilmektedir. Tüm bu değişimlerle birlikte hazırlanmış yemekleri servis etmekte kullanılan basit araçlar olan tabak bazen de kullanım alanının dışına çıkmıştır. “Sanatçıların elinde şekillenerek günlük işlevlerinin ötesinde sanatsal bir anlam kazanarak iç dekorasyonda değer metası olarak kullanılmış ve değer kazanmıştır” (Arbuckle, 2008: 7). Böylece vitrinleri ve duvarları süsleyen gösterge nesnesi haline gelmiştir.

Tüm bu süreç doğrultusunda ihtiyaç nesnesi olarak insan toplumlarının hayatına giren ve varlığını sürdüren tabak, insan alışkanlıkları ve değişen ihtiyaçlar ile şekil değiştirmiştir. Yaşanan endüstriyel gelişmeler ise bu değişime ivme kazandırmıştır. Tabakta görülen bu değişim, tarihsel süreçte kültürle etkileşim içine girmiş ve kültürün nesnel ürünü haline gelmiştir. Kültürün yol gösterici etkisiyle birlikte tabaklarda yaşanan değişim, toplum içindeki farklı sınıfsal topluluklarca benimsenmiş ve ayırım nesnesi görevini üstlenmiştir. Bu ayırım, kendini ayrıcalıklı olarak gören insanlarca tabağı statü malzemesi haline getirmiştir. Tüm bu gelişmeler ile ihtiyaç nesnesi olan tabağa yeni anlamlar yüklenmiş ve insanlar tarafından verilen değer artarak devam etmiştir.

### **Kaynakça**

**Arbuckle, L. (2008).** *500 Plates & Chargers: Innovative Expressions Of Function & Style.* New York: Lark Crafts.

**Barthes, R. (2018).** Göstergibilimsel Serüven. (Çev: M. Rifat ve S. Rifat) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

**Beşirli, H. (2017).** *Yemek Sosyolojisi: Yiyecek ve Mutfağa Sosyolojik Bakış.* Ankara: Phoenix



Yayınevi.

**Boston Tea Party Ships and Museum (2022).** History of Chinese Porcelain in America and Europe. <https://www.bostonteatpartyship.com/tea-blog/history-of-chinese-porcelain-america-europe>

**Botton, A. (2020).** Statü Endişesi. (Çev. Ahu Sıla Bayer). İstanbul: Sel yayıncılık.

**Bourdieu, P. (2017).** Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi. (Çev: Derya Fırat ve Günce Berkurt). Ankara: Heretik Basın Yayın.

**Civitello, L. (2008).** Cuisine and Culture: A History of Food and People. Canada: Wiley.

**Clarkson, J. (2014).** Food History Almanac Over 1,300 Years of World Culinary History, Culture, and Social Influence. UK: Rowman & Littlefield.

**Eco, U. (2019).** Ortaçağı Düşlemek (Çev: Şadan Karadeniz). İstanbul: Can Sanat Yayınları.

**Ertan, G., Sansarcı, E. (2017).** Görsel Sanatlarda Anlam ve Algı. İstanbul: Alternatif Yayıncılık.

**Flandrin, J.L., Montanari, M. (1999).** Food: A Culinary History From Antiquity To The Present. New York: Columbia University Press.

**Goody, J. (2013).** Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması. (Çev: Müge Günay Güran.). İstanbul: Pirhan yayıncılık.

**Guiraud, P. (2016).** Göstergibilim. (Çev: M. Yalçın) Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.

**Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D., McBride, B. (2008).** Kültürel Antropoloji. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

**Hutton, E. (2020).** The Encyclopedia of Kitchen Tools: Essential Items For The Heart of

Your Home And How to Use Them. New York: Black Dog & Leventhal Publishers.

**Kartarı, A. (2016).** *Kültür*; Farklılık ve İletişim: Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları. İstanbul: İletişim Yayınları.

**Koçak, R. (2018).** Türk Sofra Düzeni. İçinde: Gürsoy Naskali, E. (Ed.), Kap Kacak Kitabı. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

**Kottak, C.P. (2016).** Antropoloji: İnsan Çeşitliliğinin Önemi (Çev: Derya Atamtürk). Ankara: De Ki Basım Yayım.

**Levenda, R.H., Schultz (2019).** Kültürel Antropoloji: Temel Kavramlar (Çev: Dilek İşler ve Onur Hayırlı). Ankara: Doğubatı Yayınları.

**Mary Işın, P. (2017).** Osmanlı Mutfak Sözlüğü. İstanbul: Kitap Yayınevi.

**MEGEP (2007).** Seramik ve Cam Teknolojisi: Sır Hazırlama. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı.

**Montagné, P. (2005).** Larousse Gastronomique. (Yayın Yönt.: Patrice Maubourguet; Derleyici: Joel Robuchon; Çev: Heval Bucak, Erol Üyepazarcı, Birsal Uzma, Eray Canberk) İstanbul: Oğlak Yayınları.

**Özel, A. (2014).** Estetik ve Temel Kuramları. Ankara: Ütopya Yayınevi.

**Pray Bober, P. (2014).** Antikçağ ve Ortaçağda Sanat, Kültür ve Mutfak (Çev: Ülkün Tansel). İstanbul: Kitap Yayınevi.

**Rebora, G. (2001).** Culture of The Fork: A Brief History of Food In Europe. New York. Columbia University Press.

**Riegler, S. (2011).** Dish: 813 Colorful, Wonderful, Dinner Plates. New York: Artisan Books.

**Riesman, D. (2016).** Yalnız Kalabalık: Amerikan Toplumsal Karakterinin Değişimi Üzerine

Bir İnceleme (Çev: Yeşim Erdem). Ankara: Heretik Basın Yayın.

**Rogers, M. (1986).** Pots & Pans: a Colloquium on Precious Metals and Ceramics in the Muslim, Chinese, and Graeco-Roman Worlds. (Bölüm: Plate and its Substitutes in Ottoman Inventories). Oxford: Oxford University Press.

**Schweigger, S. (2014).** Sultanlar Kentine Yolculuk 1578-1581. (Çev: Türkiş Noyan). İstanbul: Kitap Yayınevi.

**Silva, G. G. (2003).** International Dictionary of Gastronomy. New York: Hippocrene Books.

**Singer, A. (2015).** Haydi Sofraya! Mutfak Penceresinden Osmanlı Tarihi (Çev: Pelin Tünaydın). İstanbul: Kitap Yayınevi.

**Smith, A. F. (2007).** The Oxford Companion to American Food and Drink. New York: Oxford University Press.

**Soysal, S. (2011).** Kalaylı Kaplarda Alaylı Yemekler: Türk Mutfağında Bakır Kaplar. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık.

**Toussaint-Samat, M. (2009).** A History of Foods. Chichester: Wiley-Blackwell.

**Turner, B. S. (2000).** Statü. (Çev: Kemal İnal). Ankara: Doruk Yayıncılık.

**Ünsal, A. (2020).** *İktidarların Sofrası: Yemek, Siyaset ve Simgesellik*. İstanbul: Everest Yayınları.

**Weber, M. (2011).** Sosyoloji Yazıları (Çev: Taha Parla). İstanbul: Deniz Yayınları.

**Wood, K. A. (1999).** Tableware in Clay From Studio and Workshop. Marlborough: The Crowood Press.

## Besin Hazırlama ve Pişirme Yöntemlerinin İleri Glikasyon Son Ürünleri Üzerine Etkisi

**Burak ERİM**

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü  
burakerim@esenyurt.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-1927-4549

**Erdi ERGENE**

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü  
erdiergene@esenyurt.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-7555-5148

**Canan HECER**

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü  
cananhecer@esenyurt.edu.tr  
ORCID: 0000-0003-1156-9510

Geliş tarihi / Received: 15.11.2021

Kabul tarihi / Accepted: 25.01.2022

### Öz

Besinlerin ısı ile işlem görmeleri, çeşitli yeni bileşiklerin oluşumuna yol açar. Bunlar, heterosiklik aminler, akrilamid ve ileri glikasyon son ürünleri (İGSÜ'ler) gibi zararlı bileşiklerdir. İGSÜ'ler, diyabet, kardiyovasküler hastalık ve artrit gibi birçok kronik hastalıkla ilişkilidir. İGSÜ'ler, indirgen şekerler ile proteinlerin, lipidlerin veya nükleik asitlerin serbest amino grupları arasında oluşan reaksiyonlardan kaynaklanan geniş ve heterojen bir bileşik grubudur. Son yıllarda sağlıksız beslenme ve hareketsiz yaşam önemli derecede artmıştır. Bu durum, ekzojen İGSÜ alımının ve endojen olarak üretim miktarının artmasına yol açmaktadır. Literatür taraması olarak yapılan bu çalışmanın amacı, İGSÜ'lerin sağlık üzerine olan olumsuz etkilerine karşı dikkat çekmek ve bireyleri sağlıklı besin hazırlama ve pişirme yöntemleri yönünden bilinçlendirmektir.

**Anahtar Kelimeler:** Besin hazırlama, ileri glikasyon son ürünleri, pişirme yöntemleri

## The Effect of Food Preparation and Cooking Methods on Advanced Glycation End Products

### Abstract

Heat treatment of foods leads to the formation of various new compounds. They are harmful compounds such as heterocyclic amines, acrylamide and advanced glycation end products (AGEs). AGEs are associated with many chronic diseases such as diabetes, cardiovascular disease, and arthritis. AGEs are a large and heterogeneous group of compounds resulting from reactions between reducing sugars and free amino groups of proteins, lipids, or nucleic acids. In recent years, unhealthy nutrition and sedentary life have increased significantly. This leads to an increase in the production of exogenous AGEs and endogenous production. The aim of this study is to draw attention to the negative effects of AGEs on health and to inform individuals about healthy food preparation and cooking methods.

**Keywords:** Food preparation, advanced glycation end products, cooking methods

### Giriş

Besinler; lezzet, renk ve görünümün yanı sıra güvenlik gibi nedenlerden dolayı pişirme veya ısıtma işlemine tabi tutulur. Önemli miktarda protein ve karbonhidrat içeren birçok besin, ısıtma işlemleri sırasında “İleri Glikasyon Son Ürünleri (İGSÜ)” adı verilen esmerleşme değişikliklerine uğrar (Turner ve Findlay, 2017).

İGSÜ’ler, indirgen şekerin karbonil grubu ile proteinler ve lipitler arasında enzimatik olmayan reaksiyonları sonucu endojen olarak ortaya çıkan kompleks yapılardır. Vücut İGSÜ havuzu, endojen ve ekzojen kaynaklıdır. Ekzojen kaynakları, sigara kullanımı ve İGSÜ içeriği zengin besinlerin tüketilmesi oluşturmaktadır (Vlassara, Uribarri, Cai ve Striker, 2008). İGSÜ oluşumu, normal metabolizmanın bir parçasıdır ancak dokularda ve dolaşımında İGSÜ düzeylerinin yüksek düzeylerde olması Alzheimer hastalığının yanı sıra diyabet ve böbrek hastalıkları gibi birçok hastalıkla da ilişkilendirilmektedir (Guilbaud, Niquet-Leridon, Boulanger ve Tessier, 2016).

Büyük ölçüde ısıtma işlemlerine maruz kalmaları sebebiyle modern diyetler, yüksek seviyelerde İGSÜ içeriklerine sahiptirler. Besin kompozis-

yonu, ısıtma işlemi, nem, pH ve pişirme süresi, besinlerde İGSÜ oluşumunu etkileyen faktörlerden bazılarıdır (Gill, Kumar, Singh, Kumar ve Kim, 2019).

Bu derleme, vücuda zararlı etkileri bulunan İGSÜ oluşumu üzerine farklı hazırlama ve pişirme yöntemlerinin, etkisini incelemek amacıyla hazırlanmıştır.

### İleri Glikasyon Son Ürünleri

Besinlerin mikrobiyal güvenliğini, raf ömrünü ve lezzetini iyileştirmek için uygulanan ısıtma işlemi, modern besin endüstrisinin ayrılmaz bir parçasıdır. Aynı zamanda besinlerin ısıtma işlemine maruz bırakılması, heterosiklik aminler, akrilamid ve İGSÜ’ler gibi zararlı bileşiklerin oluşumuna yol açmaktadır (Bayındır-Gümüş ve Yarıdımçı, 2019; Erim, 2019).

Enzimatik olmayan esmerleşme veya glikasyon olarak da adlandırılan Maillard reaksiyonu; yiyeceklere uygulanan ısıtma işlemi sırasında meydana gelen, indirgen şekerlerin karbonil grubu ile amino asitlerin, peptitlerin veya proteinlerin serbest amino grupları arasında gerçekleşen bir dizi enzimatik olmayan reaksiyon

olarak tanımlanır. Bu reaksiyon, besinlerin renk, doku ve lezzetleri üzerinde etkisi olduğu için besin kimyasında büyük önem taşımaktadır (Snelson ve Coughlan, 2019). Maillard Reaksiyonu, 1912 yılında Fransız kimyager Louis-Camille Maillard tarafından keşfedilmiştir. Bu reaksiyon; çay, kahve, ekme, bira gibi besinlerin üretilmesinde ve bu besinlerin kendine has renk, koku ve aromalarına sahip olmasını sağlamaktadır. Sıcaklık, pH, su aktivitesi, nem ve reaktan tipi gibi faktörler reaksiyon hızını etkilemektedir (Garay-Sevilla, Luevano-Contreras ve Chapman-Novakofski, 2016). Reaksiyon hızı genellikle pH ve sıcaklık ile artar. Su aktivitesi, Maillard reaksiyonunun gelişimini etkileyen diğer bir önemli faktördür. Reaktiflerin seyreltilmesi nedeniyle, yüksek su aktivitesi olan besinlerde bu reaksiyon daha az gerçekleşir (Goldberg vd., 2004).

Maillard reaksiyonu ürünleri, İGSÜ'lerin ana kaynakları olarak kabul edilmekle birlikte, lipit peroksidasyonu, monosakkarit otooksidasyonu, yüksek fruktoz ve askorbik asit seviyeleri ile çevresel stres (kuraklık veya aşırı ışık gibi) gibi diğer mekanizmalar da İGSÜ oluşumuna katkıda bulunur (Zhang, Wang ve Fu, 2020).

Maillard reaksiyonuna dayanan İGSÜ'lerin oluşumu üç aşamada gerçekleşir. İlk aşamada, bir Schiff bazı oluşturmak için glukoz enzimatik olmayan bir yolla protein, lipit veya DNA'nın serbest bir amino asidine bağlanır. Bu aşama geri dönüşümlüdür ve başlatılması glukoz yoğunluğuna bağlıdır. İkinci aşamada ise Schiff bazı daha stabil ve geri dönüşümlü olan, erken glikasyon ürünleri olarak da bilinen Amadori ürünlerine dönüşür. Son aşamada ise Amadori ürünleri, karmaşık oksidasyon ve dehidrasyon reaksiyonları ile haftalar ya da aylar içinde geri dönüşümü olmayan İGSÜ'leri oluşturur. Ayrıca, Maillard reaksiyonunun yanı sıra glukozun otooksidasyonu, lipitlerin peroksidasyonu ve poliol yolu aracılığıyla da yeni İGSÜ'ler oluşa-

bilir (Sergi, Boulestin, Campbell ve Williams, 2021).

İGSÜ'ler, fizyolojik koşullar altında tüm vücut dokularında ve sıvılarında proteinlerin, lipitlerin ve nükleik asitlerin enzimatik olmayan glikasyonundan endojen olarak oluşur. İnsan vücudunda bulunan glikasyon ürünleri havuzunun hem endojen oluşumdan hem de diyet, sigara vb. ekzojen İGSÜ'lere maruz kalmasından meydana geldiği kabul edilmektedir (Guilbaud vd., 2016).

İGSÜ'lerin vücut dokularında aşırı birikmesi, yüksek seviyelerde oksidatif stres ve inflamasyona neden olmaktadır. Özellikle tip-2 diyabet, kronik böbrek hastalıkları ve kardiyovasküler bozukluklar gibi çeşitli kronik hastalıkların patogeneze önemli katkıda bulunmaktadır. İGSÜ'lerin patolojik etkileri, İGSÜ reseptörü aracılı ve İGSÜ reseptörü aracısız mekanizmalar olmak üzere iki ayrı mekanizma ile gerçekleşir. Bunlardan ilki İGSÜ'lerin doğrudan vücut proteinleri ile çapraz bağ yaparak yapısal deformasyona yol açması, bir diğeri ise İGSÜ-duyarlı reseptörler aracılığıyla inflamasyona neden olmasıdır (Uribarri vd., 2015; processes that play a major role in the causation of chronic diseases. A 3-d symposium (1st Latin American Symposium of AGEs Karabudak ve Yılmaz, 2018; Nowotny, Schröter, Schreiner ve Grune, 2018).

Yiyecek ve içeceklerde bulunan İGSÜ'nin yaklaşık %10'unun vücuda alındığı belirlenmiştir. Ancak bunların sadece üçte biri idrar ve dışkıyla atılmaktadır. Emilen kısım ise vücutta 72 saate kadar kalmaktadır (He, Sabol, Mitsuhashi ve Vlassara, 2000).

Pişirme teknikleri, temel olarak nemli ısıda ve kuru ısıda pişirme yöntemleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Nemli ısıda pişirme; haşlama, kaynama derecesinin altında pişirme, hafif ateşte haşlama, kısık ateşte az suda pişirme, kendi suyu

ile pişirme ve buharda pişirme yöntemlerini kapsamaktadır. Kuru ısıda pişirme yöntemleri ise ızgarada pişirme, fırında kızartma ve fırında pişirme işlemlerini kapsamaktadır (Eraslan, 2017; Gökdemir, 2012; MEB, 2015).

### **Besin Seçimi, Hazırlama ve Pişirme Yöntemlerinin İGSÜ'ye Etkisi**

Bilimsel anlamda pişirme, enerjinin bir ısı kaynağından yiyeceğe aktarılmasıdır. Bu ısı aktarımı ile yiyeceklerin besleyici değerlerini ve lezzetini artırmak, daha sindirilebilir hale getirmek, patojen mikroorganizmaların yok edilmesini sağlamak amaçlanır. Bununla birlikte bazı hazırlama ve pişirme yöntemleri; besin öğelerinin kaybolmasına ve besin değerlerinin azalmasına sebep olduğu gibi pişirme sırasında oluşan bazı maddeler, bu besinlerin sağlığa zararlı hale gelmesine de sebebiyet verebilir (Erim, 2019).

Yiyeceklerin besin öğelerinin ve besin değerlerinin korunabilmesi, zararlı maddelerin oluşumunun önlenmesi pişirme yönteminin doğru seçilmesiyle orantılıdır. Bunun için en sağlıklı yöntem olarak haşlama, buğulama, fırın ve ızgara gibi yağsız ve az yağda pişirme yöntemlerinin uygulanması önerilmektedir (Baysal, 2007).

Yiyeceklerde oluşan İGSÜ'lerin oluşum hızı ve miktarı, besinlerin bileşimi (protein> yağ> karbonhidrat), öncüllerin mevcudiyeti, geçiş metallere varlığı, pro ve antioksidanların mevcudiyeti gibi faktörlere bağlıdır. Ayrıca ısı işlem süresi ve sıcaklığı, reaktanların konsantrasyonları, su varlığı ve pH'nın da İGSÜ oluşum hızı ve miktarı üzerinde belirleyici etkiye sahip oldukları bilinmektedir (Uribarri vd., 2010). Besinlerdeki İGSÜ seviyeleri, Maillard reaksiyonunun ilerleme derecesini etkileyen ısıtma süresi, sıcaklık ve pişirme prosedürünün türü gibi besin işleme parametrelerinin değişti-

rilmesi veya yemek hazırlama sırasında inhibitörler kullanılması ile düşürülebilir (Goldberg vd., 2004).

Katı yağlar, yağlı etler, tam yağlı süt ürünleri, en zengin besinsel İGSÜ kaynaklarıdır. Baklagiller, tam tahıllar, sebze ve meyveler, daha düşük İGSÜ içeriklerine sahiptirler. Karbonhidrat içeriği açısından zengin bu besinler, protein ve yağ içeriği zengin besinlere kıyasla, daha yüksek su içeriği, antioksidan ve vitamin seviyeleri nedeniyle daha düşük miktarlarda İGSÜ içerir. Aynı zamanda karbonhidrat bakımından zengin bu besinler, karbonhidrat metabolizmasını modüle eden ve endojen İGSÜ oluşumuna katkıda bulunan serbest şekerlerin biyoyararlanımını azaltan diyet lifi açısından zengindirler (Uribarri vd., 2010).

Gramı başına en yüksek İGSÜ seviyelerine sahip besinler, kraker, cips ve kurabiye gibi işlenmiş besinlerdir. Bunun nedeni bu yiyeceklerin ısı işlem görmesi ve İGSÜ oluşumunu önemli ölçüde hızlandıran tereyağı, sıvı yağ, peynir, yumurta ve fındık gibi bileşenlerin eklenmesidir (Sharma, Kaur, Thind, Singh ve Raina, 2015).

Isı, karbonil grupları ve amino asitler arasındaki reaksiyonu önemli ölçüde hızlandırır ve farklı moleküler boyut ve bileşime sahip çok sayıda Maillard reaksiyon ürününün oluşumuna yol açar. Sıcaklık değerinin her 10°C yükseltilmesi, Maillard reaksiyonunun hızını en az iki katına çıkarmaktadır. Örneğin, açık tavada orta-düşük ısıda zeytinyağı ile 2 dk pişirilen sahanda yumurtaların, aynı yöntemle fakat yüksek ısıda pişirilen yumurtalara göre yarı yarıya İGSÜ içerdiği görülmüştür (sırasıyla 97 ve 243 kU/100 g). Bu nedenle, özellikle pişirme sırasında İGSÜ oluşumunu azaltmak için besinlerde daha yüksek AGE seviyeleri ürettiği bilinen ızgara, kızartma, derin yağda kızartma ve kavurma gibi pişirme yöntemleri, yüksek sıcaklık ve uzun süreli pişirme ile yiyecek hazırlamaktan kaçınılmalı-

dır. Bunun aksine, haşlama ve buharda pişirme gibi su bazlı hazırlama yöntemlerinin yanı sıra daha kısa pişirme süreleri ve daha düşük pişirme sıcaklıkları, daha düşük miktarlarda İGSÜ oluşumunu sağlayacaktır (Uribarri vd., 2010). Maillard reaksiyonunun oranını etkileyen diğer bir faktör de su aktivitesidir. Dehidrasyon, besin bileşenleri arasındaki teması ve kimyasal reaksiyonu artırır (del Castillo vd., 2020).

Pişirme yöntemlerine göre İGSÜ oluşum düzeylerini sıralayacak olursak fırında kızartma > derin yağda kızartma > kavurma > kızartma > haşlama olarak sıralanmaktadır. Çiğ somonun; İGSÜ içeriği 475 kU/100 g iken, ızgarada pişmiş somonun 3,012 kU/100 g, tavada kızartılmış somonun 2,775 kU/100 g ve sıvı içerisinde pişirilmiş somonun İGSÜ içeriği ise 974 kU/100 g'dır (Yılmaz ve Karabudak, 2016; Turner ve Findlay, 2017). İGSÜ oluşumunu etkileyen bir diğer önemli faktör ise Maillard reaksiyonunun hem hızını hem de yönünü etkileyen, reaktanların başlangıç pH'sı ve metabolizmanın tamponlama kapasitesidir.

Düşük veya asidik pH, yeni İGSÜ gelişimini durdurur. Bazı besinlerin hazırlanması sırasında sodyum bikarbonat (kabartma tozu) ilavesi, karışımın pH'sını ve dolayısıyla İGSÜ oluşumunu artırır. Ayrıca sirke, domates suyu veya limon suyu gibi asidik marinatların kullanılmasıyla etlerde İGSÜ oluşumu %50'ye kadar azaltılabilir. Örneğin, limonla birlikte haşlanan tavuğun toplam İGSÜ içeriği 957 kU/100 g iken, limonsuz haşlanan tavukta bu miktar 1,123 kU/100 g'dır (Sharma vd., 2015). Öte yandan, çok sayıda bitkide, insan vücudunda ve işlenmiş besinlerde İGSÜ oluşumunu engelleyebilen biyoaktif bileşikler bulunmaktadır. Polifenoller (fenolik asitler, flavonoidler, stilbenler ve lignanlar) anti-İGSÜ aktivitesi göstermektedir (Inan-Eroglu, Ayaz, Buyuktuncer ve 2020).

## Sonuç ve Öneriler

Artan ekzojen İGSÜ yükü, bireyleri diyabet, obezite, kalp hastalıkları, böbrek yetmezliği ve demans gibi sağlık sorunlarına daha yatkın hale getirdiği için bu endişe verici bir durumdur. Beslenme bilimi ve insan beslenmesinde İGSÜ kavramı giderek daha önemli bir hale gelmektedir. Akıllı yiyecek seçimi ve besinlerin hazırlama-pişirme yöntemlerini değiştirerek diyetle alınan İGSÜ seviyeleri önemli ölçüde düşürülebilir. Genel olarak; yağlı besinler, kırmızı et, işlenmiş ve fast food gibi yüksek düzeylerde İGSÜ içeren besinlerden uzaklaşmak ve daha çok meyve ve sebzelere, tam tahıllara, yağsız etlere ve balıklara odaklanan bir diyet tarzını benimsemek, sadece İGSÜ alımını azaltmakla kalmayacak, aynı zamanda diğer önemli beslenme hedeflerine ulaşılmasına da yardımcı olacaktır. Tüm besinlerde, daha yüksek sıcaklıklara ve daha düşük nem seviyelerine maruz kalma, daha düşük sıcaklıklarda veya daha fazla nemle hazırlanan yiyeceklere kıyasla daha yüksek İGSÜ seviyeleri oluşumuna yol açar. Özellikle ızgara, kavurma ve kızartma gibi pişirme yöntemleri yeni İGSÜ oluşumunu artırır ve hızlandırır.

Nemli ısıda pişirme yöntemleri, pişirme sırasında İGSÜ oluşumunu engellemenin en iyi yoludur. Özellikle et ve kümes hayvanlarını pişirenken ızgara ve kavurma gibi kuru ısıda pişirme yöntemleri daha az kullanılmalıdır. Bununla birlikte, ızgara veya kavurma yöntemleri kullanıldığında, İGSÜ miktarını azaltmak için limon suyu ve sirke gibi asitli marinatlar ile marinyon tercih edilmelidir. Büyük parçalara göre daha hızlı pişmelerinden dolayı küçük et parçaları, kümes hayvanları veya deniz ürünlerinin kullanılması İGSÜ oluşumunu kısıtlar.

Şiş veya ızgara teli, biftek veya tavuk parçaları pişirmek için kullanılabilir. Şiş et ve sebze pişirenken, et ve sebze parçaları şişin üzerinde yak-

laşık yarım cm aralıklarla yerleştirilmelidir. Bu, besinlerin daha hızlı pişmesine yardımcı olur. Köftelerin kenarlarının ortadan biraz daha kalın olacak şekilde şekillendirilmesi, daha hızlı ve eşit pişirilmesini sağlar.

Etler, fazla pişirmekten kaçınılmalıdır. Az veya orta-az pişmiş etlerin İGSÜ içerikleri, iyi pişmiş etlerden daha düşüktür. Salmonella ve E. coli gibi besin kaynaklı hastalıklardan korunmak için etler, önerilen güvenli minimum pişirme sıcaklıklarında pişirilmelidir.

İGSÜ oluşumunu azaltmaya yardımcı olması için paslanmaz çelik, dökme demir ve diğer metallerin aksine seramik ve diğer yapışmaz pişirme yüzeyleri kullanılabilir.

İGSÜ içerikleri doğal olarak düşük olan ve İGSÜ oluşumunu azaltan sebze, meyve ve tam tahıllara her öğünde yer vererek İGSÜ'lerin zararlı etkileri en aza indirilebilir.

### Kaynakça

**Bayındır Gümüş, A., Yardımcı, H. (2019).** Pişirme sonucu meydana gelen mutajenik karsinogenik bileşikler. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 22(2), 136-141.

**Baysal, A. (2007).** Beslenme (11.Baskı). Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.

**Del Castillo, M. D., Iriundo-DeHond, A., Iriundo-DeHond, M., Gonzalez, I., Medrano, A., Filip, R., Uribarri, J. (2020).** Healthy eating recommendations: good for reducing dietary contribution to the body's advanced glycation/lipoxidation end products pool? *Nutrition Research Reviews*, 34(1), 48-63. Doi: 10.1017/S0954422420000141

**Eraslan, N. (2017).** Pişirme Yöntemleri (3.Geliştirilmiş Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

**Erim, B. (2019).** Üniversite öğrencilerinde tahmini "ileri glikasyon son ürünleri (AGE)" alım düzeylerinin belirlenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

**Garay-Sevilla, M. E., Luevano-Contreras, C., Chapman-Novakofski, K. (2016).** Nutritional Modulation of Advanced Glycation End Products. In: Malavolta, M. ve Mocchegiani, E. (Eds.), *Molecular Basis of Nutrition and Aging: A Volume in The Molecular Nutrition Series*. DOI: 10.1016/B978-0-12-801816-3.00020-0

**Gill, V., Kumar, V., Singh, K., Kumar, A., Kim, J. J. (2019).** Advanced Glycation End Products (Ages) May Be A Striking Link Between Modern Diet And Health. *Biomolecules*, 9(12), 888. DOI: 10.3390/biom9120888

**Gökdemir, A. (2012).** Pişirme Yöntemleri 1 - 2. Ankara: Detay Yayıncılık.

**Goldberg, T., Cai, W., Peppia, M., Dardaine, V., Baliga, B. S., Uribarri, J., Vlassara, H. (2004).** Advanced glycoxidation end products in commonly consumed foods. *Journal of the American Dietetic Association*, 104(8), 1287-1291

**Guilbaud, A., Niquet-Leridon, C., Boulanger, E., Tessier, F. (2016).** How Can Diet Affect the Accumulation of Advanced Glycation End-Products in the Human Body? *Foods*, 5(4), 84. DOI:10.3390/foods5040084

**He, C., Sabol, J., Mitsuhashi, T., Vlassara, H. (1999).** Dietary glycotoxins: Inhibition of reactive products by aminoguanidine facilitates renal clearance and reduces tissue sequestration. *Diabetes*, 48(6), 1308-1315.

**Inan-Eroglu, E., Ayaz, A., Buyuktuncer, Z. (2020).** Formation of advanced glycation endproducts in foods during cooking process and underlying mechanisms: A comprehensive re-



view of experimental studies. *Nutrition Research Reviews*, 33(1), 77-89.

**Karabudak, E., Yılmaz, B. (2018).** Diyet kaynaklı ileri glikasyon son ürünleri ve sağlık üzerine etkileri. *Acibadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(4), 349-356.

**MEB (2015).** Yemek Pişirme. Ankara. www.megep.meb.gov.tr/mte\_program\_modul/moduller\_pdf/Yemek%20Pi%C5%9Firme.pdf

**Nowotny, K., Schröter, D., Schreiner, M., Grune, T. (2018).** Dietary advanced glycation end products and their relevance for human health. *Ageing Research Reviews*, 47, 55-66.

**Sergi, D., Boulestin, H., Campbell, F. M., & Williams, L. M. (2021).** The role of dietary advanced glycation end products in metabolic dysfunction. *Molecular Nutrition and Food Research*, 65(1):e1900934. DOI: 10.1002/mnfr.201900934

**Sharma, C., Kaur, A., Thind, S. S., Singh, B., Raina, S. (2015).** Advanced glycation End-products (AGEs): an emerging concern for processed food industries. *Journal of Food Science and Technology*, 52(12), 7561-7576.

**Snelson, M., Coughlan, M. T. (2019).** Dietary advanced glycation end products: Digestion, metabolism and modulation of gut microbial ecology. *Nutrients*, 11(2):215.

**Turner, D., Findlay, V. (2017).** Biological Implications of Diet-Derived Advanced Glycation End Products on Carcinogenesis (ss. 189-202). Florida: CRP Press.

**Uribarri, J., Woodruff, S., Goodman, S., Cai, W., Chen, X. U. E., Pyzik, R., Yong, A., Striker, G. E. (2010).** AGE's in foods and practical ways to reduce them. *Journal of the American Dietetic Association*, 110(6), 911-916.

**Uribarri, J., del Castillo, M. D., de la Maza, M. P., Filip, R., Gugliucci, A., Luevano-Cont-**

**reras, C., Macías-Cervantes, M. H., Markowicz Bastos, D. H., Medrano, A., Menini, T., Portero-Otin, M., Rojas, A., Sampaio, G. R., Wrobel, K., Wrobel, K., Garay-Sevilla, M. E. (2015).** Dietary advanced glycation end products and their role in health and disease. *Advances in Nutrition*, 6(4), 461-473.

**Uribarri, J., Woodruff, S., Goodman, S., Cai, W., Chen, X., Pyzik, R., Yong, A., Striker, G. E., Vlassara, H. (2010).** Advanced glycation end products in foods and a practical guide to their reduction in the diet. *Journal of the American Dietetic Association*, 110(6), 911-916.

**Vlassara, H., Uribarri, J., Cai, W., Striker, G. (2008).** Advanced glycation end product homeostasis: Exogenous oxidants and innate defenses. *Journal of the American Dietetic Association*, 112(6), 46-52.

**Yılmaz, B., Karabudak, E. (2016).** Besinlerdeki ileri glikasyon son ürünleri ve azaltma yöntemleri. *Beslenme ve Diyetetik Dergisi*, 44(3), 280-288.

**Zhang, Q., Wang, Y., Fu, L. (2020).** Dietary advanced glycation end-products: Perspectives linking food processing with health implications. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 19, 2559-2587.



## Yöresel Lezzetlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Türkiye'deki Helvalar

**Mustafa Kadir ESEN**

Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
kadir.esen@kapadokya.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-5604-1686

Geliş tarihi / Received: 20.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.03.2022

### Öz

Türk mutfağı, hem yemek çeşitliliği hem de yöresel lezzet zenginliği ile dünyanın en çok tercih edilen mutfaklarından biridir. Türkiye, kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına birçok yöresel yemeğe ev sahipliği yapmaktadır. Yöresel lezzetler, bağlı oldukları kültürün önemli bir parçası olması sebebiyle ve bölge kültürünün ünü için önemli bir yere sahiptir. Yöresel lezzetlerin turizm ürünü olarak kullanılması, ülkelerin yerel kültürel miraslarını korumakta ve evrensel hale getirmektedir. Böylece bahsedilen turizm ürününe ait destinasyon, turistlerin seyahat planlarında yer alabilmektedir. Ayrıca yöresel lezzetler bölge ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Helva, Türk mutfak kültüründe önemli bir yere ve köklü bir tarihe sahiptir. Türkiye'de birçok helva çeşidi bulunmaktadır. Bu ürünlerin 2021 yılının sonuna kadar helva adı altında yirmi iki tanesi coğrafi işaret ile tescillenmiştir. Bu derlemede, yöresel lezzetler ve coğrafi işaretler hakkında bilgiler verilerek, Türk mutfağındaki helvaların gastronomi turizmi açısından önemi ele alınmıştır. Coğrafi işaret ile tescille uygun olan helvaların coğrafi işaret ile korunmasının gastronomi turizmine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

**Anahtar kelimeler:** Coğrafi işaret, gastronomi turizmi, helva, yöresel lezzet

### Importance of Regional Tastes in terms of Gastronomy Tourism: Halva in Turkey

#### Abstract

Turkish cuisine is one of the most preferred cuisines in the world with its variety of dishes and richness of regional tastes. Turkey is the hometown of many regional dishes from north to south, east to west. Regional tastes have a significant place for being an important part of the related culture and for its reputation. The use of regional tastes as a tourism product preserves the local cultural heritage of the countries and makes them universal. Thus, the destination of the mentioned

tourism product can be included in the travel plans of the tourists. In addition, regional tastes will also contribute to the regional economy. Halva has an important place in Turkish culinary culture and has a deep-rooted history. There are many types of halva in Turkey. Twenty-two of these products are registered with geographical indication until the end of 2021. In this review, it was aimed to emphasize the importance of halva in Turkish cuisine in terms of gastronomic tourism by giving information about regional tastes and geographical indications. It is thought that the protection of halva types that are suitable for registration with geographical indication will contribute to gastronomy tourism.

**Keywords:** *Geographical indication, gastronomy tourism, halva, regional taste*

## **Giriş**

Gastronomi; tüm yiyecek ve içecek çeşitlerinin üretimini, hazırlanışını, sunumunu ve tüketimini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra gıdaların mikrobiyolojisini ve fizyolojisini, toplumdaki bireylerin beslenme ve beslenme alışkanlıklarını, yatkınlıklarını, bunların sunulduğu işletmelerin yönetimini ve zaman içerisinde meydana gelebilecek atıkların güvenli bir biçimde yok edilmesini içeren tüm kural, norm ve süreçlerden oluşan bir kavramdır (Özbay, 2017). Bilindiği üzere gastronomi kavramı birçok bilim alanıyla ilişkilidir. Bu nedenle yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayarak yeni bir turizm alanının gelişmesine izin vermektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015).

Ticaretin küresel bir boyuta ulaşması ve teknolojinin gelişerek fırsatların artmasıyla gelişim gösteren turizm sektöründe, yeni ürünler satışa sunulmaktadır. Turistlerin tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle ürün çeşitliliği de artmaktadır. Turizm destinasyonlarına göre olumlu olarak algılanan bu gelişmeler, bazı sorunları da meydana getirmektedir. Pazarlamada kâra ulaşmak için kalitesiz ürünlerin insanlara sunulması sağlık problemlerine neden olabilmektedir. Bu sebeple, tüketiciler için güvenilirlik ve kalite kaygılarının meydana gelmesi ile geleneksel ve kültürel değerleri ortaya çıkarmıştır. Böylece

tüketiciler, küresele yönelmek yerine güvenilir olduğunu düşündükleri bölgesel ve yöresel ürünlere doğru yönelmişlerdir (Apak ve Gürbüz, 2018).

Yöresel lezzetler, bağlı oldukları kültürün önemli bir parçası olması sebebiyle ve bölge kültürünün ünü için önemli araçlardır (Ayaz ve Türkmen, 2018; Zağralı ve Akbaba, 2015). Ayrıca belli bir yöreye özgü mutfak kültürünün oluşması, tarihi derinlik, bilgi, beslenme alışkanlığı ve gelenekler için de önem arz etmektedir (Ayaz ve Türkmen, 2018).

Türkiye'nin sahip olduğu tarım toprakları, iklimi, biyolojik çeşitliliği, kültürel zenginlikleri ve jeopolitik konumuyla tarımsal ürün çeşitliliği açısından önemli bir yere sahiptir (Gök, Ceyhan-Sezgin ve Yıldırım, 2017). Bunun yanında birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucunda oluşan kültürel etkileşim ile (Aksoy ve Sezgi, 2015) gelişmiş bir mutfak kültürü ve geleneksel üretim şekilleri açısından zengin bir yöresel üretim becerisine sahip olduğu bilinmektedir (Gök vd., 2017). Yörelerin, illerin, ilçelerin belirli bir ürünün yapımına veya üretimine kaynak olduğu ve bu ürün ile özdeşleşmesinden dolayı birçok farklı özellikte tarım ürününün üretimine, gelenek ve kültürü ise farklı lezzette gıda ve yemek kültürünün meydana gelmesine katkı

sağlamaktadır (Gök vd., 2017). Beslenme kültürü, gelenek ve görenekler, yöresel lezzetler, pişirme ve hazırlamada kullanılan araç gereçler, Türk gastronomi kimliği mirasının meydana gelmesinde çeşitlilik sağlamıştır (Özdemir ve Dülger-Altın, 2019).

Yöresel ürünleri ekonomiye kazandıran ve onları yaşatan ve gelecek nesillere aktaran coğrafi işaretler, önemli bir sınai mülkiyet hakkıdır (Tanrıku, 2007). Coğrafi işaret ile ürünler korunarak hem üreticilerin korunması sağlanır hem de ekonomik kazanç ile kırsal kalkınmaya destek olunur (Gökovalı, 2007; Saygılı, Demirci ve Samay, 2020). Yöresel lezzetlerimizin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi ve bu değerlerin coğrafi işaretlerle korunmasının ülkelere önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir. Osmanlı döneminin geleneksel tatlılarından biri olan ve birçok çeşidi bulunan helvanın, ülkemiz gastronomisi ve tanıtımı açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Literatürde helva hakkında yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu nedenlerle derlemede, yöresel lezzetler, gastronomi turizmi ve coğrafi işaretler hakkında bilgiler verilerek, Türk mutfağındaki helvaların gastronomi turizmi açısından öneminin vurgulanması amaçlanmıştır.

### **Yöresel Lezzetler**

Yöresel ürün, belirli bir coğrafi alana sahip bir yörede yaşayan insan topluluğunun, tarih boyunca fiziki ve biyolojik çevre ile beşerî faktörler arasındaki ilişkiden meydana gelen entelektüel bir üretim becerisi yaratması fikrine dayanmaktadır. Toprağın, üzerinde yaşayan insanlarla ve diğer faktörlerle olan bu ilişkileri, belli bir yöreye ait karakteristik ve kaliteli ürünlerinin yöresel ürünler olarak adlandırmasına olanak sağlamıştır. Yöresel ürünler, belli bir yörenin yanında aynı yörede belli bir tarihsel geçmişi bulunan yerel bir kültürün ortak beceri-

lerine dayanılarak da açıklanabilmektedir (Demirer, 2010).

Geleneksel yemek kültürü, toplumları tanımlayıcı bir kimlik olarak düşünülmektedir. Çünkü toplumlar, yaşadıkları coğrafyanın kültürel özelliklerine uyumlu olarak ilk çağlardan bugüne kadar geçen zaman içerisinde yeme içme ile ilgili bazı kurallar oluşturarak kendilerine özgü beslenme ve mutfak kültürü meydana getirmişlerdir (Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017). Yöresel mutfak; yöresel yemek, yöresel yiyecek ve yöresel gıdayı da içerisinde bulunduran bir kavram olmasından ötürü birbirinden ayrı düşünülmemesi gerekmektedir (Altunsaban, Yay, Erdem, 2017; Erdem, Mızrak ve Kemer, 2018).

Farklı doğa ve iklim şartları, geniş ve verimli toprakları, coğrafi ve jeopolitik konumu gibi pek çok özelliğinden dolayı Anadolu, birçok uygarlık için çekicilik merkezi konumundadır. Anadolu'nun bu eşsiz özellikleri, birçok farklı kültür ve kimliğe ev sahipliği yapmasına ve farklı kültürlerin birbirinden etkilenmesine neden olmuştur. Bu kadar farklı kimlik ve kültürlerin yer almasından dolayı Anadolu'nun mutfak kültürünün oldukça zengin olduğu bilinmektedir. Osmanlı Devleti kültürünün mirasçısı olarak Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan yöre halkı, geçmişten günümüze mutfak kültürünü yaşatarak geleneksel tekniklerle bu lezzetleri üretmeye devam etmiştir (Başaran, 2017). Türk Mutfağı, "Saray Mutfağı" ve "Yöresel Türk Mutfağı" olarak iki gruptan oluşmaktadır. Saray Mutfağı, Anadolu mutfağının gelişmesi sonucunda oluşmuş ve Osmanlı İmparatorluğu'nun gelişmesiyle birlikte büyük gelişme göstermiştir. Yöresel Türk Mutfağında yemekler, yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, kendine has yemek yapma ve şekillerini, ekonomik olanaklarını oluşturmaktadır (Akman, 1998; Bozok ve Kahraman, 2015). Hem yemek çeşitliliği hem de yöresel lezzet zenginliği ile dünyanın tercih edilen en yüksek mutfaklarından biri olan Türk

mutfak kültürünün çorbadan tatlıya, ana yemekten meze çeşitlerine yüzyıllar ile meydana gelen kültürel mirası ile sürdürülebilirliği büyük önem arz etmektedir (Görkem ve Öztürk, 2018). Uluslararası bilinen yemeklerin yanı sıra yöresel yemekler de tüketicilere sunulurken ziyaret edilen yörenin kültürünü anlamaya olanak sağlamalıdır. Bu noktada kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına ülkemiz, farklı özellikte pek çok yöresel yemeğe ev sahipliği yapmaktadır (Kurnaz ve İşlek, 2018). Yöresel gıdalar turizm ürününü geliştirip kuvvetlendirirken turistler yöresel değerlerin büyümesi ve gelişmesi için bir pazar sağlamaktadır (Boyne, Hall ve Williams, 2003; Şengül ve Türkay, 2016). Yöresel lezzetlerin turizmde kullanılması nedeniyle ülkelerin yerel kültürel mirasları korunmakta ve evrensel hale getirilmektedir. Böylece bahsedilen destinasyon, turistlerin seyahat planlarında yer almaya başlamıştır. Bunun yanında yöresel lezzetler, destinasyonu kültürel olarak tanıtmının yanı sıra bölge ekonomisine de önemli katkılar sağlamaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016).

### **Türkiye'deki Helva Çeşitleri ve Gastronomi Turizmi Açısından Önemi**

Helva; yağ şeker, un veya irmikle yapılan tatlı olarak ifade edilmektedir (TDK, 2022). Arapçada 'tatlı' anlamına gelen helva, çoğul anlamı olan 'hulviyyat' yani "tatlılar" anlamına gelen sözcükten türemiştir. Türk, Arap ve Yahudi toplumlarının yaşadığı yerlerde rastlanan helva, dünyada ilk olarak Orta Doğu ve Balkan ülkelerinde yapılmıştır. Türkler helvayı İslamiyet'i kabul edince tanımışlardır (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017). Türk mutfak kültüründe önemli bir yere ve köklü bir tarihe sahip olmasının yanında ham maddelerinin kolay bulunması, yapımının ve muhafaza edilmesinin kolay olması nedeniyle helvalar, göçebe kültürde de tüketilmiştir (Kaymaz, 2020). Osmanlı'da helva, sıradan bir tatlı olarak değil, geleneksel bir ürün olarak tüketilmiştir (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017).

Helva çeşitleri; un, nişasta veya irmik içeren helvalar, unsuz helvalar, malzeme ve yapılışı belli olmayan helvalar ve görünüş olarak helvaya benzetilen fakat kimisi yenmeyen maddeler veya doğadan toplanan bazı tatlı maddeler olarak sıralanmaktadır (Yılmaz ve Akman, 2019). Türk mutfağının geleneksel tatlılarından bir tanesi olan helva, doğum ve ölüm ritüelleriyle birlikte anılan bir yiyecek olmuştur. Osmanlı döneminde çok fazla çeşidi bulunan helva, yapıldığı malzemelere göre farklı isimlerle anılmaktaydı. Esas olarak un, sadeyağ, pirinç unu, nişasta, bal, şeker, pekmez, süt ve şerbetle yapılan helvaların içerisine lezzet vermesi açısından fıstık, badem, gül suyu gibi malzemeler koyularak farklı adlarla söylenmiştir (Samancı, 2022). Helva çeşitleri, evde yapılan ve ticari helva çeşitleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Evde yapılan helva çeşitleri: Çakal, Yumurta, Bal, Ovma, Menengiç, Pirinç, Kar, Reşidiyye helvası ve Helva-yı Hakani olarak belirtilirken, ticari helva çeşitleri: Tahin, Cevizli Yaz, Koz, Yaprak, Kâğıt, Pamuk, Köpük, Susam (Küncülü), Çekme, Peynir helvası ve Pişmaniye (Keten Helva) olarak ifade edilmiştir (Kaymaz, 2020).

Un helvasının yapımında yağ kızdırıldıktan sonra un ilave edilip unla yağ pembeleşinceye kadar kavrulmakta ve kavrulmuş unun üzerine şeker ve suyla hazırlanan şerbet dökülerek belirli süre karıştırılmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2013). Katı homojen, ince lifli bir ürün olan tahin helvası ise şeker, su, tartarik asit veya sitrik asit ve çöven ekstraktı kullanılarak yöntemine uyumlu bir biçimde tahin ile karıştırılıp yoğurularak elde edilmektedir (Batu ve Elyıldırım, 2009). Çöven suyu kullanılan geleneksel tatlılarımızdan köpük helvanın yapımında, yüksek sıcaklıklarda belirli bir kıvama gelinceye kadar kaynatılan şeker şurubu sitrik asit katkısıyla asitlendirilmekte ve vakum işlemi yapılarak soğutulan şuruba çöven suyu ilave edilmektedir. Çöven suyu ve şeker şurubu karışımı paletler kullanılıp karıştırılarak

geleneksel köpük helva yapılmaktadır (Güldane ve Doğan, 2020). Nişasta helvası yapılırken şeker, sıvı yağ ve nişasta kullanılmaktadır (Çoşan ve Seçim, 2019). Ürün tadı ve kullanılan ham maddeler olarak çekme helva, pişmaniye benzetilirken ham maddelerin eklenme oranları ve üretim süreçleri farklılık göstermektedir. Çekme helva, miyane ve şeker karışımının helva çekme makinesinde çekilmesinin ardından boyut küçültme ve baskılama aşamalarından geçirildikten sonra ambalajlanarak piyasaya sunulmaktadır. Pişmaniye ise çekme işleminden sonra ince tel tel haliyle satışa sunulmaktadır (Kola, Altan, Konuşkan, 2008). Peynir helvaları, yapıldıkları pek çok tariflerle peynir tatlılarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Peynir helvaları, tuzsuz beyaz peynirle yapıldığı gibi zaman içerisinde bölgelerin kendine özgü tarifleriyle çeşitlenmiştir (Ulu, 2019). İrmik tereyağı ile kavrulmasından sonra şerbetin katılması ile hazırlanan irmik helvası, günümüzde birçok işletme tarafından hem geleneksel hem de peynirli tarifleriyle tüketicilere sunulan Türk sokak tatlılarından biridir (Tarınç, 2019). Cevizli yaz helvası, uygun miktarlardaki su, toz şeker, sitrik asit, kakao, tahin, irmik homojen bir şekilde karıştırılarak pişirildikten sonra dolmuş kazanına alınarak gramajlama (paketleme) yapılır ve üzerine cevizler dizildikten sonra dinlendirmeye alınır (Batu ve Elyıldırım, 2009).

Dondurmalı irmik helvası da günümüzde satışı yapılan ve popüler olan bir başka helva çeşididir. Yeni ve farklı yeme içme deneyimi kazanmak amacı ile yapılan turizm şekli olarak bilinen gastronomi turizmi (Küçükkömürler, Şirvan, Sezgin, 2018), turistlerin özellikle bir destinasyon merkezinin mutfak kültürünü tanıması, gıda üreticilerini ve yemek festivallerini ziyaret etmesi olarak tanımlanmaktadır (Başaran, 2017). Tarım, kültür ve turizm bileşenlerine dayanan gastronomi turizminde tarım, gıdaları temin etmekte; kültür, otantikliği ve tarihi, turizm ise altyapı ve hizmetleri karşılamaktadır.

Tarım, kültür ve turizm bileşenleri, destinasyona çekicilik sağlayarak destinasyona pazarlayıcı bir unsur olarak fırsatlar sunmaktadır (Savaşkan ve Kingir, 2020). Turizm trendleri içindeki yeri ve önemi her geçen gün artan yöresel lezzetler için yapılan seyahatler, etkinlik kapsamı büyük ve farkındalık yaratan etkisi ile yörede bulunan halkın ve etkinliğin bulunduğu yerin kalkınmasına ve imajına destek vermektedir (Bucak ve Aracı, 2013; Çapar ve Yenipınar, 2016). Dünyanın en eski ve önemli mutfaklarından biri olan Türk mutfacı, her bölgenin farklı lezzetlerini içererek pek çok çeşitte ürün sunabilme özelliğine sahiptir (Dilsiz, 2010; Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Türkiye’de birçok destinasyona değer katabilecek potansiyele sahip olan gastronomi, yöreden yöreye ve bölgeye göre farklılaşmaktadır. Bu sebeplerden Osmanlı ve Türk mutfacı, yaratılacak olan çekici bir imajla ve doğru bir konumlandırma ile destinasyonların markalaşmasına birçok katkı sağlayacaktır (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014).

Gastronomi turizmi açısından Türk mutfacı, sahip olduğu köklü geçmişi, zengin mutfacı ve turistik çekiciliği ile tercih edilen ülkeler arasındadır (Aslan, 2010; Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Ülkelerin ekonomilerine destek veren turizm sektörü, geleneksel ve kültürel değerlerin tanıtımına doğru yönelmektedir. Bu durumda, ülkemizde ve dünyada önemli bir yeri olan yöresel ürünler arasındaki karmaşıklığı engellemek adına hazırlanan bir yasa ile turistik değer taşıyan ve kendi yörelerine ekonomik olarak yardım eden ürünler “Coğrafi İşaretleme” ile tescillenmektedir (Orhan, 2010). Zaman geçtikçe yiyecek ve içecekler yaşanan değişimlerden dolayı değer kaybetmeye ve kaybolmaya başlamaktadır. İşte bu olumsuzlukları yok etmek ve yöresel ürünlerin korunması amacı ile yöresel yiyecek ve içecekler, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından belirli koşullar altında tescil edilmektedir. Tescil edilen mahreç işaretlerinin işletmelerde satışa sunulması, tanıtılarak pazar-

lanmasının sağlanması il, yöre veya bölgenin kalkınması açısından önem arz etmektedir. Son yıllarda karşımıza çıkan tüketicilerin geleneksel ve doğal olana yönelmesi, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de önemli konulardan bir tanesidir (Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın, 2019). Tüketiciler için ürünün kökenini, karakteristik niteliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik nitelikleri ile coğrafi alan arasındaki ilişkiyi gösteren ve garanti eden kalite işaretine coğrafi işaret denmektedir. Coğrafi işaret tescili ile gelenekselliği, kalitesi, yöreden elde edilen ham maddesi ile yerel özellikler açısından belli bir üne sahip olan ürünlerin korunması sağlanmaktadır (Türk Patent, 2018). Coğrafi işaretler, menşe ve mahreç adı olarak tescil edilmektedir. Menşe adı, coğrafi sınırları saptanmış bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas niteliklerini bu coğrafi alana has doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer proseslerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içerisinde meydana gelen ürünleri tanımlamaktadır. Mahreç işareti ise coğrafi sınırları saptanmış bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir özelliği, ünü veya diğer özellikleri açısından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer proseslerinden en az biri saptanmış coğrafi alanın sınırları içerisinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar olarak ifade edilmektedir (Mevzuat Bilgi Sistemi, 2017). Türkiye'de yöresel ve geleneksel pek çok değer bulunması ve bu değerlerin kendine has özellikleri olması, büyüyen dünya ticaretinde bu değerlerin sahiplenme olgusunu gündeme getirmiştir. Bu nedenle geleneksel ve yöresel değerlere ait verilerin bir düzen içerisinde toplanması ve koruma altına alınması önem arz etmektedir (Orhan, 2010). Coğrafi işaretli yöresel değerlerin özgünlüğü, özel bir alanda, belli bir kültürde köklenmesiyle ve genellikle tarihsel derinlik, bilgi, beceri, yeme biçimi ve diğer gelenekleri içermesi; yöresel ürünleri endüstriyel ürünlere göre tercih edilir hale ge-

tirip bu ürünlerin satışlarını desteklemektedir (Hoşcan, 2018). Coğrafi işaret tescili ile yöresel değerlerin turizm değerine dönüşmesi sağlanarak bölgenin ticari kazanımlar elde etmesine ve bölgenin turizm sektörü açısından tanıtılmasına imkân sağlamaktadır (Cebeci ve Şen, 2020). Ayrıca coğrafi işaret tescili ile belirli bir bölgede üretilen ürünlerin kalitesi ve doğallığının sürdürülebilirliği koruma altına alınmaktadır (Öz ve Dönmez, 2018).

Tablo 1'de belirtildiği gibi ülkemizde helva adı altında bulunan bazı helva çeşitleri, Coğrafi işaret sistemi ile mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Bu tesciller sayesinde yöresel olan bu helvaların tanıtılması sağlanarak bir turizm değerine dönüşmesine katkı sağlanmakta ve bölgenin imajını güçlendirmektedir. Tablo 1'de görüldüğü üzere 2021 yılının sonuna kadar Türkiye'de coğrafi işaret ile tescillenmiş mahreç işaretli toplam yirmi iki adet helva bulunmaktadır. Bunlardan 5 tanesi Marmara, 4 tanesi Ege, 6 tanesi Karadeniz, 5 tanesi İç Anadolu, 1 tanesi Doğu Anadolu ve 1 tanesi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne aittir. Tescilli helvaların dışında 2021 yılının sonuna kadar başvuru aşamasında olan 14 adet helva çeşidi bulunmaktadır (Türk Patent, 2022). Türkiye Kültür Portalı'ndan (2022) alınan verilere göre, 41 adet helva çeşidi olduğu görülmektedir. Coğrafi işaretler ile ürünlerin korunması; ürünün ortaya çıktığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmelerini, ürünün ününü ve katma değerini artırmalarını, kendi bölgesinde ekonomiye katkı sağlamalarını, üretici ve tüketicileri korumalarını sağlamaktadır (Öz ve Dönmez, 2018). Böylece gastronomi turizminin gelişimini hızlandırmaktadır (Başat, Sandıkçı ve Çelik, 2017). Tablo 2'de bahsedilen birçok helvanın coğrafi işareti henüz alınmamıştır. Bu helvaların coğrafi işaret sistemi ile korunması turizm değerine dönüşmesini sağlayarak bulunduğu yörenin ticari kazanımlar elde etmesini ve turizm sektörü açısından tanıtılmasına imkân sağlayacaktır.



**Tablo 1.** Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Helvalar (Türk Patent, 2022).

Bölge	Coğrafi İşaret Adı	İl
Marmara Bölgesi	Bayramiç Tahin Helvası	Çanakkale
	Bilecik Pazaryeri Helvası	Bilecik
	Bursa Süt Helvası	Bursa
	Deva-i Misk Helvası	Edirne
	Tekirdağ Peynir Helvası	Tekirdağ
Ege Bölgesi	Kütahya Köpük Helvası	Kütahya
	Paşa Helvası	Kütahya
	Kütahya Bitli Helva	Kütahya
	Nazilli Kar Helvası	Aydın
Karadeniz Bölgesi	Cide Ceviz Helvası	Kastamonu
	Gerede Şakşak Helvası	Bolu
	Kabataş Helvası	Ordu
	Kastamonu Çekme Helvası	Kastamonu
	Mudurnu Basma Helva	Bolu
	Ordu Perşembe Ceviz Helvası	Ordu
İç Anadolu Bölgesi	Aksaray Köpük Helva	Aksaray
	Eskişehir Met Helvası	Eskişehir
	Konya Haside Tatlısı / Konya Kara Helvası	Konya
	Konya Kenevir Helvası	Konya
	Konya İrmik Helvası	Konya
Doğu Anadolu Bölgesi	Erzurum Peynir Helvası	Erzurum
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Kâhta Bademli İrmik Helvası	Adıyaman

Kısaca bu yöresel lezzetler, gastronomi turizmine katkı sağlayacaktır. Tescil edilmiş mahreç işaretleri ile helvaların yiyecek-içecek işletmelerinde sunulması ve tanıtılması ile pazarlanması sağlanacak, o yörenin kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

### Sonuç

Türkiye, bulunduğu jeopolitik ve coğrafi konumu, farklı doğa ve iklim şartları, geçmişte birçok kültüre ev sahipliği yapması ve bu kültürlerin birbirinden etkilenmesi gibi birçok nedenden ötürü çok çeşitli yöresel lezzetlere ev sahipliği yapmaktadır. Bu yöresel lezzetlerden helva, Türk mutfak kültürü açısından önemli bir yere sahiptir. Geçmişten günümüze kadar farklı ritüellerde yer alan, Osmanlı döneminin geleneksel tatlılarından biri olan ve birçok çeşidi bulunan helvanın gastronomi turizmi açı-

sından değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Ülkemizde birçok helva çeşidi olup helva adı altında 22 tanesinin coğrafi işaret ile tescillendiği görülmektedir. Coğrafi işaret ile tescillen helvaların tanıtılması sağlanarak bir turizm değerine dönüşmesi sağlanmakta ve bölgenin imajı güçlenmektedir. Coğrafi işaret ile korunmayan diğer helva çeşitleri ise zamanla yaşanan değişimlerden dolayı değer kaybedebilir veya kaybolabilir. Bu sebeple orijinal coğrafi kökene sahip ve tescil almaya uygun helvaların coğrafi işaret ile korunmaları, bu yöresel lezzetin ortaya çıktığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmelerini, helvanın tanınmışlığını ve katma değerini artırmalarını, kendi bölgesinde ekonomiye katkı sağlamalarını, üretici ve tüketicileri korumalarını sağlayacak ve bulunduğu bölgede gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

**Tablo 2.** Türkiye'deki Helva Çeşitleri (Türkiye Kültür Portalı, 2022).

<b>Bölge</b>	<b>Helva Adı</b>	<b>İl</b>
<i>Marmara Bölgesi</i>	Peynir Helvası	Tekirdağ
	Gaziler Helvası	Edirne
	Bilecik Pazaryeri Helvası	Bilecik
	Nişasta Helvası	Bilecik
	Peynir Helvası	Çanakkale
	Yumurta Helva	Çanakkale
	Basma Helva	Çanakkale
<i>Ege Bölgesi</i>	Un Helvası	Kütahya
	Çekme Helva	Kütahya
	Un Helvası	Uşak
<i>Karadeniz Bölgesi</i>	Çekme Helva	Kastamonu
	Tel Helvası	Bayburt
	Saray Helvası	Bolu
	Düğün Helvası	Bartın
	Fındıklı Un Helvası	Ordu
	Kaşık Helvası	Bartın
	Un Helvası	Bolu
	Un Helvası	Gümüşhane
Kestaneli Un Helvası	Zonguldak	
<i>Güneydoğu Anadolu Bölgesi</i>	Peynirli Helva	Adıyaman
	Tene Helvası	Adıyaman
<i>Akdeniz Bölgesi</i>	Kabak Helvası	Burdur
	Haşhaş Helvası	Burdur
	Kenevir Helvası	Burdur
	Çakal Helvası	Isparta
	Haşhaş Helvası	Isparta
	Ovma Helvası	Isparta
	Un Helvası	Mersin
	Ceviz Helvası	Isparta
	Nişasta Helvası	Isparta
	Haşgeş Helvası	Burdur
	Güveçte Tahin Helvası	Isparta
	Öküz (Öksüz) Helvası	Antalya
	Cillincop	Antalya
<i>İç Anadolu Bölgesi</i>	Öküz Helvası	Ankara
	Ermenek Helvası	Karaman
	Kara Çuval Helvası	Çorum
	Met Helvası	Eskişehir
	Un Helvası	Çankırı
	Peynirli Helva	Sivas
<i>Doğu Anadolu Bölgesi</i>	Umaç Helvası	Kars

## Kaynaklar

**Akman, M. (1998).** Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Aksoy, M., Sezgi, G. (2015).** Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.

**Altunsaban, S., Yay, Ö., Erdem, Ö. (2017).** Yöresel mutfak kavramına ilişkin şeflerin bakış açılarının değerlendirilmesi. *II. Rize Turizm Sempozyumu*, Rize, Türkiye, 4-6 Kasım 2016, ss. 237-261.

**Apak, Ö. C., Gürbüz, A. (2018).** Turistlerin yöresel gıda ürünlerine ilgi düzeyleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 334-349. Doi: 10.21325/jotags.2018.217

**Aslan, H. (2010).** Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi Bir Uygulama-. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

**Ayaz, N., Türkmen, B. M. (2018).** Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22-38. Doi:10.32958/gastoria.411345

**Başaran, B. (2017).** Gastronomi turizmi kapsamında rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149. Doi: 10.21325/jotags.2017.87

**Başat, H. T., Sandıkçı, M., Çelik, S. (2017).** Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 64-76. Doi: 10.21325/jotags.2017.112

**Batu, A., Elyıldırım, F. (2009).** Geleneksel helva üretim teknolojisi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 4(3), 32-43.

**Boyne, S., Hall, D., Williams, F. (2003).** Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives: a marketing approach to regional development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154. Doi:10.1300/J073v14n03\_08

**Bozok, D., Kahraman, K. (2015).** Kırsal turizmde yöresel yemek kültürünün rolü: Balıkesir. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 85-90. <https://www.ijses.org/index.php/ijses/article/view/144>

**Bucak, T., Aracı, Ü. E. (2013).** Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50175/645684>

**Cebeci, H., Şen, M.A. (2020).** Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele Dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 197-217. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gastoria/issue/57634/742198>

**Cömert, M., Durlu-Özkaya, F. D. (2014).** Gastronomi turizminde türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

**Çapar, G., Yenipınar, U. (2016).** Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 100-115. Doi: 10.21325/jotags.2016.25

**Çoşan, D., Seçim, Y. (2019).** Bartın mutfak kültürü içerisinde tatlıların yeri ve önemi üzerine nitel bir çalışma. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14(27), 279-292. Doi:10.18220/kid.633247

**Demirer, H.R. (2010).** Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

**Dilsiz, B. (2010).** Türkiye'de Gastronomi ve Turizm: İstanbul İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Erdem, Ö., Mızrak, M., Kemer, A. K. (2018).** Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tdtdad/issue/38069/359782>

**Gök, S. A., Ceyhun-Sezgin, A., Yıldırım, F. (2017).** Gastronomi alanında Maraş tarhanasının değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 61-70. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/31743/348003>

**Gökovalı, U. (2007).** Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauni-ibid/issue/2692/35424>

**Görkem, O., Öztürk, H. M. (2018).** İthal gıda ürünü kullanımının yöresel lezzetler üzerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 213-228. Doi: 10.21325/jotags.2018.210

**Güldane, M., Doğan, M. (2020).** Köpük helva üretim parametrelerinin renk ve yoğunluk özelliklerine etkisi: Taguchi matematiksel model optimizasyonu. *Gıda*, 45(6), 1248-1260. Doi: 10.15237/gida.GD20089

**Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015).** Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.

**Hoşcan, N. (2018).** Küreselleşme sürecinde yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde ve pazarlanmasında kooperatifçilik üzerine bir model önerisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 390-413. <https://dergipark.org.tr/en/pub/guntad/issue/38617/447970>

**Kaymaz, E. (2020).** Türk Mutfak Kültüründe Helva'nın Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Keskin, E., Örgün, E., Akbulut, B. A. (2017).** Gastronomi kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267.

**Kola, O., Altan, A., Konuşkan, D. (2008).** Çekme helva üretimi. Türkiye 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs 2008, Erzurum, 411-414.

**Kurnaz, A., İşlek, E. (2018).** Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanımının değerlendirilmesi: Marmaris örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 50-59. <https://ijses.org/index.php/ijses/article/view/294>

**Küçükkömürler, S., Şirvan, U.N.B., Sezgin, A.C. (2018).** Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)* E-ISSN: 2602-4411, 2(2), 78-85. <https://ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/234>

**Mevzuat Bilgi Sistemi (2017).** Sınai Mülkiyet Kanunu. Mevzuat Bilgi Sistemi, e-mevzuat, 6769 sayılı Sınayi Mülkiyet Kanunu (10.01.2017), Ankara.

**Orhan, A. (2010).** Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atad/issue/16800/174510>

- Öz, H., Dönmez, B. (2018).** Yerel gıda ve coğrafi işaretleme kapsamında Süryani şarabının değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 260-269. Doi: 10.32572/guntad.346866
- Özbay, G. (2017).** Dünden Bugüne Gastronomi. İçinde; M. Sarıışık (Editör) Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi (s.267). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G., Dülger-Altın, D. (2019).** Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14. <https://dergipark.org.tr/en/pub/erzisosbil/issue/46366/436310>
- Samancı, Ö. (2022).** Türk Mutfak Kültüründe Helva Geleneği. <https://www.hasascibasiahmetozdemir.com/Sayfalar/107/HELVA-GELENEGI.html>
- Savaşkan, Y., Kınır, S. (2020).** Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961. Doi: 10.29023/alanyaakademik.702037
- Saygılı, D., Demirci, H., Samav, U. (2020).** Coğrafi işaretli Türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomi*, 4(1), 11-21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/52081/680110>
- 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. <https://turizmvekalkinma.org/index.php/irtadjournal/article/view/66>
- Şengül, S., Türkay, O. (2016).** Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 86-99. Doi: 10.21325/jotags.2016.24
- Tanrıkulu, M. (2007).** Türkiye’de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.
- Tarıncı, A. (2019).** Avrupa ve Türkiye’deki Sokak Tatlılarının Karşılaştırılması. İçinde: Akmeşe, K.A. (Editör) Turizmin Temelleri Kültürel Değerler, Pazarlama ve İletişim (s.27-59). Ankara: İksad Publishing House.
- TDK (2022).** Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr>
- Türk Patent (2018).** Türk Patent ve Marka Kurumu, Coğrafi İşaret Nedir? <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir>
- Türk Patent (2022).** Türk Patent ve Marka Kurumu, Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Veri Tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>
- Türkiye Kültür Portalı, (2013).** Un Helvası-Kütahya. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kutahya/neyenir/un-helvasi678921>
- Türkiye Kültür Portalı, (2022).** Geleneksel Mutfak. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/neyenir/?ilId=0&keyword=&etiket=helva&hariciEtiket=&kategori=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=84>
- Ulu, E. K. (2019).** Türk mutfak kültüründe peynir tatlıları. *Aydın Gastronomi*, 3(1), 37-42. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/42929/519646>
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., Yalçın, E. (2019).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 861-871. Doi: 10.32958/gastoria.571657
- Yılmaz, G., Akman, S. (2019).** Osmanlıdan günümüze helvalar ve Helva-i Gazi’nin gastronomik değeri. *Gastroia: Journal of Gastro-*

*nomy And Travel Research*, 3(3), 462-469. Doi: 10.32958/gastoria.638638

**Zağralı, E., Akbaba, A. (2015).** Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644. Doi: 10.19168/jyu.45921

## COVID-19 ile Mücadelede Türk Mutfağının Önemi

**Nurten ÇEKAL**

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve  
Mutfak Sanatları Bölümü  
ncekal@pau.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-7596-9129

**Hatice AKTÜRK**

Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve  
Mutfak Sanatları Bölümü  
hakturk@pau.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-1516-8469

Geliş tarihi / Received: 07.12.2021

Kabul tarihi / Accepted: 20.02.2022

### Öz

İnsanlık tarihinin başlangıcıyla birlikte ortaya çıkan yemek yeme ihtiyacı, günümüze kadar şekil değiştirerek gelmiştir. Yemek ve beslenme, yaşanan bölgenin coğrafi yapısı, tarım- hayvancılık ve ekonomik durumuna göre toplumdaki farklılıkların göstergesidir. Türk mutfak kültürü, Orta Asya'dan günümüze kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Türk mutfağı, zengin menü yelpazesi ve sahip olduğu ürün çeşitliliğiyle yeterli ve dengeli beslenmeyi destekleyen nadir mutfaklarından biridir. Tüm enfeksiyon hastalıklarında olduğu gibi COVID-19 enfeksiyonundan korunmada yeterli ve dengeli beslenme oldukça önemlidir. Türk mutfağı, bünyesinde bağışıklık sistemimizi güçlendirerek sağlığımızı koruyacak çok çeşitli yiyecek ve içecekler barındırmaktadır. COVID-19 enfeksiyonuna karşı bağışıklık sistemini güçlendirmek için geleneksel beslenme sistemine dönüş yapılması elzem hale gelmiştir. Bu çalışmada, COVID-19 enfeksiyonunda Türk mutfağının önemi ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Beslenme, COVID-19 Pandemisi, Türk Mutfağı

## The Importance of Turkish Cuisine in Fighting COVID-19

### Abstract

The need to eat, which emerged at the beginning of human history, has changed shape in the process until today. Food and nutrition, geographical structure of the region, agriculture and livestock differ from society to society according to their economic situation. Turkish culinary culture covers the period from Central Asia to the present. Turkish cuisine is one of the rare cuisines that supports adequate and balanced nutrition with its rich menu range and product variety. As with all infectious diseases, adequate and balanced nutrition is very important in the prevention of COVID-19 infection. Turkish cuisine contains a wide variety of foods and beverages that will strengthen our immune system and protect our health. A return to the traditional nutrition system has become essential to strengthen the immune system against COVID-19 infection. This study revealed the importance of Turkish Cuisine in COVID-19 infection.

**Keywords:** *Nutrition, COVID-19 Pandemic, Turkish Cuisine*

### Giriş

Sağlıklı ve üretken olmanın ön koşulu, fiziksel ve ruhsal olarak iyi bir vücut yapısına sahip olmak ve bu yapının uzun süre sürdürülmesidir. İnsan sağlığını etkileyen faktörler, beslenme, çevre ve kalıtım olarak sayılabilir (Baysal, 2018). Toplumların yaşam kalitesinin ve sağlığının artırılması, aynı zamanda iş verimliliğini de artırarak ekonomik gelişmeye de katkı sağlamaktadır (Pekcan, 2008; Yücecan, 2008). Sağlığın temelini oluşturan yeterli ve dengeli beslenme, bireyin değişik yaş, cinsiyet, fiziksel aktivite durumlarına göre enerji ve besin öğelerini yeterli miktarda tüketmesi anlamına gelmektedir (Ersoy, 2004). Yetersiz ve dengesiz beslenme, vücut direncini düşürerek hastalıklara yakalanma olasılığını artırmakta ve hastalıklar ağır seyretmektedir (Baysal, 2018; Pekcan, Şanlıer, Baş, Başoğlu ve Tek Acar, 2016).

Bir ülkenin beslenme alışkanlıkları, o ülkenin mutfak kültürünün de bir yansımasıdır. Yemek yemek, insanoğlunun en temel gereksinimlerinden biridir. Bu nedenle yemek tarihi, insanların var oluşuna dayanmaktadır. Bir toplumun yemek

kültürü ve beslenme alışkanlıkları, coğrafi koşullar, iklim, dini inançlar vb. göre şekillenmektedir. Yemek kültürü, toplumdan topluma farklılıklar göstermekte ve toplumun özelliklerini yansıtmaktadır. Toplumun yaşam şeklinin değişmesi, beslenme alışkanlıklarının ve kültürünün değişmesine de yol açmaktadır (Güler, 2010; Közleme, 2012; Maviş, 2003). Türk mutfak kültürü denildiğinde bu coğrafyada yaşayan insanların beslenme alışkanlıkları ve besin hazırlama, pişirme, saklama ve sunma yöntemleri anlaşılmaktadır. Türk Mutfağı, dünyanın en ünlü üç mutfağı arasında yer almaktadır (Közleme 2012; Sürücüoğlu ve Özçelik 2008). Türkiye’de çok köklü, çok yönlü ve zengin bir mutfak kültürü hüküm sürmekte olup, Türk mutfağının bu zenginliğinin nedeni tarihsel süreçte diğer toplumlarla yaşanan kültürel etkileşim, ürünlerin çeşitliliği, Selçuklu ve Osmanlı döneminde özellikle Osmanlı sarayında mutfağa verilen önemdir (Güler, 2010; Kızıldemir, Öztürk ve Sarıışık, 2014). Korona virüs, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart



2020 tarihinde pandemi ilan edilmesine neden olmuştur. Korona virüsler, aynı anda birden fazla sistemi etkileyen pozitif yönlü RNA virüsler olarak tanımlanmaktadır. Yeni tip korona virüsün adı,

Dünya Sağlık Örgütü tarafından COVID-19 olarak belirlenmiştir (Cintoni, Rinninella, Annetta ve Mele 2020; Dhama vd. 2020). Kasım 2019'un ortalarında Çin'de (Hubei-Wuhan) başlayan enfeksiyon, aralık ayının ilk yarısında COVID-19 enfeksiyonu (SARS-CoV2 Enfeksiyonu) olarak tanımlanmıştır. Korona virüs enfeksiyonu, uzun süredir dünyada 170'in üzerinde ülkeyi sağlığın yanı sıra ekonomik açıdan da olumsuz etkilemektedir. COVID-19 enfeksiyonu bulaşma ve yayılma hızı açısından günümüze kadar görülen viral enfeksiyonlara kıyasla oldukça hızlı olup, ölüm oranı yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir (Akbiyık ve Avşar 2020; Ankaralı, Ankaralı ve Erarslan, 2020; Kamer ve Çolak, 2020). Tüm enfeksiyon hastalıklarında olduğu gibi COVID-19 virüsünün yol açtığı hastalıktan korunmada ve hastalığın hafif seyretmesinde beslenme çok önemli bir etkiye sahiptir. Türk mutfağı, yeterli ve dengeli beslenme açısından oldukça geniş bir ürün yelpazesine sahip olması dolayısıyla COVID-19 virüsü ile mücadelede oldukça etkindir.

Türk mutfağı, tüm besin öğelerini barındıran geniş bir besin yelpazesine sahiptir. Türk mutfağının sahip olduğu ürün zenginliği ve çeşitliliği sayesinde beş temel besin grubundan yemekleri bünyesinde barındıran çeşitli menüler oluşturmak oldukça kolaydır. Bu sayede yeterli ve dengeli beslenme sağlanacak ve bu da sağlığı olumlu yönde etkileyecektir. Dolayısıyla COVID-19 virüsünün yol açtığı hastalıktan korunmada katkı sağlayacaktır. Bu çalışmada, COVID-19 virüsünün yol açtığı hastalıklarla mücadelede Türk mutfağının önemini ortaya konması amaçlanmıştır. Çalışmada, nitel araş-

tırma yöntemlerinden literatür tarama tekniği kullanılmıştır.

### **Türk Mutfağı Kavramı**

Beslenme, insanlık tarihinin başlangıcıyla birlikte ortaya çıkan zorunlu fiziksel ihtiyaçlar arasında yer almaktadır. Önceden sadece hayatta kalabilmek için yenilen yemek, zaman içerisinde zevk, keyif ve farklı kültürleri tanıma gibi amaçlara hizmet etmeye başlamıştır (Şengül ve Türkay, 2017). Yemek ve beslenme, yaşanan bölgenin coğrafi yapısı, tarım-hayvancılık ve ekonomik durumuna göre toplumdan topluma farklılık göstermektedir (Uzunağaç, 2015). Mutfak, bir kültür olup, bir bölgenin ve halkın beslenme alışkanlıkları, tüketilen gıdalar yiyecek ve içecek hazırlama ve pişirme sırasında kullanılan ekipmanlar ve araç gereçlerle sunum şekillerini içermektedir (Aydoğdu, Okay ve Köse 2016). Türk mutfak kültürü, Orta Asya'dan günümüze kadar geçen süreyi kapsamaktadır. Türklerin buldukları bölgelerdeki coğrafi özelliklerden ve farklı etnik kökene sahip toplulukların bir arada yaşamasından kaynaklanan kültürler arası etkileşimler ve göçebe yaşam, Türk mutfağının zenginleşmesine katkı sağlamıştır (Baysal, 1993; Uzunağaç, 2015). Türk mutfağı, dünya mutfakları arasında sayılı mutfaklardan biridir. Türk mutfağının zenginliği, tarihsel süreçte yaşanan bölgelerin coğrafi özellikleri, gelenek-görenekleri ve ekonomik yapısı ve diğer kültürlerle etkileşim içerisinde olmasından kaynaklanmaktadır (Albayrak, 2013; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2008). Türk kültüründe yemek, karın doyurmanın dışında bir sosyalleşme aracı olma özelliğini sürdürmüş ve sürdürmektedir. Türk kültüründe 3 öğün yenilen yemeğin dışında çeşitli kutlamalarda, örneğin; düğün, nişan, doğum, sunnet düğünü, dini bayramlar gibi özel zamanlarda yemek tüketilmektedir. Ayrıca ölümler, mevlit ve önemli dini günlerde yemek yapılmakta ve bazen de dağıtılmaktadır. Böyle zamanlarda ye-

mekler hep birlikte yenmekte, böylece yemek birleştirici bir özellik kazanmaktadır (Talas, 2005).

Türk mutfak kültürü; Türkiye’de yaşayan insanların beslenme alışkanlıklarını, mutfakta kullanılan besin maddelerini, yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve servisi sırasında uygulanan yöntemleri, yiyecek ve içecekleri saklama koşullarını, mutfakta kullanılan araç ve gereçleri ifade etmektedir (Maviş, 2003).

Türk mutfağının genel özellikleri aşağıda yer almaktadır (Baysal, Merdol Kutluay, Ciğerim, Sacır ve Başoğlu, 2005; Közleme, 2012; Maviş, 2003; Önçel, 2015):

- Türk mutfağında ekme, ana besin maddesi olup yörelere göre farklılaşan çok fazla çeşidi bulunmaktadır.
- Türk mutfağında ister zeytinyağlı ister etli olsun yemekler yapılırken soğan mutlaka kullanılmaktadır.
- Türk mutfağında yabani otlar, mantar ve kök bitkilerden yararlanılmaktadır.
- Türk mutfağında kıyı kesimlerde örneğin Akdeniz Bölgesi’nde, Ege Bölgesi’nde ve Marmara Bölgesi’nde yemeklerde daha çok zeytinyağı, İç Anadolu Bölgesi’nde, Doğu Anadolu Bölgesi’nde ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde ise daha çok hayvansal yağlar kullanılmaktadır.
- Yoğurt, Türk mutfağına özgü bir gıdadır. Yoğurt, gerek yemeklerin yapımında gerekse yemeklerin yanında yardımcı yiyecek olarak kullanılmaktadır.
- Türk mutfağında sos yoktur. Sos olarak sarımsaklı yoğurt, salça ve domates sosu kullanılmaktadır.
- Türk mutfağında karabiber, kişniş, kekik, defne, kimyon, kırmızıbiber, maydanoz ve de-reotu ile yaş ve kuru nane kullanımı yaygındır.
- Türk mutfağında yemekler lezzetiyle ön pla-

na çıktığından dolayı süslemeye fazla önem verilmemektedir.

## COVID-19 Pandemisi

Çin’in Wuhan kentinde 2019 Aralık ayında pnömoni belirtileriyle ortaya çıkan salgın, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 2020 yılı ocak ayında COVID-19 pandemisi olarak tanımlanmış ve duyurulmuştur. Virüs, kısa zamanda hızla tüm dünyaya yayılmış ve birçok insanın hastalanmasına ya da ölümüne neden olmuştur (Mavi ve İnkaya, 2020). COVID-19 enfeksiyonunun klinik bulguları değişkenlik göstermekle birlikte sıkça görülen semptomlar ateş, öksürük ve nefes darlığı olup bu belirtilere bazen boğaz ağrısı, miyalji (kas ağrısı), baş ağrısı ve halsizlik de eşlik edebilmektedir. Nadiren anozmi (koku kaybı), tat kaybının yanı sıra bulantı, ishal gibi gastrointestinal semptomlar da hastalarda görülebilmektedir (Karaca, 2020). Dünya Sağlık Örgütü’nün verilerine göre küresel olarak, 14 Ocak 2022 itibarıyla, 5.518.343 ölüm dâhil 318.648.834 onaylanmış COVID-19 vakası olmuştur. Türkiye’de 3 Ocak 2020 - 14 Ocak 2022 arasında, Dünya Sağlık Örgütü’ne bildirilen 84.278 ölümle 10.270.349 onaylanmış COVID -19 vakası olmuştur (WHO, 2022).

## Bağışıklık Sistemi ve Beslenme

Bağışıklık sistemi ya da immün sistem, vücudu mikroorganizmalara veya zararlı tüm antijenlere karşı koruyan, savunma yanıtı olarak adlandırılmaktadır (Akçal, 2021). Bağışıklık sistemi, vücuda giren patojen, virüs, bakteri gibi mikroorganizmalarla savaşan bir sistemdir. Beslenme, immün sistem üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yetersiz ve dengesiz beslenme bağışıklık sistemini olumsuz etkilediğinden dolayı vücut enfeksiyonlara açık duruma gelmektedir. Bu nedenle, bağışıklık sisteminin görevini yerine getirebilmesi için gerekli olan besin öğelerinin önerilen miktarlarda tüketilmesi gerekmektedir (Önal ve Demirci, 2020).

Bağışıklık sisteminin güçlenmesinde beslenmenin rolü büyüktür. Beslenme yetersizliği, bağışıklık sistemini baskılayan, enfeksiyonlar ise yetersiz beslenmeye yol açan başka bir faktördür. Bu iki faktör arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle sağlıklı bir beslenme, enfeksiyonlardan korunma konusunda çok önemlidir (Emre, 2021; Eynallı, 2021). Bağışıklık sisteminin güçlenmesi için bireyin yeterli ve dengeli beslenmesi gerekmektedir. Dünyada bağışıklık yetmezliğinin en yaygın nedenleri arasında malnütrisyunun yer alması, beslenmenin immün sistem üzerindeki etkisini günümüzde çok daha önemli bir hale getirmiştir. Yeterli ve dengeli beslenebilmek için besin öğeleri hakkında bilgi sahibi olmak gereklidir. Besin öğeleri; karbonhidratlar, proteinler, vitaminler ve mineraller, lipitler ve sudur. Dengeli beslenebilmek için besin öğelerinin her birinden günlük yeterli miktarda alınmalıdır (Arslan, Bozkurt, Karağaoğlu, Mercanlğıl ve Açık Erge, 2001; Baysal, 2018; Bulduk, Yabancı ve Demircioğlu, 2002; Chandra, 1997; Merdol Kutluay, 2012; Venter, Eyerich, Sarin ve Klatt, 2020). Vitamin ve mineraller çoğu besinde bulunmakta olup önerilen miktarlarda tüketilmesi bağışıklık sistemini desteklemeye yardımcı olacaktır. Bağışıklık sistemini güçlü kılmak için İmmün sistem üzerinde oldukça olumlu etkiye sahip olan A ve C gibi antioksidan vitaminleri içeren sebze-meyvelerin, çinkodan ve demirden zengin olan kırmızı et ve kabuklu yemişlerin, selenyum ve omega-3'ten zengin deniz ürünlerinin tüketilmesi immün sistemin desteklenmesi açısından fayda sağlamaktadır (Önal ve Demirci 2020; Songu ve Katılmış, 2012). Bağışıklık sistemi, bağırsak florası ve mikrobiyota ile ilişkilidir. Besinlerle yararlı bakterilerin vücuda alınması bağırsak sağlığını korumakta ve bağışıklık sistemi üzerinde olumlu etkiye sahip olmaktadır (Wong, 2014).

Karbonhidratlar, bağışıklık hücreleri için önemli bir yakıt kaynağıdır (Akçal, 2021). Karbon-

hidratların en zengin kaynağı, tahıllardır. Günlük karbonhidrat gereksinimimizi kompleks karbonhidratlardan karşılamak daha sağlıklıdır. Karbonhidratlar, ekonomik enerji kaynağıdır. Sindirilmeyen karbonhidratlardan posa (lif), bağırsak hareketlerini hızlandırmaktadır (Arslan vd. 2001, Baysal, 2018; Çakırcalı, 1998). Protein, hayvansal ve bitkisel kaynaklardan elde edilmektedir. Hayvansal proteinlerin kalitesi daha yüksektir. Yumurta proteini, örnek protein olup emilim oranı oldukça yüksektir. Proteinler, yaşamsal olaylarda görevlidirler. Büyüme, gelişme, enzim hormon ve kan yapımı gibi birçok yaşamsal olayda fonksiyonları vardır (Baysal, 2018; Sencer, 1991; Toser Güner, 2005).

Yağlar, yağda eriyen A, D, E ve K vitaminlerinin emilebilmesi için gereklidir. Vücudun ısı izolasyonunu sağlar. Yağlar, enerji verirler. Omega-3 yağ asitleri, bağışıklık sistemini güçlendirmede etkili olup balıklarda, ceviz, keten tohumu, yeşil yapraklı sebzelerde bulunmaktadır (Çakırcalı, 1998). Deri altı yağ tabakası, vücut ısısının kaybını önlemektedir. Yağlar, midenin boşalmasını geciktirerek, tokluk hissi vermektedir (Akşit, 1991; Baysal, 2018; Toser Güner, 2005 ).

Vitaminler, yağda ve suda eriyenler olmak üzere iki çeşittir. B grubu ve C vitaminleri suda erirken, A, D, E ve K vitamini yağda erir (Baysal, 2018). Vitamin açısından yeterli ve dengeli beslenmenin COVID-19 enfeksiyonu patofizyolojisi üzerinde yararlı etkileri bulunmaktadır. COVID-19 enfeksiyonundan korunmak ve tedavi olmak için A, D, E, K, C ve B grubu vitaminlerinin yeterli ve dengeli düzeyde alınması gerekmektedir. Ancak COVID-19 ile vitamin düzeyleri arasında daha geniş çaplı çalışmaların yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır (Akçal, 2021; Dönder, 2021). A, E ve C vitaminleri, antioksidan vitaminler olup, bağışıklığın sağlanmasında oldukça önemli işleve sahiptirler (Erol vd., 2019). A vitamininin, COVID-19 dâ-

hil olmak üzere viral hastalıklara karşı mücadelede önemli rolü olabileceği düşünülmektedir (Caccialanza vd., 2020). A vitamininin akciğer enfeksiyonlarından korunmak ve COVID-19 tedavisinde bir seçenek olarak kullanılması önerilmiştir (Timoneda vd., 2018). A vitamini, özellikle akciğer enfeksiyonları ve bulaşıcı hastalıklar açısından oldukça önemlidir. Enfeksiyona bağlı oluşan yaralanma sonrası normal akciğer dokusunun gelişimi ve doku onarımı için çok önemli bir vitamindir (Chew ve Park, 2004). Tepasse ve arkadaşları yaptıkları çalışmada, COVID-19 hastalarında A vitamini plazma seviyelerinin akut inflamasyon sırasında azaldığı ve ciddi şekilde azalan plazma A vitamini seviyelerinin mortalite ile ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır (Ulukaya, 2021).

E vitamininin bağışıklık sistemi üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır (Traber, 2007). Klinik çalışmalar, E vitamini takviyesinin başta soğuk algınlığı olmak üzere üst solunum yolu enfeksiyonlarının insidansını azalttığını göstermiştir (Meydani vd., 2004). COVID-19 hastalarında vitamin E ile ilgili mekanizma tam olarak açıklanmamıştır. E vitamini, COVID-19 hastalığının beslenme statüsünde önemli rol üstlenecek bir vitamindir.

COVID-19 hastalarında yapılan bir çalışmada, K vitamini eksikliğinin sıklıkla görüldüğü ve eksikliğinin erkeklerde kadınlara göre daha fazla olduğu belirtilmiştir. Ayrıca erkek hastalarda K vitamini eksikliğinin daha yüksek İL-6 seviyesi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir (Shioi, Morioka, Shoji ve Emoto, 2020).

COVID-19 hastaları üzerinde yapılan çalışmalarda, D vitamini eksikliğinin kötü klinik sonuçları arasında anlamlı bir ilişki olduğu, ayrıca şiddetli COVID-19 enfeksiyonu geçiren hastalarda D vitamini eksikliğinin yüksek olduğu ileri sürülmüştür. D vitamini düzeylerinin artmasıyla vücudun klinik sonuçlarında önemli bir

artış olduğu, D vitamini düzeylerinin azalmasının ise hastalığın ağır seyredebileceği belirtilmiştir (Maghbooli vd., 2020). Düşük vitamin D düzeylerine sahip olan 4314 kişi üzerinde yapılan çalışmada, bireylerde PCR pozitif olma riskinin arttığı belirlenmiş ve COVID-19 ölüm oranı ve şiddeti arasında vitamin D eksikliği ilişkisi olduğu ifade edilmiştir (Meltzer vd., 2020). D vitamini besinlerde pek fazla bulunmamaktadır. Özellikle kış mevsiminde havanın güneşli olduğu zamanlarda mümkün olduğunca güneşten faydalanılmalıdır. Güneşten faydalanılmasının mümkün olmadığı hallerde besin desteği olarak D vitamini alınabilir. Balık D vitamini, beyin fonksiyonlarının gelişimi için gerekli çoklu doymamış yağ asitleri (omega-3), kalsiyum, fosfor, selenyum, iyot mineralleri ve E vitamini içerir (Baysal 2018). Bu nedenle özellikle kış aylarında haftada 2-3 kez balık tüketilmez.

B12 vitamini, yalnızca hayvansal yiyeceklerde bulunur ve bağışıklık sistemi üzerinde etkilidir (Arslan vd., 2001; Baysal, 2010; Baysal, 2018).

B6 vitaminleri ile folik asit ve çinko, bakır, selenyum, demir gibi minerallerin tümü metabolik yollarda, hücre işlevleri ve bağışıklığın sağlanmasında anahtar rollere sahiptir (Karyadi vd., 2000).

C vitamini, bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde oldukça önemlidir (Emre, 2021). Vitamin C'nin anti-inflamatuvar ve antioksidan özelliğinin bulunmasından dolayı COVID-19 olgularının tedavisinde olumlu etkiye sahip olduğu gösterilmiştir (Wiersinga, Rhodes, Cheng, Peacock ve Prescott, 2020). Erol (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, intravenöz yüksek doz vitamin C'nin COVID-19 enfeksiyonunun erken dönemlerinde etkili bir seçenek olduğu ileri sürülmüştür. Mineraller, bağışıklık hücrelerinin işlevlerini yerine getirebilmesi için birçok basamakta kofaktörler olarak destek sağlayan besin öğeleridir. Çinko, kalsiyum, magnezyum,

demir ve selenyum immün sistem açısından öne çıkan elementlerdir (Akçal, 2021). Minerallerden çinko, enfeksiyonlara karşı direncin artırılmasında önem taşımaktadır. Çinkoca zengin besinler; kırmızı et, tavuk, balık, deniz ürünleri, yağlı tohumlar, baklagiller, tahıllar ve süt ürünleridir (Akdeniz, Kınık, Yerlikaya ve Akan, 2016; Baysal, 2018). Demir, bağışıklık sisteminde önemlidir ve kırmızı et, sakatatlar, kuru baklagiller ve yağlı tohumlarda bulunmaktadır. Ancak hayvansal kaynaklı yiyeceklerden alınan demirin emilimi daha yüksektir (Baysal, 2018; Ersoy, 2004).

### **Probiyotikler Prebiyotikler ve Bağışıklık Sistemi**

Bir besinin prebiyotik olarak nitelenebilmesi için sindirim sistemi enzimlerine dirençli olması, bir veya daha fazla türde yararlı bakterinin çoğalmasını sağlaması gerekmektedir (Baysal, 2018; Bengmark, 2001; Charalampopoulos, Wang, Pandiella ve Webb, 2002; Hasler, 2002). Probiyotikler, sağlığa zararlı yani patojen mikroorganizmaların çoğalmasını engellemektedir. Prebiyotikler ise bağırsak bakterilerinin sayı ve aktivitelerini ve probiyotiklerin etkisini artıran, sindirilmeyen karbonhidratlardır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, probiyotiklerin sindirim sistemi hastalıklarında olumlu etki sağlayabileceğini göstermektedir (Livaoğlu ve Şahin, 2006; Taşdemir, 2017). Aynı zamanda yararlı mikroorganizmalar olan probiyotiklerin ve yoğurt, süt, peynir, ayran ve kefir gibi probiyotik içeren fermente besinlerin de sağlıklı beslenmede ve immün sistemin gelişiminde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İmmün sistemi desteklemek için vitamin ve mineral açısından zengin besinlerin tüketiminin yanı sıra probiyotik özelliği olan, zerdeçal, ginseng, beta-glukan ve omega-3 yağ asitlerinin tüketiminin de immün sistem üzerinde olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir (Önal ve Demirci, 2020).

### **Türk Mutfağı ve Bağışıklık Sistemi**

Tüm enfeksiyon hastalıklarında olduğu gibi COVID-19 enfeksiyonundan korunmada yeterli ve dengeli beslenme oldukça önemlidir. Türk mutfağı, zengin menü yelpazesi ve sahip olduğu ürün çeşitliliğiyle yeterli ve dengeli beslenmeyi destekleyen nadir mutfaklarından biridir. Tarihsel süreçte, yaşanan bölgelerde coğrafi, tarihi ve kültürel zenginlikler, Türk mutfağını oldukça önemli bir şekilde etkilemiştir. Türk mutfağı, 5 temel besin grubunu kapsayan menüler oluşturulmasında oldukça elverişli bir mutfak olması dolayısıyla yeterli ve dengeli beslenmeyi sağlamaktadır.

Temel besin grupları aşağıda yer almaktadır (Akdevelioğlu, 2019; Arslan vd., 2001; Baysal vd., 2005; Baysal, 2018; Osmanoglu, 2011):

1. Et, tavuk, balık, sakatat, yumurta, kuru baklagiller ve yağlı tohumlar
- 2.Süt ve türevleri
- 3.Sebze ve meyveler
- 4.Tahıl ve türevleri
- 5.Yağlar, şeker, bal ve pekmez

Her öğünde yukarıdaki besin gruplarının her birinden birer tane bulunursa yeterli ve dengeli beslenme sağlanmış olacaktır. Türk Mutfağındaki yemeklere baktığımızda 5 temel besin grubunun da bulunduğu menüler oluşturmak, oldukça ekonomik ve kolay olabilmektedir.

Türk Mutfağında gerek kırmızı et gerekse beyaz et ile yapılan yemek çeşitleri oldukça fazladır (Güllü, 2019). Türk mutfağı, koyun ve kuzu eti ile pişirilen şiş ve döner kebab ile oldukça ünlenmiştir (Baysal, 1993; Karadağ Gezmen, Çelebi, Ertaş ve Şanlıer, 2014). Kırmızı et, demir ve çinko yönünden zengin olup iyi protein kaynağıdır (Baysal, 2018). Sade et yemekleri, protein, B vitaminleri ve demirden zengindirler

(Baysal vd., 2005). Türk mutfağında kebablar, güveçler, yahniler ve etli sebze yemekleri, ana yemek olarak tüketilmektedir. Kebabların yanında bol salata ve yeşillik tüketme geleneği, sağlık açısından oldukça yararlıdır. Ette bulunan demirin emilimini C vitamini artırmaktadır. Ayrıca kolesterolün yükselmesini engellemektedir (Baysal vd., 2005). Tavuk ve hindi eti, en çok kullanılan kanatlı etlerindedir (Akdevelioğlu, 2019). Beyaz etler, protein kalitesi yüksek olan besinler olup bağışıklık sistemi açısından etkili olan çinko mineralini de içerirler (Baysal, 2018). Türk mutfağında balık yemeklerinin sayısı, Türklerin Anadolu'ya gelmesinden sonra artmıştır (Sezgin, 2019c). Balık, omega-3 yağ asitlerince zengin bir besindir ve sağlık üzerinde oldukça önemli etkiye sahiptir. Bu nedenle haftada 1-2 kez tüketilmelidir (Akdevelioğlu, 2019; Baysal 2018).

Birçok yörede çoğu yiyecekte et yerine kuru baklagiller kullanılmaktadır. Kuru baklagiller de et grubu yiyeceklerdendir. Dolayısıyla besleyici değerleri gayet iyidir. Kuru baklagillerden nohut ve mercimek, çorba, yahni, sebze yemekleri, köfte, börek ve pilavlar, mantı, meze ve salatalarda kullanılmaktadır (Baysal, 1997).

Dolma ve sarmalar, Türk mutfağına özgü besleyici değeri fazla yemeklerdendir. Zeytinyağlı yapıldığı gibi etli de yapılmaktadır (Sezgin, 2019b). Türk mutfağındaki dolma ve sebzeler, yoğurt ile servis edilmektedir (Baysal vd., 2005). Örneğin, etli biber dolması ve yanında yoğurt tüketilirse bir öğünde 4 temel besin grubunun da yer aldığı dengeli bir menü tüketilmiş olur.

Türk mutfağında dolma ve sarmalarda et yerine mercimek ya da nohut kullanılabilir. Mercimek ve nohut, et ile aynı grupta olup fiyatı ete göre daha ekonomik olabilmektedir (Baysal, 1997).

Türk Mutfağında yumurtalı yemekler de oldukça yaygın kullanılmaktadır (Baysal vd., 2005; Özkök Algan, 2019). Örneğin, ebeğümeci, ısırgan vb. yabancı otlar yumurtalı olarak pişirilmektedir. Bu durum, yeşil yapraklı sebze yemeklerinin protein ve diğer besin öğeleri içeriğini artırmaktadır. Yeşil yapraklı sebzeler, bol miktarda C ve A vitamini yani antioksidan vitaminleri içermektedir. Ancak yeşil yapraklı sebzeler ayıklanırken ve pişirilirken besin kaybını önlemek amacıyla bazı kurallara uymak gerekmektedir. Yeşil yapraklı sebzeler ayıklanır, yıkanır ve doğranır. Doğrandıktan sonra bir daha yıkanmaz ve bıçakla çok ince parçalara ayrılmaz. Aksi takdirde C vitamini kayıpları artacaktır (Baysal vd., 2005). Yine patates, soğan, ıspanak, pırasa gibi yemekler de yumurtalı pişirilip yanına tarhana çorbası ya da yoğurt veya tam tahıllı ekmek eklendiğinde besin öğesi açısından zenginleştirilmiş olmaktadır. Yumurta, A, E, D, K ve B grubu vitaminlerinin iyi kaynağıdır. Yumurtada demir, kalsiyum, sodyum, potasyum, bakır, klor iyot, magnezyum ve mangan gibi mineraller bulunmaktadır. Yumurta proteinin biyolojik değeri çok yüksektir (Özkök Algan, 2019). Menemen, Türk mutfağında sebze ve yumurtanın birlikte bulunduğu yemeklere en iyi örnektir. Yanında yoğurt ve erişte ile tüketildiğinde oldukça besleyici bir menü ortaya çıkmaktadır.

Türk mutfağında çorbalar sıklıkla tüketilmektedir. Çorbalar, Türk Mutfağında genellikle başlangıçta tüketilir. Çorbayla menüye başlamak mideyi sindirime hazırlamaktadır. Hemen hemen her besin grubundaki besinlerden çorba yapılmaktadır (Ceyhun Sezgin, 2019a). Tarhana çorbası, Türk Mutfağındaki çorbalar içerisinde en yaygın kullanılanlardandır. Tarhana, fermente bir ürün olup ülkemizde her bölgede farklı şekillerde yapılmakla birlikte temelde kullanılan malzemeler ve yapılış biçimi aynıdır. Tarhana pişirilirken nohut, börülce, kuru sebzeler,

çeşitli baharatlar eklenerek besin değeri artırılmaktadır. Tarhana çorbası pişirilirken et ya da tavuk suyu kullanılabilir. Tek bir tarhana çorbası neredeyse beş besin grubundan da besin içermektedir (Arlı ve Gümüş, 2007; Coşkun, 2014; Güldemir, Haklı, Işık 2018; Özdemir, Göçmen, Yıldırım Kumral, 2007).

Tarhanadan başka yayla, toyga ve mercimek çorbalarının yanına turşu ya da salata eklenmesi dengeli karışımlar oluşturmakta (Baysal vd., 2005), ayrıca menünün probiyotik ve prebiyotik içeriğini artırarak enfeksiyona karşı bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olmaktadır.

Türk mutfağı, sebzeler yönünden oldukça zengindir. Çok çeşitli renklerde her mevsim sebze ve meyve tüketilmektedir (Ceyhun Sezgin, 2019b; Sormaz, 2019). Sebze ve meyveler, hangi yöntemle olursa olsun uzun süre saklanmamalı, taze olarak mevsiminde tüketilmelidir (Baysal vd., 2005; Ceyhun Sezgin, 2019b).

Zeytinyağı, antioksidan özellikte fenolik bileşikler içermekte olup A, D, E ve K vitamininin kaynağıdır (Baysal vd., 2005; Ceyhun Sezgin, 2019b).

Türk Mutfağında salata, yemeklerin yanında tüketilir. Salatalar, sebze ve meyvelerle hazırlandığı gibi nohut, kuru fasulye, mercimek gibi kuru baklagillerin de salataları yapılmaktadır (Akman, 2019). Salatalara sos olarak eklenen sarımsak, sirke, limon zeytinyağı sosu, antioksidan ve probiyotik özellikleriyle bireyleri enfeksiyonlardan korumaktadır. Soğan ve sarımsakta bulunan allilik sülfidler, bağışıklık sistemini güçlendiren besinlerdendir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022). Sarımsak, yüzyıllar boyunca alternatif tıpta da kullanılmıştır. Sarımsağın bağışıklık sisteminin iyileştirilmesinde ve bazı hastalıkların tedavisinde biyolojik etkiye sahip olduğu belgelenmiştir. Sarımsak ile ilgili yapılan çalışmalar, sarımsağın kolesterolü ve

kan basıncını düşürdüğünü ve antioksidan durumunu artırdığını göstermiştir (Tekbaş, 2021; Rahman ve Lowe 2006). Sarımsak, yüzyıllar boyunca sağlıkla ilgili çoğu rahatsızlık için geleneksel bir çare olarak kullanılmıştır. Sarımsağın bağışıklık sisteminin iyileştirilmesinde, kardiyovasküler hastalıkların tedavisinde, kanser, karaciğer ve diğer alanlarda açık ve önemli bir biyolojik etkiye sahip olduğu belgelenmiştir. Araştırmalar, sarımsağın kolesterolü düşürdüğünü, trombosit agregasyonunu engellediğini, kan basıncını düşürdüğünü ve antioksidan durumunu artırdığını göstermektedir (Tekbaş, 2021; Rahman ve Lowe, 2006). Zeytinyağında bulunan bileşikler, antioksidan etkiye sahip olduğundan sağlık üzerinde de olumlu etkileri bulunmaktadır (Armutcu, Namuslu, Yüksel ve Kaya, 2013; Toker, 2021). Türk mutfağında başta üzüm olmak üzere elma vb. meyvelerin sirkesi yapılmaktadır. Sirkenin sağlık üzerine etkileri uzun yıllardır bilinmektedir. Geleneksel tıpta sirke, Hipokrat döneminden beri kullanılmıştır (Gökırmaklı, Güzel-Seydim ve Budak, 2019).

Fermente ürünler, antimikrobial, antioksidan, probiyotik bileşiklere sahip olmalarından dolayı fonksiyonel gıdalardır. Besinlerin içindeki laktik asit bakterileri, patojen mikroorganizmaların aktivitelerini önlemekte ve sağlığı olumlu yönde etkilemektedir. Türk mutfağında fermente ürünler turşu, sirke, yoğurt, pekmez, boza gibi ürünlerdir. Fermente ürünlerin bağışıklık sistemi üzerinde olumlu etkileri vardır. (Bayrak, 2019; Karababa, Develi ve Işıklı, 2005).

Türk mutfağında her yemekte ister zeytinyağlı isterse etli olsun mutlaka soğan kullanılır. Soğan, antioksidan vitaminleri içermektedir. Yemek yaparken çok fazla kavrulmayıp direkt pişirilmeye başlanması besin ögesi kayıplarını azaltır. Türk mutfağında sos geleneği yoktur. Yemekler oldukça lezzetli olduğundan sosa gerek duyulmamıştır. Sos olarak sarımsaklı yoğurt

ve domates sosu kullanılır. (Maviş, 2003). Domates, likopen açısından oldukça zengindir ve antioksidan vitaminler içermektedir. Domatesin pişirildiğinde likopenin kullanım oranı artar. Türk mutfağında yemeklerde domates ya da domates salçasının kullanılması sağlık açısından oldukça yararlıdır. Bu da vücudu enfeksiyonlardan korumaktadır. Yoğurt, Türklere özgü probiyotik ürünlerden biridir. Çok eski yıllardan beri Türklere, yoğurdun sağlığı koruduğuna inanmışlar ve yoğurdu hemen her öğünde tüketmişlerdir. Yoğurt, bağışıklık sistemi üzerinde etkili birçok vitamin ve mineral barındırır (Artık ve Poyrazoğlu 2010; Kızılaslan ve Solak, 2016). Yapılan çalışmalarda, düzenli yoğurt tüketiminin bazı kanser türlerini ve enfeksiyon hastalıklarını önlediği ve bağışıklık sistemini güçlendirdiğini ortaya çıkarmıştır (MEGEP, 2016). Son yıllarda araştırmacılar, canlı fermentler içeren fermente bir süt olan bu ürünün tüm dünyada aynı fikirde olduğu yoğurdun 'sağlık' değerine artan bir ilgi duymaktadır (Bourlioux ve Pochart, 1988).

Türk Mutfağında tatlılar da önemli bir yere sahiptir (Sürücüoğlu, 2019). Bunlardan şeker yerine meyvelerle tatlandırılanları küçük porsiyonlar halinde tüketmek önemlidir. Hoşaf ve kompostolar, sindirim sistemini oldukça rahatlatırlar. Hoşaf ve kompostoların içerisine karanfil ve tarçın gibi baharatların eklenmesi ise oldukça sağlıklıdır (Sezgin, 2019a). Hoşaf ve kompostolara şeker ilave edilmemeli, eğer enerji gereksinmemiz fazlaysa az miktarda pekmez ilave edilmelidir.

Yağ olarak zeytinyağı ve tereyağı kullanılmalı, margarin gibi trans yağ içeren yağlar kullanılmamalıdır. Tüm menülerde gelenekselliğe önem verilmelidir. Kahvaltıda mutfağımıza özgü peynir, zeytin, tereyağı, tahin pekmez, sebze ve meyvelere yer verilmelidir. Öğle ve akşam öğünlerinde kolalı ve gazlı içecekler yerine komposto, hoşaf veya ayran, şalgam suyu ya da taze sıkılmış meyve suları tercih edilmeli-

dir. Türk mutfağının ana besin maddesi ekmektir ve yörelere göre değişen çok fazla çeşitleri bulunmaktadır. Mayalı ekmeklerin besleyici değeri yüksektir (Baysal, 2018). Ekmeğin günümüzde özellikle de pandemiyle birlikte evde yapımı artmıştır. Ekmek yapılırken içerisine yağlı tohumlar ve çeşitli tahıl ya da kuru baklagil unları eklenerek besin değerleri artırılabilir. Ancak çok fazla ekmek tüketimi kalori alımını artırabilmektedir.

Türk mutfağında yaz aylarında erişte yapılıp kurutulur ve kış aylarında tüketilir. İçine yumurta, süt eklendiğinden dolayı oldukça besleyicidir. Ancak pişirme sırasında pişirme suyu dökülmemeli, çekeceği kadar su eklenmelidir. Erişte, üzerine peynir, yoğurt, domates sosu ve ceviz eklenerek de tüketilebilir (Baysal vd. 2005).

## **Sonuç**

Tüm enfeksiyon hastalıklarında olduğu gibi COVID-19 enfeksiyonundan korunmada bağışıklık sistemimizin güçlü olması oldukça önemlidir. Güçlü bir bağışıklık sistemine sahip olmanın en önemli gereği, yeterli ve dengeli beslenmenin sağlanmasıdır. Türk mutfağı, yeterli ve dengeli beslenmeyi sağlayabilecek yiyecek ve içecekleri bol miktarda içermektedir. Bireyin bu yiyecek ve içeceklerden aktivitesine, yaşına ve cinsiyetine uygun çok sağlıklı menüler oluşturabilmesi mümkün olmaktadır. COVID-19 enfeksiyonuna karşı bağışıklık sistemini güçlendirmek için geleneksel beslenme sistemine dönüş yapılması elzem hale gelmiştir. Birçok besinin, örneğin turşu, tarhana, sirke, yoğurt gibi probiyotik özelliği olan besinlerin ev koşullarında üretilmesi oldukça sağlıklıdır. Yine fast food, katkılı, basit şeker içeriği yüksek, yağlı, paketli gıdalardan uzak durulması, evde çeşitli besin gruplarından oluşan tencere yemeklerinin yapılması, çorba, komposto ya da hoşaf gibi sıvı içeriği yüksek gıdalara her mevsim soframızda yer verilmesi, yemeklerin yanında yoğurt, ayran, cacık ve salataların tü-



ketilmesi, salatalara sos olarak sirke, nar ekşisi, sumak, sarımsak ve zeytinyağı limon karışımından oluşan sosların ilave edilmesi, sebze ve meyvelerin mevsiminde tüketilmesine özen gösterilmesi önemlidir.

### Kaynakça

**Akbıyık, A., Avşar, Ö. (2020).** Coronavirüs enfeksiyonu hastalığının (COVID-19) epidemiyolojisi ve kontrolü. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 109-116.

**Akçal, Ö. (2021).** Nutrisyon ve İmmün Sistem. İçinde: Haspolat ,K.Y., Çeltik, C., Çarman, B.K., Akbulut, E.U., Taş, T. (Ed.), Çocuk İmmünoloji - Enfeksiyon Hastalıkları ve Beslenme (s.17-42). Ankara: Orient Yayınları.

**Akdeniz V., Kınık Ö., Yerlikaya O., Akan, E. (2016).** İnsan sağlığı ve beslenme fizyolojisi açısından çinkonun önemi. *Akademik Gıda*, 14(3), 307-314.

**Akdevelioğlu, Y. (2019).** Geçmişten Günümüze Türk Mutfağının Beslenme ve Sağlık Açısından Değerlendirilmesi. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.482-492). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Akman, M. (2019).** Türk Mutfağındaki Salata ve Mezeler. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s. 376-386). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Akşit, M.A. (1991).** Beslenmeye Giriş. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayınları.

**Albayrak, A. (2013).** Farklı milletlerden turistlerin Türk Mutfağına ilişkin görüşlerinin saptanması üzerine bir çalışma. *Journal of Yaşar University*, 30(8), 5049-5063.

**Ankaralı, H., Ankaralı, S., Erarslan, N. (2020).** COVID-19, SARS-CoV2, enfeksiyonu:

güncel epidemiyolojik analiz ve hastalık seyri- nin modellenmesi. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25 (Special Issue on COVID 19), 1-22.

**Arılı, M., Gümüş, H. (2007).** Türk Mutfak kültüründe çorbalar. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 10-15 Eylül 2011, Ankara. s.143-158.

**Armutcu, F., Namuslu, M., Yüksel, R., Kaya, M. (2013).** Zeytinyağı ve sağlık: Biyoaktif bileşenleri, antioksidan özellikleri ve klinik etkileri. *Konuralp Medical Journal*, 5(1), 60-68.

**Arslan, P., Bozkurt, N., Karaağaoğlu, N., Mercanlıgil, S., Açık Erge, S. (2001).** Yeterli-Dengeli Beslenme ve Sağlıklı Zayıflama Rehberi. İstanbul: Özgür Yayınları.

**Artık, N., Poyrazoğlu, E.S. (2010).** Geleneksel Türk Mutfağı ve sağlık, 1. Uluslararası Adriyatikten Kafkaslara Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ.

**Aydoğdu, A., Okay, E. Ö., Köse, Z. C. (2016).** Destinasyon tercihinde gastronomi turizmi'nin önemi: Bozaada örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 120-132.

**Bayrak, E. (2019).** Fermente Ederek Saklama. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M. S, (Ed.), Türk Mutfağı (s.434-436). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Baysal, A. (1993).** Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

**Baysal, A. (1997).** Türk Mutfağında Mercimek ve Nohut Yemekleri. İçinde: Toygar, K (Ed.), Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar

(s.49-56). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.

**Baysal, A., Merdol Kutluay, T., Ciğirim, N., Sacır, H.F., Başoğlu, S. (2005).** Türk Mutfağından Örnekler. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.

**Baysal, A. (2010).** Genel Beslenme. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.

**Baysal, A. (2018).** Beslenme. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.

**Bengmark, S. (2001).** Pre-, pro- and synbiotics. *Current Opinion in Clinical Nutrition and Metabolic Care*, 4, 571-579.

**Bourlioux, P., Pochart, P. (1988).** Nutritional and health properties of yoğurt. *World Review of Nutrition and Dietetics*. 56, 217-258.

**Bulduk, S., Yabancı, N., Demircioğlu, Y. (2002).** Özel Durumlarda Beslenme. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.

**Caccialanza, R., Laviano, A., Lobascio, F., Montagna, E., Bruno, R., Ludovisi, S., Corsico, A.G., Di Sabatino, A., Belliato, M., Calvi, M., Iacona, I., Grugnetti, G., Bonadeo, E., Muzzi, A., Cereda, E. (2020).** Early nutritional supplementation in non-critically ill patients hospitalized for the 2019 novel coronavirus disease (COVID-19): Rationale and feasibility of a shared pragmatic protocol. *Nutrition*, 74, 110835. Doi: 10.1016/j.nut.2020.110835.

**Ceyhun Sezgin, A. (2019a).** Türk Mutfağı'na Özgü Çorbalar. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.300-321). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Ceyhun Sezgin, A. (2019b).** Türk Mutfağında Zeytinyağlı Sebze yemekleri. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.300-321). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Chandra, R.K (1997).** Nutrition and the immune system: an introduction. *American Journal of Clinical Nutrition*, 66(2), 460-463.

**Chew B.P., Park J.S. (2004).** Carotenoid action on the immune response. *Journal of Nutrition*, 134(1), 257-261.

**Charalampopoulos D, Wang R, Pandiella S.S, Webb C. (2002).** Application of cereals and cereal components in functional foods: A review. *International Journal of Food Microbiology*, 79, 131-141.

**Cintoni M, Rinninella E, Annetta M.G, Mele M. C. (2020).** Nutritional management in hospital setting during SARSCoV-2 pandemic: a real-life experience. *European Journal of Clinical Nutrition*, 74(5), 846-847.

**Coşkun, F. (2014).** Tarhananın tarihi ve Türkiye'de tarhana çeşitleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(3), 69-79.

**Çakırcalı, E. (1998).** Hemşirelikte Temel İlke ve Uygulamalar, İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.

**Dhama, K., Han, S., Tiwari, R., Sircar, S., Bhat, S., Malik, Y. S., Rodriguez-Morales, A. J. (2020).** Coronavirus disease 2019–COVID-19. *Clinical Microbiology Reviews*, 33(4), 1-48.

**Dönder, A. (2021).** Covid-19 Enfeksiyonu ve Vitaminler. İçinde: Haspolat, Y.K., Çeltik, C., Çarman K.B., Akbulut, U.E., Taşkın, Taş (Ed.), Çocuk İmmünoloji-Enfeksiyon Hastalıkları ve Beslenme-. Çocuk Kronik Hastalıklarında Beslenme (s.43-54). Ankara: Orient Yayınları.

**Emre, E. (2021).** Koronavirüsler, İmmün Sistem ve Beslenme. İçinde: Haspolat, Y.K., Çeltik, C., Çarman, K.B., Akbulut, U, E., Taş, T. (Ed.), Çocuk İmmünoloji - Enfeksiyon Hastalıkları ve Beslenme (s.17-42). Ankara: Orient Yayınları.

- Erol, N, Sağlam L, Sağlam YS, Erol HS, Altun S, Aktas M.S, Halici M.B. (2019).** The Protection potential of antioxidant vitamins against acute respiratory distress syndrome: a rat trial. *Inflammation*, 42(5), 1585-1594.
- Erol, A. (2020).** COVID-19 için yüksek doz intravenöz C vitamini tedavisi. <https://doi.org/10.31219/osf.io/p7ex8>
- Ersoy, G. (2004).** Egzersiz ve Spor Yapanlar İçin Beslenme Soruları ve Cevapları ile Açıklamalı Sözlük. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Eynallı, A. (2021).** Akut Enfeksiyonlarda Beslenme. İçinde: Haspolat, Y.K., Çeltik, C., Çarman, K.B., Akbulut, U, E., Taş, T. (Ed.), Çocuk İmmünoloji - Enfeksiyon Hastalıkları ve Beslenme-. Çocuk Kronik Hastalıklarında Beslenme (s.113-134). Ankara: Orient Yayınları.
- Gökırmaklı, Ç., Güzel-Seydim, Z. B., Budak, H. N. (2019).** Sirkenin sağlık üzerine etkileri. *Gıda*, 44(6), 1042-1058.
- Güldemir, O., Haklı, G., Işık, N. (2018).** Türk Mutfağı'nda kahvaltıda tüketilen çorbalar ve illere göre dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 56-66.
- Güler, S. (2010).** Türk Mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(26), 24-30.
- Güllü, M. (2019).** Et ve Sakatat Yemekleri: Şanlıer, N ve Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.186-196). Ankara: Hedef Yayıncılık.
- Hasler C.M. (2002).** Functional foods: benefits, concerns and challenges—a position paper from the American Council on Science and Health. *Journal of Nutrition*, 132(12), 3772-81. Doi: 10.1093/jn/132.12.3772
- Kamer, E., Çolak, T. (2020).** Covid-19 ile enfekte bir hastasının operasyona ihtiyacı olduğunda ne yapmalıyız: cerrahi öncesi, cerrahi sonrası ve cerrahi sonrası rehberi. *Turkish Journal of Colorectal Disease*, 30, 1-8. Doi: 10.4274/tjcd.galenos.
- Karababa, E., Develi Işıklı, N., (2005),** “Pekmez: A traditional concentrated fruit product”, *Food Reviews International*, 21, 357–366.
- Karaca, B. (2020).** Erişkin yaş grubunda covid-19 klinik bulguları. *Journal of Biotechnol and Strategic Health Research*, 1 (Özel Sayı), 85-90.
- Karadağ Gezmen M., Çelebi, F., Ertaş, Y., Şanlıer, N. (2014).** Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Öğeleri Açısından Değerlendirilmesi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karyadi E., Schultink W., Nelwan RH., Gross R., Amin Z., Dolmans, WM., West, C.E. (2000).** Poor micronutrient status of active pulmonary tuberculosis patients in Indonesia. *Journal of Nutrition*, 130(12), 2953-2958.
- Kızılaslan, N., Solak, İ. (2016).** Yoğurt ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 12, 52-59.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., Saruşık, M. (2014).** Türk Mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 191-210.
- Közleme, O. (2012).** Türk Mutfak Kültürü ve Din. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Livaoğlu, K., Şahin, B, A. (2006).** Zararlı Kimyasallardan Korunma Yöntemleriyle Sağlıklı Hayat. İstanbul: Mozaik Yayınları.
- Maghbooli, Z., Sahraian, MA., Ebrahimi, M., Pazoki, M., Kafan, S., Tabriz, H. M., Haddadi, A., Montazeri, M., Nasiri, M., Shirvani, A., Holick, M.F. (2020).** Vitamin D sufficiency, a serum 25-hydroxyvitamin D at least 30 ng/mL reduced risk for adverse clinical outcomes

in patients with COVID-19 infection. *PLoS One*, 15(9), e0239799. Doi: 10.1371/journal.pone.0239799.

**Mavi, D., İnkaya, Ç. A. (2020).** COVID-19: İmmün patogenezi COVID-19: Immunopatogenesis. *Flora*, 25(2), 121-131.

**Maviş, F. (2003).** Endüstriyel Yiyecek Üretimi. Ankara: Detay Yayıncılık.

**MEGEP (2016).** Proteinler. Gıda Teknolojisi. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller/Proteinler.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller/Proteinler.pdf)

**Meltzer, D. O., Best, T. J., Zhang, H., Vokes, T., Arora, V., Solway, J. (2020).** Association of vitamin D status and other clinical characteristics with COVID-19 test results. *Jama*, 3(9), e2019722-e2019722.

**Merdol Kutluay, T. (2012).** Beslenme Antropolojisi-I. Ankara: Hatiboğlu Yayınları.

**Meydani S.N, Leka L.S, Fine B.C, Dallal G.E, Keusch G.T, Singh M.F, Hamer, H. D.(2004).** Vitamin E and respiratory tract infections in elderly nursing home residents: a randomized controlled trial. *Jama*, 292(7), 828-836.

**Osmanoğlu, N. (2011).** Anne ve Çocuk Beslenmesi. Ankara: Vize Yayıncılık.

**Önal, H. Y., Demirci, Z. (2020).** İmmün sistemin gelişmesinde ve desteklenmesinde besin desteklerinin rolü. *Sağlık Profesyonelleri Araştırma Dergisi*, 2(3), 137-147.

**Önçel, S. (2015).** Türk Mutfağı ve geleceğine ilişkin değerlendirmeler (Turkish Cuisine And an assessment on its Future). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.

**Özdemir, S., Göçmen, D., Yıldırım Kumral, A. (2007).** A traditional Turkish fermented cereal food: Tarhana. *Food Reviews International*, 23(2), 107-121.

**Özök Algan, G. (2019).** Yumurta. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı. (s.236-258). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Pekcan, G.(2008).** Beslenme Durumunun Saptanması. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 726. Ankara: Klasmat Matbaacılık.

**Pekcan, G., Şanlıer, N., Baş, M., Başoğlu, S., Tek Acar, N. (2016).** Türkiye Beslenme Rehberi 2015. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031. Ankara: Kayhan Ajans

**Rahman K, Lowe G.M. (2006).** Garlic and cardiovascular disease: a critical review. *Journal of Nutrition*, 136(3), 736-740

**Sezgin, K.E. (2019a).** Hoşaf, Komposto ve Şerbetler. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.388-404). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Sezgin, K.E. (2019b).** Dolmalar ve Sarmalar. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.286-297). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Sezgin, K.E. (2019c).** Balık ve Deniz Ürünleri. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.260-273). Ankara: Hedef Yayıncılık.

**Sencer, E. (1991).** Beslenme ve Diyet. Güven Matbaası. İstanbul.

**Shioi A, Morioka T, Shoji T, Emoto M. (2020).** The inhibitory roles of vitamin K in progression of vascular calcification. *Nutrients*, 12 (2), 583. Doi: 10.3390/nu12020583

**Songu, M., Katılmış, H. (2012).** Immune system and protection from infections. *Journal of Medical Updates*. 2(1), 31-42.

**Sormaz, Ü. (2019).** Etli Sebze Yemekleri: İçinde Şanlıer, N.,Sürücüoğlu, M.S. (Ed.), Türk Mutfağı (s.276-284). Ankara: Hedef Yayıncılık.

- Sürücüoğlu, M. S., Özçelik, A., Ö. (2008).** Türk Mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi. 38. İCANAS Kongresi, 10-15 Eylül 2008 Ankara, s.1289-1310.
- Sürücüoğlu, M.S. (2019).** Geçmişten Günümüze Türk Mutfağındaki Tatlıların Yeri. İçinde: Şanlıer, N., Sürücüoğlu, M.S. (Ed.). Türk Mutfağı (s.406-423). Hedef Yayıncılık: Ankara.
- Şengül, S., Türkay, O. (2017).** Türkiye'nin Yöresel Mutfakları. Ankara: Detay Yayıncılık
- Talas, M. (2005).** Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(18), 273-283.
- Taşdemir, A. (2017).** Probiyotikler, prebiyotikler ve sinbiyotikler, *Sağlık Akademisi*, 2(1), 71-88.
- Tekbaş, E. (2021).** Sarımsak ve Kalp-Damar Hastalıkları. Çocuk Kalp Hastalıkları ve Beslenme. İçinde: Haspolat, Y.K., Çeltik, C., Çarman, .K.B., Akbulut, U.E., Taş, T. (Ed), Çocuk İmmünoloji - Enfeksiyon Hastalıkları ve Beslenme-. Çocuk Kronik Hastalıklarında Beslenme (s.653-662). Ankara: Orient Yayınları.
- Timoneda J, Rodríguez-Fernández L, Zaragoza R, Marín M.P, Cabezuelo M.T, Torres L, Viña J.R, Barber T. (2018).** Vitamin A deficiency and the lung. *Nutrients*, 10(9), 1132. Doi: 10.3390/nu10091132.
- Toser Güner, Ş. (2005).** Temel Beslenme. İstanbul: Ya-Pa Yayın pazarlama.
- Traber M.G. (2007).** Vitamin E regulatory mechanisms. *Annual Review of Nutrition*, 27, 347-362.
- Toker, C. (2021).** Zeytinyağı ve sağlık. Apelasyon, 95. <https://apelasyon.com/yazi/95/zeytinyagi-ve-saglik>
- Ulukaya, E. (2021).** Lippincott Tıbbi Biyokimya Kitabı. Ankara: Nobel Tıp Kitabevleri.
- Uzunağaç, Ö. (2015).** Selçuklu Anadolu'sunda Beslenme ve Yemek Kültürü. İstanbul: Kitapevi Yayınları.
- Venter, C., Eyerich, S., Sarin, T., Klatt, K.C. (2020).** Nutrition and the immune system: a complicated tango. *Nutrients*. 12(3), 818. 2(3): 818. Doi: 10.3390/nu12030818
- WHO (2022).** WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. <https://covid19.who.int>
- Wiersinga, W.J., Rhodes, A., Cheng, A.C., Peacock, S.J., Prescott, H.C. (2020).** Pathophysiology, Transmission, Diagnosis, and Treatment of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): A Review. *Jama*, 324(8), 782-793.
- Wong, J. M. (2014).** Gut microbiota and cardiometabolic outcomes: influence of dietary patterns and their associated components. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 100(suppl\_1), 369-377.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (2022).** Sarımsak. [https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/kanser-db/yayinlar/raporlar/SARIMSAK\\_RAPO-RU.pdf](https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/kanser-db/yayinlar/raporlar/SARIMSAK_RAPO-RU.pdf)
- Yücecan, S. (2008).** Optimal Beslenme. Ankara: Klasmat Matbaacılık.



## Mersin Mutfağının Gastronomik Ürünleri

**Çağla ÖZBEK**

Toros Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
cagla.ozbek@toros.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-3577-1599

**Nuray GÜZELER**

Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Gıda Mühendisliği Bölümü  
nsahan@cu.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-5246-2491

Geliş tarihi / Received: 27.09.2021

Kabul tarihi / Accepted: 31.01.2022

### Öz

Mersin, Türkiye'nin güneyinde bulunan bir liman kentidir. Mersin bölgesi nüfusunun büyük bir kısmını Türkmenler (Yörükler) ve Araplar oluşturmaktadır. Ayrıca bu bölgede çok sayıda Ermeni, Rum ve Giritli ailenin yaşadığı bilinmektedir. Etnik çeşitliliğin hayatın her alanında olduğu gibi bölge halkının beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürleri üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Geçmişten gelen beslenme alışkanlıklarının bir kısmı halen devam etmekteyken, bir kısmı zamana uyum sağlayamamış ve unutulmuştur. Tantuni, Silifke yoğurdu, Yüksük çorbası, Batırık, Kerebiç ve Cezerye gibi lezzetler, Mersin ili ile özdeşleşmiş, oldukça önemli gastronomik ürünlerdir. Bu çalışmada, süt ve süt ürünleri, et ve et ürünleri, otlar, meyve ve sebze ürünleri, baklagiller ve tahıl ürünleri, hamur işleri ve bazı tatlılar alt başlıkları ile Mersin ilinin yöresel lezzetleri derlenmiştir. Mersin ilinin mutfak kültürünün yaşatılması ve sürdürülebilirliği için tanıtılmasına katkı sunulmaya çalışılmıştır. Bu konuda yapılan çalışmaların artırılması ve gelecek nesillere aktarılması gerektiği düşünülmektedir.

**Anahtar kelimeler:** Gastronomik ürünler, Mersin, mutfak kültürü

### Gastronomic Products of Mersin Cuisine

#### Abstract

Mersin is a port city which is in the south part of Turkey. Most of the population of Mersin region consists of Turkmen (Yoruks) and Arabs. Furthermore, it is known that many Armenian, Greek, and Cretan families have been living in this region. Ethnic diversity had effects on nutritional hab-

its and culinary cultures of the people of the region like every part of life. Some of the nutritional habits that come from the past still continue but some of them could not adapt to time and were forgotten. Tastes such as Tantuni, Silifke yogurt, Yüksük soup, Batırık, Kerebiç, and Cezerye are very important gastronomic products identified with Mersin province. In this work, Mersin province's regional tastes were given with subheadings as milk and milk products, meat and meat products, herbs, fruit and vegetable products, legumes and cereal products, pastries and some desserts. It has been tried to contribute to the promotion of the culinary culture of Mersin for the survival and sustainability of it, and it is thought that the studies on this subject should be increased and transferred to the next generations.

**Keywords:** *Gastronomic products, Mersin, culinary culture*

## Giriş

Yöresel mutfaklar, ülkelerin belirli bölgelerinde yaşayan insanların geleneksel kültürünü ve mirasını korumakla birlikte yöre halkının bölgesel kimliğini, değer yargılarını, dini inançlarını, kültürünü ve beslenme alışkanlıklarını temsil etmektedir (Lin, 2019). Yöresel mutfakları birbirinden ayıran ve yöresel yiyecekleri, beslenme alışkanlıklarını ve gıda hazırlama-pişirim tekniklerini ifade eden kavram, “gastronomi” olarak tanımlanmaktadır. Gastronomik ürünler, bölgenin kültürel alışkanlıklarını ve geleneklerini yansıtmakta ve bu kültürel mirasın aktarılmasında ve tanıtılmasında görev almaktadır (Ergan, Kızılırmak ve Ergan, 2020).

Mersin şehri, Türkiye'nin güneyinde yer alan bir liman kentidir. Mersin iline bağlı olarak; Anamur, Bozyazı, Aydıncık, Mut, Gülnar, Silifke, Erdemli, Tarsus ve Çamlıyayla ilçeleri bulunmaktadır (Çukurova Kalkınma Ajansı, 2015). TÜİK 2020 verilerine göre, Mersin nüfusunun 1.868.757 olduğu bildirilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2021).

Çukurova bölgesinin tarihi ve demografik yapısı incelendiğinde, M.Ö. 4-5. yüzyıllarda bu bölgenin “Ovalık Kilikya” olarak adlandırıldığı bilinmektedir (Kurt, 2015). Bölgeye ilk Türk yerleşiminin Abbasiler döneminde gerçekleştiği ve ilk Türklerin, Varsak Türkmenleri olduğu görülmektedir. Daha sonra 14. yüzyılda bölgeye

Ramazanoğulları Beyliği'ne mensup aşiretler yerleşmiştir ve bu dönemde nüfusun çoğunluğu Türkmenlerden oluşmaktadır. Ancak Evliya Çelebi tarafından kaleme alınan “Seyahatnâme”de bölgede Arap, Urum, Ermeni ve Yahudilerin de bulunduğu ve Arapça konuşulduğu bildirilmiştir. 1860 yılında, Süveyş Kanalı inşası için Mısır'dan Mersin limanına çalışmak için işçilerin göç etmesiyle bölgedeki Arap nüfusu belirgin bir şekilde artmıştır (Özcan, 2016). Bölgede yaşayan Türkmenler ise hayvancılıkla uğraşarak göçebe bir hayat sürmüşlerdir. Türkmenler için yaylak ve kışlaklar önemli bir yere sahiptir ve yazın Torosların sırtında yer alan serin yerlere göç ederken, kışın deniz kıyısındaki ovalık alanlara inmişlerdir. Günümüzde ise Türkmenlerin (Yörüklerin) tamamına yakını yerleşik hayata geçmişlerdir (Poş, 2005).

Mersin'in tarihi ve kültürel yapısı, hayatın her alanında olduğu gibi Mersin halkının beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürüne de önemli ölçüde yön vermiştir. Mersin mutfağı, Yörük ve Arap yemeklerinin yoğun olduğu bir mutfak olmakla birlikte mutfak kültüründe Girit, Rum ve Ermeni mutfağı esintileri yer almaktadır (Lokmanoğlu, 2013).

Bu çalışmada, Mersin iline özgü ve bölge halkının kültürünü yansıtan gastronomik ürünlerin neler olduğu, üretim yöntemleri ve



geçmişten günümüze yemek kültürleri araştırılmıştır. Mersin mutfağı ve bölgenin gastronomik ürünleri özelinde literatürdeki yayınlar oldukça kısıtlıdır. Bu nedenle bu araştırmanın Mersin ilinin geleneksel gastronomik ürünleri ve mutfak kültürünün tanıtılması ve kayıt altına alınabilmesi bakımından literatüre katkı sağlaması önemli bulunmaktadır. Mersin ilinin mutfak kültürünün gastronomi turizmi bakımından sürdürülebilirliğinin incelendiği araştırmada, cezerye, kerebiç, tantuni batırık, içli köfte ve sıkma gibi bazı gastronomik ürünlerin üretim yöntemleri açıklanmış ancak diğer yöresel yiyeceklerle ilgili bilgiler detaylandırılmamıştır (Yönet-Eren ve Ceyhun-Sezgin, 2017). Süslü, Eryılmaz ve Demir (2020) tarafından yapılan araştırmada ise yalnızca Mersin ilinin coğrafi işaretli ürünleri incelenmiştir. Bektarım (2020) tarafından yapılan bir araştırmada, Mersin’de yaşayan konargöçer Yörüklerin mutfak kültürleri araştırılmıştır. Bazı araştırmalarda ise batırık (Cevdet-Cetinsöz ve Polat, 2018), cezerye (Şahin-Perçin ve Keskin, 2019) gibi bölgeye özgü belirli ürünler detaylıca incelenmiştir. Literatürdeki çalışmaların aksine bu araştırmanın, bölgenin gastronomik ürünlerini daha geniş bir çerçevede inceleyerek, Mersin mutfak kültürünün bütüncü bir şekilde yansıtıldığı düşünülmektedir.

### **Geçmişten Günümüze Mersin Geleneksel Gıdaları ve Yemek Kültürü**

Mersin yemek kültürü, bölge halkının alışkanlıkları, gelenek ve görenekleri sonucunda şekillenmiş, bazı alışkanlıklar günümüze kadar gelirken bazılarıysa uyum sağlayamayarak unutulmuştur. Geleneklere göre Ramazan ayında Müslüman bir aile, iftarı kalabalık sofralar ile beklemekte ve bu sofralarda dövme pilavı, koyun boynu veya diliyle haşlanarak yapılan söğüş, kelle paça, çorbalar, börek çeşitleri, çiğ köfte ve içli köfte bulunmaktadır. Bayramda ise evlerde muhakkak börek ve tatlı çeşitleri (kara-

kuş, sarı burma, oklava tatlısı) yapılmıştır. Bölgede yaşayan Ortodokslar, Noel Bayramı zamanında aşureye benzeyen “Sliha tatlısı” yaparak çevreye dağıtmıştır. Akşam yemeği olarak “Lebeniye çorbası” ve kıymalı iç pilavla doldurulmuş tavuk hazırlanmıştır. Paskalya zamanında ise Mersin’de hâlâ yaygın olarak tüketilmekte olan içi cevizli, hurmalı veya fıstıklı bir kurabiye çeşidi olan “Mamul” dağıtılmıştır. Özel günlerde ise Arap Alevileri tarafından hırısı, sıraysır, kamhi, mileytut, miseksiliha ve Tarsus simidi gibi buğday, nohut ve bulgur ağırlıklı yiyecekler hazırlanmıştır. Geçmişten bu yana bölgenin mutfak kültüründe etin önemli bir yeri bulunmaktadır. Yemeklerde yağlı ve kemikli etlerin bol, sebzelerin az olması tercih edilmiştir. Sakatat, Mersinliler için vazgeçilmezdir. Çukurova bölgesinin büyük bir kısmı deniz kenarı olmasına rağmen geçmişte balık tüketimi genellikle Hristiyanlar tarafından tercih edilmiştir. Eski zamanlarda tavuk ve sebzeler, köylüler tarafından şehre getirilerek satılmıştır. Meyveler ise evlerin bahçelerinden toplanmıştır. Market alışverişleri günümüzde olduğu gibi şarküteri-lerden yapılmıştır. Misafirlere ikram etmek için her daim incir, turunç, ceviz reçeli gibi reçeller evlerde hazır bulundurulmuştur. Tuzlu olarak börek ve biberli ekmek yapılırken, tatlı olarak anason, mahlep veya çiçek suyuyla tatlandırılan un kurabiyesi tüketilmiştir. Bu alışkanlıkların büyük bir kısmı günümüzde unutulmuş olmasına rağmen içlerinde devam edenleri de bulunmaktadır (Lokmanoğlu, 2013; Önay, Bayrak ve Akman, 2015). Bunların dışında Kilikya döneminden günümüze kadar zeytinin ve zeytinyağının bölgede yaşayanların beslenme kültüründe önemli bir yere sahip olduğu bildirilmektedir (Eskiyörük, 2016).

Geniş bir etnik çeşitliliğe sahip olan Mersin mutfağında bölge genelinde benzer tüketim alışkanlıklarının görülmesine rağmen bölgedeki bazı şehirlerle özdeşleşen yiyecekler ve alışkanlıklar bulunmaktadır.

Bölgede doğum, ölüm ve düğün gibi özel günlerde belirli yemekler yapılmaktadır. Araplar tarafından doğum kutlamaları için ballı çerez, yağlı ballı, ciğer salatası, kaynar, yakı, şekerli buğday veya pide ve hedik servis edilmektedir. Düğünler için ise düğün ekmeği, yüksük çorbası, ekşili köfte, davul aşısı, gelin tatarı ve keşkek yapılırken, cenaze törenlerinde ölü helvası, yedi yemeği, kırk yemeği, elli iki yemeği, kazma kürek/kazma takırtısı yemeği yapılmaktadır (Karaca ve Karacaoğlu, 2016). Aynı günlerde bölgede yaşayan Yörükler tarafından da bazı farklı yemekler yapılmaktadır. Düğün için “soğuş” adı verilen bir keçi kesilir ve pişirilir. Etle birlikte darı dövmesi ve keşkek yapılarak misafirlere servis edilir. Cenaze törenlerinde evde dibek dövülür, kazanlarda keşkek, fasulye ve pilav gibi yemekler pişirilerek dağıtılır. Taziye evinde üç gün, üç öğün aynı yemek pişmektedir. “Kırk Yası” olarak adlandırılan günde yemekle birlikte çay, bisküvi veya çikolata ikram edilmektedir. Elli ikisinde ise “bişi” yapıp dağıtılmaktadır. Ölümün yıl dönümünde ise batırık ikram edilebilmektedir (Nas, 2015).

Mersin iline özgü gastronomik ürünlerden 18 tanesi coğrafi işaret ile tescillenmiştir. Ayrıca başvuru aşamasında 4 ürün daha bulunmaktadır. Mersin’in coğrafi işaretli ürünleri Tablo 1’de gösterilmiştir. Belirli bir bölge veya şehir özgü bir ürünün coğrafi işaret ile tescillenmesi, o ürünün benzerlerinden ayrılmasını sağlamakta, aynı zamanda ürün kalitesini, bölgenin kültürel değerlerini koruduğu gibi üretimde standardizasyonu sağlamaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin tüketiciler üzerinde “kaliteli ürün” algısı yarattığı bilinmektedir (Güzeler ve Yıldırım, 2016).

## **Bölgeye Özgü Süt ve Süt Ürünleri**

Bölgede üretilen süt ve süt ürünleri incelendiğinde, genellikle hayvancılıkla uğraşan yöre halkının sağılan sütün bozulmaması için yoğurt veya peynire işlendiği görülmektedir. Keçi ve koyun yoğurdunun yaygın olarak üretildiği bölgede, “Silifke yoğurdu” da ülke genelinde üretildiği ilçenin ismiyle tanınmaktadır. Bu bölgede peynir çeşitliliği de oldukça fazladır. Üretilen peynirler taze olarak tüketilebildiği gibi salamurada bekletildikten sonra veya tulumlara basılarak da tüketilebilmektedir. Ham Çökelek, Yoğurt peyniri, Taze peynir bölgede taze olarak tüketilen peynirler içerisinde yer alırken, uzun süre dayanan daha kuru yapıdaki Keş, Sürk ve Kurut gibi çeşitler de bulunmaktadır.

**Silifke Yoğurdu:** Mersin Silifke bölgesinde yaygın olarak hayvancılıkla uğraşan Yörükler yaşamaktaydı. Bu yaşam biçiminin sonucunda hayvanlardan elde edilen süt, daha uzun süre dayanması için yoğurt olarak işlenmiştir ve günümüzde “Silifke Yoğurdu” ülke genelinde bilinen bir yoğurt haline gelmiştir. Silifke yoğurdu genellikle Toros Dağları’nda yetişen keçilerin sütünden elde edilmektedir. Dağ köylerinde yapılan yoğurt tuluk, ova köylerinde yapılan ise çingil ya da çömlek yoğurdu olarak sunulmaktadır. Mevsimlere göre sütün bileşimi değiştiğinden yoğurdun kıvamı da değişmekte yazın daha koyu, baharda ise daha sulu yoğurtlar elde edilmektedir. Silifke yoğurdu, “süt çilisi” adı verilen etraftan toplanan, çabuk tutuşan ve harlı bir ısı kaynağı olan çalı çırpının yakılması sonucunda sütün ısıtılmasıyla üretilmektedir. Sütün ısıtılması sırasında oluşan köpükler sürekli olarak uzaklaştırılmakta ve üretim sırasında süte hiçbir katkı maddesi ilave edilmemektedir.

Mayalama işlemi ise geleneksel olarak serçe parmağın yanmayacağı derecelerde (38-39°C) gerçekleştirilmektedir (Önay vd., 2015).

**Ham Çökelek:** Taze Keş olarak da bilinmektedir. Beyazımsı renkte ve kendine özgü kokuya sahip bir peynir çeşidi olan Ham Çökelek, yüksek protein ve düşük yağ oranına sahiptir.

Taze peynir sınıfına giren bu peynir, tuzlanarak daha uzun süre muhafaza edilebilir. Geleneksel yöntemlere göre yoğurdun yayıklama ve yağ ayırma işlemlerinden sonra tuz eklenerek kaynatılması, oluşan çökeleğin süzülmesi, sıcaklığın düşürülmesi, bez torbalarda süzülmesi veya baskılanmasıyla elde edilmektedir (Kalender ve Güzeler, 2013).

**Tablo 1.** Mersin ilinin coğrafi işaretli gastronomik ürünleri

Ürün Adı	Başvuru/Tescil Durumu	Başvuru/Tescil Türü	Başvuru/Tescil tarihi
Anamur muzı	Tescilli	Menşe adı	2003
Tarsus fındık lahmacunu	Tescilli	Mahreç işareti	2020
Tarsus Sarıulak zeytinyağı	Tescilli	Menşe adı	2021
Bozyazı kavutu	Tescilli	Mahreç işareti	2020
Tarsus şalgamı	Tescilli	Mahreç işareti	2007
Mut kayısısı (yaş sofralık)	Tescilli	Menşe adı	2007
Tarsus beyazı üzüm (Topacık)	Tescilli	Menşe adı	2005
Mersin tantunisi	Tescilli	Mahreç işareti	2017
Tarsus humusu	Tescilli	Mahreç işareti	2017
Tarsus Sarıulak zeytini	Tescilli	Menşe adı	2018
Silifke çileği	Tescilli	Menşe adı	2019
Mut zeytinyağı	Tescilli	Menşe adı	2018
Tarsus yayla bandırması	Tescilli	Mahreç işareti	2008
Erdemli muzı	Tescilli	Menşe adı	2020
Erdemli Lamas limonu	Tescilli	Menşe adı	2019
Mersin cezeryesi	Tescilli	Mahreç işareti	2003
Mersin kerebici	Tescilli	Mahreç işareti	2019
Tarsus kebabı		Mahreç işareti	2020
Silifke yoğurdu	Başvuru	Mahreç işareti	2021
Tarsus biberiyesi	Başvuru	Mahreç işareti	2021
Gülner kuş üzümü	Başvuru	Menşe adı	2021
Gezende eriği	Başvuru	Menşe adı	2016

**Keş:** Keş, Orta Asya Türkleri tarafından Anadolu'ya kazandırılan, süt, ayran veya yoğurttan elde edilen bir süt ürünüdür. Özellikle Mersin'in Anamur ilçesinde, keçi ve koyun sütü karışımından üretilen peynirin peynir altı suyunu odun ateşinde uzun süre kaynattıktan sonra baskıya alarak elde edilen Lor, Sarı Keş olarak adlandırmaktadırlar. Bu yörede ayrıca Taze Keş (Ham Keş, Yaş Keş), Deri Keşi (Katık Keş, Ovmalı Keş), Gök Keş (Küflü Keş) ve Kuru Keş üretimi de yapılmaktadır (Kalender ve Güzeler, 2013).

**Yoğurt Peyniri:** Geleneksel olarak Hatay ve Tarsus'ta iki farklı şekilde üretimi yapılan bir peynir çeşididir. Temelde sütün yoğurdun asitliğiyle pıhtılaştırılma mekanizmasına bağlı olarak üretilir. Taze peynir sınıfına giren Yoğurt peyniri, kaynayan süte yoğurt ilave edilmesi ve sütün pıhtılaştırıldıktan sonra süzülmesi ve baskılanmasının ardından üretim yerine göre salamurada bekletilir veya çömleklere/bidonlara basılır. Hatay'da baskılanma sonrasında dilimlenip salamurada bekletilen bu peynir, Tarsus'ta baskılanmanın ardından ufalanıp tuz ve çörek otuyla karıştırılarak ve çömek veya plastik bidonlara basılarak tüketilmektedir (Yıldırım, 2016).

### **Bölgeye Özgü Et ve Sakatat Yemekleri**

Mersin'de yaşayan halk açısından et ve et ürünleri, oldukça önemli bir yere sahiptir. Ana öğünlerde mutlaka et yemeği olması beklenir. Mersin beslenme kültüründe sakatat tüketimi de önemli bir yer tutmaktadır.

**Tantuni:** Mersin'e özgü, et ve kuyruk yağının küçük kuşbaşı şeklinde doğranması, haşlanması, sac üzerinde yağda kızartılması ve toz biber eklenmesiyle yapılıp dürüm şeklinde tüketilen bir yemek çeşididir. Tantuninin Türkmenlerden geldiği düşünülmektedir (Çakmak ve Öz, 2014).

**Tarsus Kebabı:** Tarsus kebabı, Adana kebabıyla oldukça benzerdir. Adana kebabı, bölge yaylalarının kendine has florasında yetişmiş koyunların eti ile yapılmaktadır. Koyun etine tekniğine uygun işlemler uygulandıktan sonra şişe saplanmakta ve meşe kömürü ateşinde pişirilmektedir (Tantekin, 2008). Tarsus kebabında ise farklı olarak soğan bulunmaktadır (Tarsus, 2014). Bölgenin en popüler et yemeklerinden biridir.

**Ciğer:** Ciğer şiş veya ciğer kebabı olarak da bilinen bu yemek, ciğerlerin şişlere geçirilmesinin ardından orta ateşte çevrilerek pişirilmesi ve üzerine sarımsak, sirke, et suyu, tuz ve biber dökülüp mangala ya da fırına verilmesiyle yapılan bir kebab çeşidi olarak bilinmektedir (Akçay, 2017).

**Şırdan:** Adana'da çok popüler olmasına karşın özellikle Mersin ve Tarsus mutfağında önemli bir yere sahiptir. Asıl adı şırdan dolmasıdır ve işkembenin bir bölümünden yapılır. Genellikle bu yiyeceğin yapılmasında kuzu şırdanı tercih edilmektedir (Pusula, 2017).

**Mumbar:** Mumbar dolması ya da Bumbar dolması olarak bilinmektedir. Ülkemizin birçok yerinde yapılmasına rağmen, özellikle Çukurova bölgesinde yaygın olarak tüketilen bir sokak lezzetidir (Güzeler ve Özbek, 2017). Koyunun kalın bağırsağına pirinçli ya da bulgurlu iç harç doldurularak, pişirilmesiyle elde edilmektedir (Artun, 2008).

**Hırısı:** Özellikle Hatay'da yaşayan Arap kesimin özel günlerde yaptığı etli keşkek ya da etli aşureye benzetilen bir yemek çeşididir. Mersin ve Tarsus'ta da yaygın olan yapılmaktadır. Özel günlerde pişirilmesinin ardından hayır amacıyla etrafta yaşayan insanlara dağıtılan Hırısı yapımında, yapılışın uzun sürmesi nedeniyle yaklaşık 7-10 kişi görev almaktadır (Bağı ve Karahasanoğlu, 2015; Turan, 2010).

**Kaburga Dolması (Eye):** Pirinç, soğan, kırmızıbiber, karabiber ve salçadan oluşan iç harcın kaburganın içine doldurulması, kaburganın ağzının dikilmesi ve suda haşlanması ardından fırında pişirilmesiyle yapılan bir yemek çeşididir (Uğurlu, 2010). Bölgede yaşayan Araplara özgü bir yemek çeşidi olduğu bildirilmektedir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016).

**Tepsi Oruğu (Kıbbe Sinniye):** Yapılışı içli köfte ile benzerdir. Ancak tepsi üzerine bulgurlu harcın serilmesi, arasına kıyma konulup üzerine tekrar köfte hamuruyla kapatılıp fırında pişirilmesiyle elde edilir (Karaca ve Karacaoğlu, 2016).

**Yüksük Çorbası (Şüjberek):** Un, su, yumurta ve limon suyunun hamur haline getirilerek oklava ile açılması ve kare şeklinde kesilmesinin ardından soğan, kıyma ve baharatlı harcın hazırlanan hamur parçalarının içine konulması ve hamurun dört köşesinden kapatılmasıyla mantı benzeri parçalar elde edilir. Bu parçalar, pişmiş nohutlar ile birlikte kaynayan suya atılır ve üzerine yağda kızdırılmış salça ve baharat karışımı dökülerek Yüksük çorbası yapılır (Ballı, 2013).

### **Bölgeye Özgü Meyve, Sebze ve Ürünleri**

**Çilek suyu:** Silifke ilçesinde yetiştirilen taze çileklerden elde edilen çilek suyu, Mersin’de bazı küçük büfelerde bir sokak lezzeti olarak halka sunulmaktadır. Mersin dışında çok yaygın olmayan bu ürünü, bir meyve suyu firması Silifke’den temin ettiği çilekleri işleyerek endüstriyel hale getirmiştir (Tropicana, 2018).

**Kapari:** Akdeniz iklimi özelliği taşıyan bölgelerde doğal olarak yetişen çok yıllık bir bitkidir. Soslar, pizzalar, salata ve mezelerde kullanılmaktadır. Bölgede genellikle turşu olarak tüketilmektedir (Önay vd., 2015). Turşular, tatlı ve ekşi olarak iki şekilde üretilebilmektedir. Tatlı turşu, kurulan sıvının içine şeker ilave edilerek yapılmaktadır. Ülkemizde daha çok ekşi turşu

tercih edilmektedir. Ekşi turşu ise meyve ve sebzelerin sadece tuzlu suda, sadece sirkede ya da tuzlu su ile sirkede fermente ettirilmesi ile elde edilmektedir. Ayrıca birçok rahatsızlığın tedavi edilmesinde de kullanılabilir (Argun, 2012).

**Kaya koruğu:** Kaya koruğu (*Crithmum maritimum*), *Umbelliferae* familyasından olup, ülkemizde Akdeniz, Karadeniz ve Ege Bölgesi kıyılarında, dünyada ise daha çok Batı Avrupa kıyılarında ve bazı Akdeniz ülkelerine ait kıyılarda doğal olarak dört mevsim yetişen bir bitkidir. Mersin ve Antalya’da yaygın olarak görülmektedir. Genellikle deniz kıyılarında kayalık bölgelerde bulunan yarık ve çatlaklarda, tatlı suların denize karıştığı yerlerde yetişmektedir. Bitkinin çiçekleri yeşil ve sarımsı renkte olup, etli yaprakları 2-3 cm uzunluğunda, 0,6 cm enindedir. Yapraklar, hafif tuzlu ve baharatlı bir tada sahiptir. Bölgede genellikle salatada taze olarak veya turşusu yapılarak tüketilmektedir. Turşu yapımı için ayıklanan kaya koruğu yıkanıp cam kavanozlara alınmakta, üzerine %5 tuz, %0,5 limon tuzu ve %2 sirke içeren salamura suyu ilave edilmektedir. Kavanozlar kapatılıp oda sıcaklığında 5-7 gün bekletildikten sonra tüketime sunulmaktadır (Önay vd, 2015).

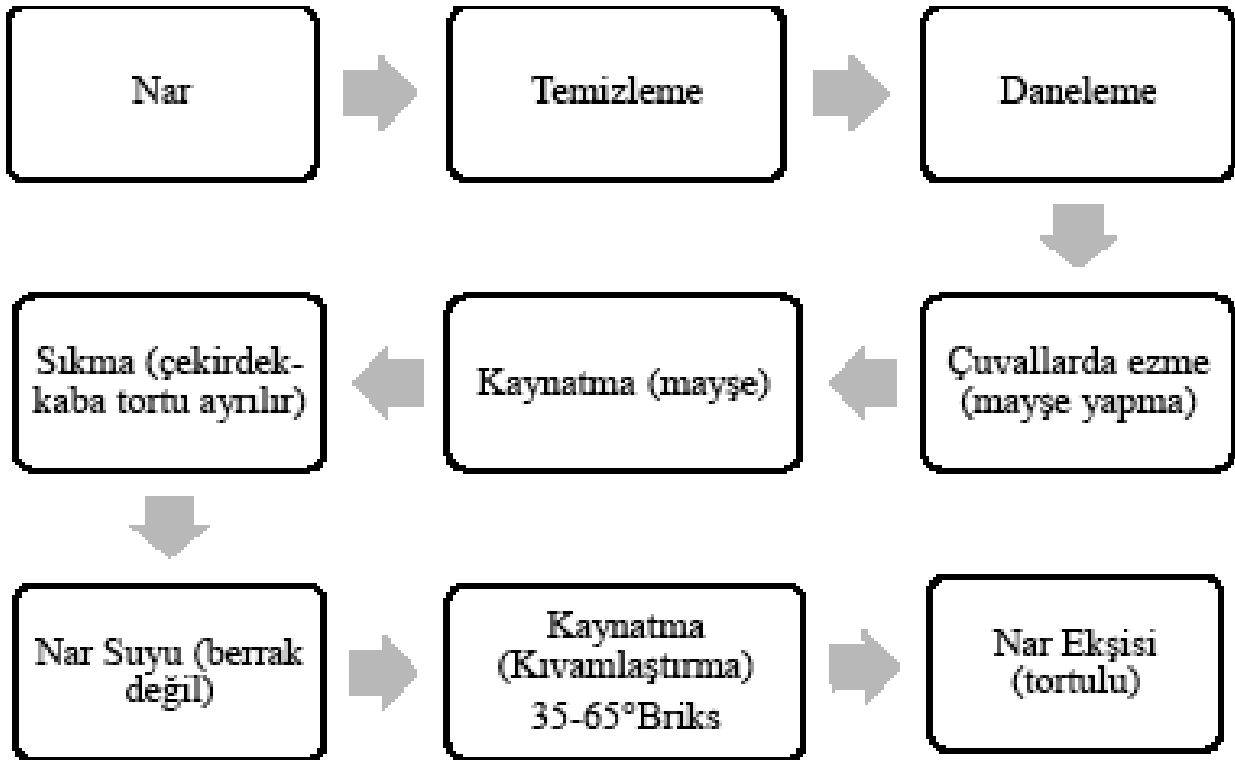
**Nar ekşisi:** Nar (*Punica granatum*, *Punicaceae*), Akdeniz ülkelerinde yaygın olarak bilinen bir meyvedir. Nar meyvesi, polifenoller, vitaminler, polisakkaritler ve mineraller bakımından oldukça zengindir. İçerdiği flavanoid ve antosiyanin sayesinde sahip olduğu antioksidan aktivitenin, kırmızı şarap ve yeşil çaydan 3 kat daha fazla olduğu bildirilmektedir. Nar, taze olarak tüketilebilmekte, ayrıca meyve suyu, meyve suyu konsantresi, reçel, şarap ve liköre işlenebilmektedir. Akdeniz, Ege ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde nardan yaygın olarak nar ekşisi üretilmektedir. Bu amaçla; nar meyvesi temizleme ve ayıklama işlemlerinin ardından preslenmekte, üretilen nar suyu durultulmakta

ve açık kazanlarda veya vakum altında koyulaştırılarak nar ekşisine işlenmektedir. Üretilen nar ekşisi yemeklere ve diğer gıdalara lezzet vermek amacıyla çeşni olarak kullanılmaktadır (İncedayı, Tamer ve Çopur, 2008). Nar ekşisi üretimi, Şekil 1’de gösterilmektedir.

**Şalgam:** TS 11149 şalgam suyu standardında “Şalgam suyu, bulgur unu, ekşi hamur, içme suyu ve yemeklik tuzun karıştırılıp laktik asit fermantasyonuna tabi tutulduktan sonra elde edilen özütün, mor havuç (*Daucus carota*), şal-

gam (*Brassica rapa*) ve istenirse acı toz biber ilave edilerek hazırlanan karışımın tekrar laktik asit fermantasyonuna tabi tutulması ile elde edilen ve istenildiğinde ısıl işlem ile dayanıklı hale getirilen bir ürün” olarak tanımlanmaktadır (TSE, 2003).

Şalgam, laktik asit fermantasyonu sonucunda elde edilen ve başta Adana olmak üzere Mersin, Hatay, Osmaniye ve Kahramanmaraş illerinde yaygın olarak üretilen bir üründür. Son yıllarda İstanbul, İzmir ve Ankara gibi şehirlerde de tü-



Şekil 1. Geleneksel yöntemlerle nar ekşisi üretimi (Önay vd., 2015)

ketimi yaygınlaştırmıştır (Bayram, Erdoğan, Esin, Saraçoğlu ve Kaya, 2014). Şalgam, her ne kadar “Adana şalgamı” ismiyle bilinse de “Tarsus şalgamı”, coğrafi işarete sahip bir üründür ve şalgam üretiminde Adana kadar Tarsus da önemli bir yere sahiptir (Türk Patent Enstitüsü, 2005a). Önceleri yalnızca evlerde geleneksel yöntemlerle üretilen şalgam suyu, günümüzde endüst-

riyel (doğrudan) olarak da yaygın olarak üretilmeye başlanmıştır. Geleneksel yöntemlere göre, ekmek mayası oda sıcaklığında bir gün fermantasyona bırakılır ve içilebilir suya %0,2 ekşi maya karışımı, %3 bulgur unu, %0,2 tuz ilave edilir. Karışımın yoğrularak hamur kıvamına getirilmesinin ardından 25°C’de 3 gün süreyle plastik tanklarda hamur fermantasyonuna

(I. fermantasyon) bırakılır. Bu süreçte hamurdaki pH ve asitlik gelişimi takip edilir ve hamur, su ile dört kez ekstrakte edilir. I. fermantasyondan elde edilen sıvı, havuç fermantasyonunda (II. fermantasyon) kullanılmak üzere ayrılır ve bu sıvıya %1 tuz, %10 oranında temizlenmiş ve doğranmış (2 cm) siyah havuç ilave edilir. İsteğe bağlı olarak doğranmış şalgamın da bu aşamada ilave edilmesinin ardından tankın ağzına kadar su eklenir ve oda sıcaklığında fermantasyona bırakılır. Asit miktarındaki artışın sona ermesiyle fermantasyon işlemi bitirilip şalgam

suyu tortularından arındırılır. Şişelenip +4°C’de muhafaza edilir. Geleneksel yöntemlere göre, starter kültür kullanılarak da şalgam üretmek mümkündür. Doğrudan şalgam üretiminde ise I. fermantasyon işlemi yer almamaktadır. Üretim, yalnızca fermantasyon tankına doğranmış siyah havuç, bulgur unu, tuz, doğranmış şalgam, su ve ekmek mayası ya da ekşi hamur ilave edilmesiyle gerçekleştirilir (Üçok ve Tosun, 2012). Bölgede bitki, meyve ve sebzelerin kullanılmasıyla elde edilen bazı yiyecek ve içecekler, Tablo 2.’de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Bazı bitki, meyve ve sebzelerin kullanımıyla elde edilen

Sebze Yemekleri	Reçeller ve Pekmezler	Turşular ve Soslar	İçecekler
-Babagannuş	-Turunç reçeli	-Kapari	-Şalgam
-Acebek (Börülce)	-Bergamot reçeli	-Kaya kuruğu	-Aşlama
-Kolakas (Gölevez)	-Kıbbet reçeli	-Acur turşusu	-Kaynar
-Lahana Salatası	-Kızılıcık reçeli	-Nar ekşisi	-Çilek suyu
-Fatuş	-Ceviz reçeli	-Turunç ekşisi	
-Tabbule	-Andız Pekmezi		
-Muhammara	-Harnup Pekmezi		
-Tahinli karnabahar salatası			
-Tarator			

### Çukurova bölgesi yiyecek ve içecekleri

**Andız Pekmezi:** Andız (*Juniperus drupacea*), *Cupressaceae* familyasına ait kahverengi veya mavimsi siyah renkte, 2-2,5 cm boyunda çok yıllık bir bitkidir. Ülkemizde Toroslarda, ülkemiz dışında ise Suriye ve Lübnan’da yaygın olarak bulunmaktadır. Andız ağacının odunundan antiseptik madde olan katran elde edilirken, kozalakların etli bölümlerinden pekmez yapılmaktadır. Pekmez üretiminde olgunlaşmış ağaçtan düşen kozalaklar kullanılmaktadır (Özdemir, Topuz, Gölükcü ve Şahin, 2004). Andız pekmezinin; bronşit, öksürük, sarılık, kaşıntı, egzama, mide bulantısı gibi rahatsızlıklar üzerinde tedavi edici etkilerinin bulunduğu bildirilmiştir (Önay vd., 2015).

**Aşlama:** Çukurova bölgesinde aşlama olarak bilinen içecek, aslında meyan kökü şerbetidir. Ortadoğu ülkeleri ve Türkiye’nin güney bölgelerinde meyan kökü demlenerek şerbet olarak (aşlama veya haşlama) tüketilmektedir. Aşlamanın susuzluğu giderdiği ve pek çok rahatsızlığa karşı tedavi edici özellikte olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle bölgede yaz aylarının popüler içeceğidir (Ay vd., 2014).

**Harnup Pekmezi:** Harnup (Keçiboynuzu), Akdeniz iklim özelliği taşıyan bir bitkidir. Harnup meyveleri hasat edildikten sonra 1 ay kadar kurutulmaya bırakılır. Kuruyan meyveler, doğrudan çerez olarak ya da hayvan yemi olarak değerlendirilebilmektedir. Harnup meyvesi tekstil, kâğıt, petrol, gıda ve ilaç endüstrisinde yaygın

olarak kullanılmaktadır. Gıda endüstrisinde kıvam artırıcı, stabilizör ve koruyucu olarak kullanılmasının yanı sıra harnup kahvesi, harnup unu ve harnup pekmezi üretimi yapılmaktadır (Önay vd., 2015). Harnup pekmesine ait üretim akış şeması, Şekil 2’de gösterilmektedir.

**Kaynar:** Tarçın, karanfil, yenibahar, zencefil ve havlıcan gibi baharatların şekerli suda kaynatılması ile elde edilen geleneksel bir içecektir. Genellikle yeni doğum yapan annelere ve gelen misafirlere çay fincanlarıyla üzeri dövülmüş ceviz ve tarçınla süslenerek sıcak halde servis edilmektedir (Özer, Kabak ve Dursun, 2014).

### **Bölgeye Özgü Tahıl Bazlı Ürünler**

Bölgede, baklagiller ve tahıl ürünlerinin kullanımıyla yapılan bölgeye has birçok yiyecek bulunmaktadır. Bu yiyecekler arasında bulgur ile yapılan yemeklerin önemli bir yeri vardır. Bunların yanı sıra pirinç, dövme buğday, mercimek ve nohut ile yapılan geleneksel yemekler de yaygındır. En önemli baklagiller ve tahıl ürünleri kullanılarak yapılan yemekler, Batırık, Kısır, Sarımsaklı köfte, Mercimekli köfte, Keşkek, Humus, Analı Kızılı ve Sıraysir olarak sıralanabilmektedir.

**Batırık:** Lahana veya asma yaprağının haşlanması, içine dövülmüş ceviz, domates, maydanoz ve soğan eklenmesi, üzerine bulgur konularak yoğrulması ve bir kısmının sıkılarak, bir kısmının da sulandırılarak yapılmasıyla elde edilen bir yemek çeşididir (Artun, 2008).

**Humus:** Haşlanmış nohut püre haline getirildikten sonra üzerine limon suyu, dövülmüş sarımsak, tahin ve bazı baharatların ilave edilmesiyle hazırlanmaktadır. Bölgede ana yemek ya da meze olarak tüketilebilmektedir.

### **Bölgeye Özgü Hamur İşleri ve Bazı Tatlılar**

Çukurova yemek kültüründe birçok geleneksel tatlı çeşidi bulunmaktadır ve bu tatlıların çoğu

eski zamanlarda özel günlerde dağıtılmak üzere yapılmıştır. Mamul, Kerebiç ve Cezerye bölgenin en meşhur tatlılarından. Bunların yanı sıra Mileytut, Halka tatlı, Şam tatlısı, Taş kadayıf, Karakuş tatlısı, Sarı burma ve Palıza bölgede yaygın olarak üretilen diğer tatlı çeşitleridir. Çukurova bölgesinde geleneksel hamur işi olarak biberli ekmek, Sıkma, Gözleme ve Bazlama sayılabilmektedir.

**Kerebiç:** Un, irmik ve özellikle ılık zeytinyağı karışımı ile hazırlanan hamurun içi fıstık ya da ceviz ile doldurulup özel bir kalıpla şekillendirildikten sonra taş fırınlarda pişirilmesiyle elde edilmektedir (Köten, Uçan ve Gümü, 2014). Mersin’e özgü olan bu tatlının üzerine çöven ekstraktı ile hazırlanan köpük krema dökülerek servis edilmektedir (Özçelik ve Yıldırım, 2011).

**Cezerye:** Havuç, şeker, nişasta, yağlı tohumlar (fındık, fıstık, antepfıstığı), sitrik asit kullanılarak yapılan Mersin’e özgü bir tatlı çeşididir (Özer, Dursun ve Aksay, 2014). Üretim sırasında havuç 120’de 30 dk su ile haşlandıktan sonra kıyma makinasından geçirilir. Kıyılan havuçlar, şeker, glikoz ve sitrik asit ilavesiyle cezerye marmeladına dönüştürülür ve 90’de 45 dk ısıtma işlemi tabii tutulur. Bu aşamada ceviz içi, fındık içi ya da Antep fıstığı içi ilave edilir ve dinlendirildikten sonra şekil verilerek üretim sonlandırılır (Türk Patent Enstitüsü, 2002).

**Tarsus Yayla Bandırması:** Ceviz sucuğu olarak da bilinen bu ürün, 2005 yılından bu yana coğrafi işaretli ürünler arasında yer almaktadır. Geleneksel olarak kışlık besin ihtiyacını karşılamak amacıyla evlerde üretilen yayla bandırması üretiminde Tarsus Beyazı üzüm pekmezi, ceviz, su ve nişasta kullanılır. Üretimde, pekmez şıra kıvamına gelene kadar sulandırılır ve nişasta eklenerek pişirilir. Bu işlem sonucunda “Palıza” elde edilir. Ceviz içi büyük parçalar halinde 50 cm uzunlukta olacak şekilde iplere dizilir ve bir veya iki kez Palızaya batırılır. Palızayla kapla-



nan ürünler yüksek bir yere asılarak üç gün süreyle kurutulur (Türk Patent Enstitüsü, 2005b).

**Biberli ekmek:** Bölgede biberli ekmek yapımında kullanılacak biberler haşlandıktan sonra ince ince kıyılmaktadır. Küçük küçük doğranmış kuru soğan ve domatesler sıvı yağ ile karıştırılıp biberlere eklenmektedir. Tepsilere hamur parçaları yuvarlak bir şekilde açılmakta ve üzerine hazırlanan harç sürülmektedir. Son olarak üzerine susam serpilerek fırınlarda pişirilmektedir (Artun, 1994).

### Sonuç

Mersin ilinin konumu, kültürel ve siyasi tarihi göz önünde bulundurulduğunda, bölgenin önemli ölçüde etnik çeşitliliğe sahip olduğu görülmektedir. Etnik çeşitlilik, bölge halkını yaşamın her alanında olduğu gibi beslenme alışkanlıkları ve mutfak kültürü açısından da etkilemiştir. Birçok kültürün etkisi altında olan Mersin'in eşsiz lezzetlerinin kayıt altına alınması ve coğrafi işaretle desteklenmesi önemlidir. Bölgenin mutfak kültürünün yaşatılması ve sürdürülebilirliği açısından bu kültürün tanıtılmasını amaçlayan faaliyetlerin artırılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu konuda yeterli literatürün bulunmaması dikkat çeken bir konudur ve geleneksel değerlerin korunması amacıyla bilimsel faaliyetlerin çoğaltılması faydalı olacaktır.

### Kaynakça

**Akçay, Z. (2017).** 17. Yüzyıl Divanlarında Et ve Et Yemekleri. *TÜRÜK*, 5(10), 203-217. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/633117>

**Argun, M.E. (2012).** Kapari (*Capparis ovata Desf. var. canescens*) Çiçek Tomurcuklarının Fermantasyonu Üzerine Bazı Baharat Uçucu Yağ ve Ekstraktlarının Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

**Artun, E. (1994).** Adana Mutfak Kültüründe Ekmekler ve Hamur işi Yemekler. İçinde: Toygar, K., (Ed.), Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Geleneksel Ekmekçilik Hamur İş Yemekler (ss. 17-39). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

**Artun E. (2008).** Adana mutfak kültürü ve Adana yemeklerinden örnekler. İçinde: M. Sabri Koz (Ed.). Geçmişten Günümüze Mili Yemek Kültürümüz (s. 425-461). Eskişehir: Türk Dünyası Kültür Başkenti Ajansı.

**Ay, M.O., Aktürk, A., Çolakoğlu, A., Çelikdemir, A., Kozacı, N., Açıklan, A., Avcı, A., Satar, S. (2014).** Aşırı meyan kökü şerbeti alımına bağlı hipopotasemik paralizi ve solunum yetersizliği. *Cukurova Medical Journal*, 39(2), 387-391. <https://doi.org/10.17826/cutf.03944>

**Bağ, R., Karahasanoğlu, S. (2015).** Türkiye'de yaşayan Arap Alevileri (Nusayriler)'in etnik ve müzikal kimliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53), 48-61. <https://doi.org/10.17755/esosder.43822>

**Ballı, E. (2013).** Gastronomi Turizmi ve Adana Mutfak Kültürü. 2. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 19 Nisan, Adana, s.206-218.

**Bayram, M., Erdoğan, S., Esin, Y., Saraçoğlu, O., Kaya, C. (2014).** Farklı siyah havuç miktarlarının şalgam suyunun bileşimine ve duysal özellikleri üzerine etkisi. *Akademik Gıda*, 12(1), 29-34.

**Bektarım, N. (2020).** Mersin'de Yaşayan Yerleşik ve Konargöçer Yörüklerin Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

**Cevdet-Çetinsöz, B., Polat, A.S. (2018).** Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında yerel yemeklerin mikro ölçekte hazırlanmış fark-

lılıkları: batırık üzerine bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 60-77.

**Çakmak, İ.H., Öz, F. (2014).** Tantuni. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu; 17-19 Nisan, Adana, s. 325.

**Çukurova Kalkınma Ajansı, (2015).** Çukurova Bölgesi İlçe Raporu. [http://www.cka.org.tr/dosyalar/ilce\\_raporu.pdf](http://www.cka.org.tr/dosyalar/ilce_raporu.pdf)

**Ergan, K., Kızılırmak, İ., Ergan, S. (2020).** Gastronomik ürünlerin destinasyon seçimine olan etkisi: Edirne ili örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 1-10. [http://ibaness.org/bnejss/2020\\_06\\_03/01\\_Ergan\\_et\\_al.pdf](http://ibaness.org/bnejss/2020_06_03/01_Ergan_et_al.pdf)

**Eskiyörük, D. (2016).** Antik çağda zeytin ve zeytinyağı: Kilikya Bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue1), 228-243.

**Güzeler, N., Yıldırım, Ç. (2016).** Türkiye Peynirlerinde Coğrafi İşaretleme. İçinde: Nizam, D., Tatari, M.F., (Ed.), Türkiye’de ve Dünyada Yerel-Geleneksel Peynirler: Kars Kaşarı Coğrafi İşareti (ss. 207-215). İstanbul: Opus Yayınları.

**Güzeler, N., Özbek, Ç. (2017).** Conceptual analysis of street flavors of Turkey. *Annals of the University of Craiova- Agriculture, Montanology, Cadastre Series*, 47(1), 147-155.

**İncedayı, B., Tamer, C.E., Çopur, Ö.U. (2008).** Nar Ekşisinin Bileşimi Üzerine Bir Araştırma. Türkiye 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs, Erzurum. Bildiri kitabı s.61.

**Kalender, M., Güzeler, N. (2013).** Anamur yöresi keş çeşitleri ve bazı kimyasal özellikleri. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Dergisi, 28(2), 1-10.

**Karaca, O.B., Karacaoğlu, S. (2016).** Kültür, din ve yemek etkileşimi çerçevesinde Arap mutfağının kavramsal olarak incelenmesi: Ada-

na ili örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 561-584.

**Köten, M., Uçan, F., Gümüş, P. (2014).** Gerebiç. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan, Adana. Bildiri kitabı s.595-598.

**Kurt, M. (2015).** M.Ö. VI.V. yüzyıllarda Kilikya Bölgesi: Küresel güçler ve Syennesis Krallığı. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13, 303-326.

**Lin, H.Y. (2019).** The transmission of traditional cuisines: A review. *Journal of Tourism and Hospitality*, 8(2). Doi: 10.35248/2167-0269.19.8.400

**Lokmanoğlu, Y. (2013).** Dünden Bugüne Mersin Mutfağı (s.188). Ankara: Akılçelen Kitaplar

**Nas, G.E. (2015).** Yörük kültüründe düğün ölüm âdetleri ve adlandırmaları (Anamur örneği). *Journal of Turkish Language and Literature*, 1(2), 25-32.

**Önay, D., Bayrak, E., Akman, M. (2007).** Siflikte Yöresi Mutfağındaki Geleneksel Ürünlerin Özellikleri ve Beslenmedeki Fonksiyonel Önemi. ICANAS 38 Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül, Ankara, s.925-944.

**Özcan, Y. (2016).** Mersin’in Tarsus İlçesinde Konuşulan Arapça Üzerine Bir Derleme Çalışması. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

**Özçelik, H., Yıldırım, B. (2011).** Türkiye çövenlerinin (*Gypsophila* L. ve *Ankyropetalum Fenzl* spp.) ekonomik önemi, kullanım olanakları ve korunması üzerine düşünceler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 12, 57-61.

**Özdemir, F., Topuz, A., Gölükcü, M., Şahin, H. (2004).** Andız (*Juniperus drupacea*) pekme

zi üretim tekniğinin geliştirilmesi üzerine bir araştırma. *Gıda*, 29(1), 33-40.

**Özer, A.E., Dursun, A., Aksay, S. (2014).** Geleneksel Türk Şekerlemeleri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu; 17-19 Nisan, Adana, s.1096-1100.

**Özer, A.E., Kabak, B., Dursun, A. (2014).** Geleneksel Türk İçecekleri. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu; 17-19 Nisan, Adana, s.1091-1095.

**Poş, A. (2005).** Osmanlı döneminde Tarsus (1516-1923). Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 5(1), 243-278.

**Pusula (2017).** Şırdan Nedir? Hayvanın Neresinden Yapılır? <https://www.pusulahaber.com.tr/sirdan-nedir-hayvanin-neresinden-yapilir-509810h.htm>

**Süslü, C., Eryılmaz, G., Demir, E. (2020).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.

**Şahin-Perçin, N., Keskin, S.N. (2019).** Tarsus Mutfağına Özgü Bir Lezzet: Cezerye. IV<sup>th</sup> International Gastronomy Tourism Studies Congress, 19-21 Eylül, Nevşehir, Bildiri kitabı s.190-195.

**Tantekin, G. (2008).** Adana'da Kebap Yemeği Kültürünün Yeme İçme Mekanlarına Yansıması. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

**Tarsus (2014).** Tarsus Kebabı. <https://tarsusum.wordpress.com/yoresel-yemekler/tarsus-kebab/>

**Tropicana (2018).** Silifkenin Göz Bebeği: Tropicana Çilek Nektarı. <http://www.tropicana.com.tr/>

**Turan, F.A. (2010).** Nusayrîlerde Gadir Hum, Fıraş ve Mubahale Bayramları. *Türk Kültürü ve*

*Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 54, 291-298.

**Turhan, İ., Tetik, N., Karhan, M. (2007).** Keçiboynuzu pekmezinin bileşimi ve üretim aşamaları. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 2, 39-44.

**Türk Patent Enstitüsü (2002).** Coğrafi İşaret Tescil Belgesi, Mersin Cezeryesi, Tescil no:44. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/11D-CF61C-9841-4525-A816-5FFB08A7562D.pdf;jsessionid=D69F8425965250A3DAE-6CAF0824B652D>

**Türk Patent Enstitüsü (2005a).** Coğrafi İşaret Tescil Belgesi, Tarsus Şalgamı. Tescil no:84. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/F6EA3F94-C8F2-482B-99EB-36D26AB90970.pdf>

**Türk Patent Enstitüsü (2005b).** Coğrafi İşaret Tescil Belgesi, Tarsus Yayla Bandırması. Tescil no:105. <https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/CBA8D757-0AD7-41EC-9A11-8606FCED6E08.pdf>

**TSE (2003).** TS 11149 Şalgam Suyu Standardı. Ankara.

**Türkiye İstatistik Kurumu (2021).** Yıllara Göre İl Nüfusları. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>

**Uğurlu, M. (2010).** Adana İli Karataş İlçesi Halk Kültürü Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

**Üçok, E.F., Tosun, H. (2012).** Şalgam suyu üretimi ve fonksiyonel özellikleri. *Celal Bayar Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 8(1), 17-26.

**Yıldırım, Ç. (2016).** Yoğurt Peyniri Üretiminde Kullanılan Yoğurt Oranının Kalite Özellikleri Üzerine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

**Yönet Eren, F., Ceyhun Sezgin, A. (2017).**  
Gastronomi Turizmi Açısından Mersin Yöresi  
Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği. 1<sup>st</sup> Inter-  
national Sustainable Tourism Congress, 23-25  
Kasım, Kastamonu, s.161-170.

## Yenilebilir Çiçek Olarak Gülün Önemi ve Osmanlı Mutfak Kültüründeki Yeri

**Şeyma Nur GÜNEŞ**

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.

seymanurgunes13@gmail.com

ORCID: 0000-0001-8484-6158

**Tolga AKCAN**

Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu,  
Gıda Teknolojisi Programı

tolga.akcan@deu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-2488-5769

Geliş tarihi / Received: 26.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 23.03.2022

### Öz

Çiçekler, tarih boyunca kullanım alanlarının çeşitliliği sebebiyle önemli katkılar sağlamıştır. Bu alanlardan birisi de mutfaklardır ve son dönemde mutfakta çiçeklerin gıda olarak kullanımını dikkat çekmektedir. Sahip oldukları duyuşal özellikleri sayesinde gıdalardaki lezzeti ve görüntüyü iyileştirebilen yenilebilir çiçekler, aynı zamanda içeriğindeki değerli bileşenler sayesinde insan sağlığına da önemli katkılar sağlayabilmektedir. Sağlığa faydasının yanı sıra güzel görüntüsü ve aroması sayesinde yiyecekleri geliştiren gül, yenilebilir çiçekler arasında önemli bir yere sahiptir. Gül, eski dönemlerden beri toplumlar için dini, mitolojik ve kültürel açıdan çeşitli anlamlar ifade etmiştir. Tarih boyunca gülü soyut ve somut olarak çeşitli şekillerde kullanan toplumlardan birisi olan Türk toplumunda gül, özellikle Osmanlı mutfağında yenilebilir çiçek olarak sıkça yer almıştır. Bu çalışmanın amacı, değerli bir yenilebilir çiçek türü olan gülün Osmanlı mutfak kültüründeki yeri ve öneminin ortaya konulmasıdır. Bu doğrultuda, literatürdeki çalışmalar incelenerek Osmanlı döneminde gül tüketimine ilişkin uygulamalar ve bunların günümüze yansımaları ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Gıda, gül, kültür, Osmanlı mutfağı, yenilebilir çiçek*

## The Importance of Rose as an Edible Flower and Its Role in Ottoman Cuisine

### Abstract

Flowers have made significant contributions throughout history due to the diversity of their usage areas. One of these areas is kitchens and the use of flowers as food in the kitchen has attracted attention recently. Edible flowers, which can improve the taste and appearance of foods thanks to their sensory properties, can also provide important contributions to human health thanks to the valuable components in their content. Rose, which improves food thanks to its beautiful appearance and aroma, as well as its health benefits, has an important place among edible flowers. Rose has meant various religious, mythological and cultural meanings for societies since ancient times. In Turkish society, which is one of the societies that have used the rose in various ways abstractly and concretely throughout history, the rose was frequently used as an edible flower, especially in Ottoman cuisine. The aim of this study is to reveal the role and importance of the rose, which is a valuable edible flower, in the Ottoman cuisine culture. Accordingly, the studies in the literature are examined and the practices related to the consumption of roses in Ottoman period and their reflections on the present are discussed.

**Keywords:** Food, rose, culture, Ottoman cuisine, edible flower

### Giriş

Yüzyıllardır insan beslenmesinin bir parçası olan çiçekler, renk, aroma ve tatları sayesinde yiyecekleri duyuşal açıdan iyileştirebilen, içeriğindeki yüksek antioksidan aktivite sayesinde ise insan sağlığına katkıda bulunan bir bitki kısmıdır (Chitrakar, Zhang ve Bhandari, 2019). İlk kez yüz milyon yıl önce yeryüzünde beliren çiçeklerin güzel ve çekici görüntüsünün yanı sıra boya, ilaç ve gıda kaynağı olarak da kullanılabilir olduğu insanlar tarafından çok eski zamanlarda keşfedilmiştir (Kirker ve Newman, 2016). Eski dönemlerde yenilebilir çiçekler hem geleneksel mutfak uygulamalarında hem de alternatif tıpta kullanılmıştır (Guiné, Florença, Moya ve Anjos, 2020). Günümüzde ise yenilebilir çiçekler, önceki yeme alışkanlıklarını yeniden keşfetme ve yeni tatlar deneme arzusunun yanı sıra içeriğindeki biyoaktif bileşenler sebebiyle de tüketicinin ilgisini çekerek popüler hale gelmiş durumdadır. Genellikle salatalarda, içeceklerde ve şekerlenerek dekoratif amaçlar için kullanılmakta olan yenilebilir çiçekler, yi-

yecekleri renklendirerek görsel açıdan güzelleştirebilmektedir (Fernandes, Casal, Pereira, Saraiva ve Ramalhosa, 2020). Ayrıca içeriğindeki fenolik ve biyoaktif bileşenler sebebiyle ilaç endüstrisinde kullanılabilen çiçekler, yeni ve sağlıklı bir renklendirici olarak gıda endüstrisinde kullanılabilmektedir (Pires, Barros, Santos-Buelga ve Ferreira, 2019) have placed viable and safer alternatives products in the market. In particular, edible flowers are used to make dishes more attractive, by adding color, flavor and other sensory characteristics, thus also presenting in their composition bioactive compounds, such as polyphenols, that may provide beneficial health effects. Scope and approach: This review deals with the production, harvesting and storage of wild edible flowers, as well as aspects concerning their processing, packaging and consumption. Moreover, the most abundant bioactive molecules, namely phenolic compounds and more particularly anthocyanins, are also reviewed. Some extraction techniques, such as

Solid-Liquid extraction (SLE. Yüksek besin değerine sahip ve duyuşal açıdan çekici özellikleri bulunan yenilebilir çiçekler, üreticilerin de ilgisini çekmiş durumdadır (Nowicka ve Wojdyło, 2019). Günümüzde tüketicilerin beklentisini karşılayabilmek adına restoranlardaki kullanımı günden güne artmakta olan yenilebilir çiçekler, çeşitli organik veya gurme pazarlarda da satılmaya başlamıştır. Ayrıca artan ilgiyle birlikte son dönemlerde yenilebilir çiçeklere ilişkin araştırma, kitap ve makale sayısının da arttığı görülmektedir (Fernandes vd., 2020).

Günümüzde giderek artan ilgiden ve mutfaklarda değerli bir bileşen olarak kullanılmasından dolayı yenilebilir çiçeklerin yer aldığı tarifler önem kazanmıştır. Bu tariflerin tarihten edinilen bilgiler ve geleneksel tüketim alışkanlıkları doğrultusunda uygulanması hem eski yeme alışkanlıklarına olan talebin karşılanması hem de kültürel mirasın devamlılığı noktasında önem taşımaktadır. Tarihte bakıldığında yenilebilir çiçekleri mutfaklarda sıkça kullanan bir toplum olan Osmanlı Devleti, özellikle gülü taze olarak, suyunu ve yağını çıkartarak çeşitli şekillerde tüketmiştir. Bu kapsamda, bu derleme çalışmasında, gülün Türk kültüründeki yeri ve önemi doğrultusunda yenilebilir çiçek olarak Osmanlı dönemindeki kullanımı araştırılmış ve gül tüketimine ilişkin uygulamaların günümüz Türk kültürüne yansımaları ele alınmıştır. Böylelikle Türk tarihinde değerli bir ürün olan gülün günümüzde geleneksel uygulamalar ışığında yeniden kullanılması ve tüketilmesi amacına katkı sağlanacağı düşünülmüştür.

### Tarihten Günümüze Gülün Önemi

Gül, *Rosaceae* familyasının *Rosa* cinsine ait bir bitkidir. Neredeyse tüm inanç ve kültürlerde önemli bir yere sahiptir (Çetindaş, 2013). Venüs'ün doğuşu ile ilişkilendirilen ve Afrodit'in çiçeği olarak değerlendirilen gül, masal, hikâye, şiir ve romanlarda sıkça söz edilen bir mitolojik unsurdur (Çetindaş, 2013). İslam mitolojisinde

ise ilahi güzelliği temsil etmekte ve Hz. Muhammed ile özdeşleştirilmektedir (Can, 2019). Osmanlı'nın İslam devleti olması sebebiyle de Peygamber'e benzetilen gül, dini süslemelerde ve çeşitli eserlerde somut ve soyut olarak farklı şekillerde kullanılmıştır (Karafakı ve Çetinkaya, 2016). Türk kültüründe taş oymacılığında, çini ve seramiklerde, duvar resimlerinde, kumaşlarda, kitap cilt ve tezhiplerinde ve mezar taşlarında gül motifleri sıklıkla kullanılmıştır (Açıkel, 2018). Güle bu denli önem verilmesinin bir sebebi de antik çağlardan beri parfüm yapımından, yemeklere, şerbetlere kadar ve şifa verici özelliğiyle tıbbi kullanımına kadar geniş bir alanda kullanılabilir olmasıdır (Karafakı ve Çetinkaya, 2016). Bunların yanı sıra gül, kimya, kozmetik, takı vb. gibi çeşitli ürünlerde kullanılmaktadır. Ayrıca günümüzde ilaç sanayisinde ve süs bitkisi olarak kullanımı da yaygındır (Diler ve Genç, 2014; Yıldız, 2012).

Gül, aşk ve duygusallık gibi pek çok anlamının yanı sıra tadı ve aroması sayesinde mutfaklarda çeşitli tariflerin hazırlanması amacıyla yüzyıllardır kullanılmaktadır. Tarihte mutfak kullanımı olarak en eski kayıtlarından birisi M.Ö. 7. yüzyıl civarı eski Mezopotamya'ya dayanan güller, çivi yazısı tabletlerinde tıbbi etkisi ile yer almıştır (Kirker ve Newman, 2016). Çok yıllık odunsu bir bitki olan gül, tarih boyunca çeşitli hastalıklara karşı halk tarafından bitkisel ilaç olarak kullanılmıştır (Yang ve Shin, 2017). Ayrıca tarihte çeşitli hamur işlerinin, et yemeklerinin ve tatlıların hazırlanmasında kullanılmıştır (Kirker ve Newman, 2016). Günümüzde çok çeşitli amaçlarla kullanılan gül, tıbbi ve aromatik önemi sebebiyle ekonomik değeri yüksek bir bitkidir (Özçelik, Muca ve Özavcı, 2011). Dünyada özellikle fırıncılık ürünlerinde sıkça yer alan gül, taze olarak doğrudan kullanımının yanı sıra yapraklarının damıtılmasından elde edilen gül suyu ile yiyecekleri tatlandırmak için de kullanılmaktadır (Kirker ve Newman, 2016). Yiyecekleri hem görsel açıdan hem de

lezzet açısından güzelleştiren gülün içeriğinde insan vücudu için gerekli olan birçok temel bileşen bulunduğu için beslenme ve sağlık açısından da oldukça önemli olduğu belirtilmiştir (Dan-Min ve Zhi-Long, 2019). Özçelik vd. (2011) tarafından yapılan bir araştırmada, gül kokusunun kişilerde stresin neden olduğu baş ağrısını azalttığı, rahatlatıcı etkiler sağladığı, uyku bozukluklarını düzenlediği ve yaşantıyı olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Farklı 8 çeşit yenilebilir çiçeğin incelendiği bir başka çalışmada ise mini gülün çok yüksek antioksidan aktiviteye sahip olduğu bildirilmiştir (de Morais vd., 2020).

### **Osmanlı Mutfak Kültüründe Gülün Önemi**

En kaliteli ve en değerli malzemelerin kullanıldığı, yoğun iş gücü gerektiren yiyeceklerin hazırlandığı ve klasik tariflerin yeniden yorumlanarak mükemmelleştirmenin amaçlandığı Osmanlı mutfağındaki (Işın, 2018) pek çok tarifin oluşturulmasında, yenilebilir çiçeklere yer verilmiştir. Saraya alınan çiçeklerin bir kısmı resmi ve özel günlerde padişah ve önemli kimselelere gönderilirken, diğer kısmı saray mutfağının helvahanesinde tatlı ve reçel yapımı için kullanılmıştır (Sak, 2006). Saray mutfağında çeşitli reçel ve şerbetlerin yapımında gül, menekşe, yasemin ve gelincik gibi yenilebilir çiçekler kullanılmıştır. Ayrıca tat ve aroma verici doğal katkı maddesi olarak bazı tatlı, hoşaf ve şerbetlerin hazırlanmasında gül suyu ve portakal çiçeği suyunun kullanıldığı (Samancı, 2008) ve şerbetlerde menekşe, nilüfer, zambak gibi hoş kokulu çiçeklerin yer aldığı bilinmektedir (Seçim, 2018). Çiçekler, çoğunlukla 10 bölümden oluşan ve saray mutfağının tüm helva, şekerleme, tatlı, reçel ve şerbet ihtiyacını karşılayan helvahane bölümünde kullanılmıştır (Gürsoy, 2018). Osmanlı döneminde özellikle İslami açıdan değeri ve kültürel önemi sebebiyle güle ayrı bir değer verilmiş ve mutfaklarda sıkça kullanılmıştır. Sarayda bulunan “Hasbahçe”nin bir

bölümünde saray mutfağında kullanılmak üzere kırmızı gül ve sakız gülü yetiştirilmiştir. Bu bölgeye ise “Gülhâne” (Gülhâne Parkı) adı verilmiştir (Karafakı ve Çetinkaya, 2016). Ayrıca halkın çeşitli yiyecek ve içeceklerde kullanmak üzere ihtiyaç duyduğu güllerin karşılanabilmesi amacıyla gül pazarları kurulmuştur (Yıldız, 2012). Osmanlı döneminde elde edilen gül suyunun saklanması amacıyla bakır, gümüş, altın, seramik veya cam malzemelerden “gülabdan” denilen saklama kapları üretilmiş ve dini merasimlerde konuklara gülabdan ile gülsuyu ikram edilmiştir (Yıldız, 2012). Osmanlı döneminde özellikle şenliklerde, özel günlerde veya ziyafetlerde ikram edilmek üzere hazırlanan yiyecek ve içeceklerde kullanılmasının yanı sıra tedavi edici özelliği sebebiyle çeşitli ilaçların hazırlanmasında da gül kullanılmıştır. Osmanlı tıbbında gül ve şeker kullanılarak; gül macunu, gül şurubu, gül murabbası, cüllâb, gül balı gibi çeşitli ilaçlar hazırlanmıştır (Altıntaş, 2009). Ayrıca gül kokusunun Osmanlı dönemi psikoloji hastalarının tedavisinde aromaterapi yolu ile kullanıldığı bilinmektedir (Özçelik vd., 2011). Kalbe ve ruha iyi geldiği için Osmanlı döneminde akıl hastalıklarının tedavisinde gül suyu kullanılmış ve “güllabici” ismi verilen görevliler tarafından hastalara günde iki kez gül suyu serpilmiştir. Bununla birlikte bu dönem akıl hastalarının saçları tıraş edilerek, tedavilerinden önce ve sonra Osmanlı hekimlerinin “mübarek yağ”, “faydalı yağ” ve “iksir” olarak tanımladığı gül yağıyla ovulmuştur (Altıntaş, 2007). Osmanlı mutfağında gül kullanılarak hazırlanan tariflerden bir kısmı günümüzde geleneksel olarak tüketilmeye devam ederken bir kısmı ise unutulmaya yüz tutmuştur. Lokum, şerbet, güllaç, macun ve aşure gül kullanılarak hazırlanan başlıca geleneksel lezzetlerdendir.

### **Lokum**

Lokum, 15. yüzyılda Anadolu’da ve Osmanlı topraklarında başlayan önemli bir geleneksel



Türk lezzetidir (Diker, Türker, Çetinkaya ve Kaya, 2017). Dünyanın en eski tatlılarından birisi olan lokum, ismini Arapçada boğaz rahatlatıcı anlamına gelen “rahatü'l-hulkum” kelimesinden almıştır (Batu ve Kirmaci, 2009). Osmanlı döneminde şeker kullanılarak ve gül suyu veya misk ile tatlandırılarak hazırlanan rahatü'l-hulkum, zamanla değişime uğrayarak günümüzdeki lokum ismini almıştır (Işın, 2018). Önceleri tatlandırmak için bal veya pekmez kullanılan lokum, günümüzde şeker ve nişastayla hazırlanmakta ve genellikle küp şeklinde kesilerek paketlenmektedir (Batu ve Kirmaci, 2009). Kabuklu yemişler ve meyve özleri kullanılarak çeşitli şekillerde hazırlanabilen lokumun en önemli tatlandırıcılarından birisi güldür. Osmanlı dönemine dayanan ve salamura edilmiş özel gül yapraklarıyla üretilen el yapımı bir gül lokumu çeşidi olan “gül sarması”, buna örnek verilebilir (Çağlar ve Özaltın, 2013). Türk kültüründe bayram, düğün, cenaze gibi çeşitli etkinliklerde sunulan ve yiyecek-içeceklerle birlikte tat tamamlayıcısı olarak konuklara ikram edilen lokum (Diker vd., 2017), aynı zamanda böbrek hastaları için tüketilmesi tavsiye edilen, sağlıklı ve doğal bir gıda ürünüdür (Batu ve Batu 2016). Törensel özelliğe sahip olan lokumun servisinde ise şık kristal ya da cam lokumluklar veya “Çeşm-i-Bülbül”ler kullanılmaktadır (Diker vd., 2017).

### Şerbet

İsmini Arapçada “içmek” anlamına gelen “şarba” kelimesinden alan ve 11. yüzyıla dayanan şerbet, şeker ve suyla hazırlanıp çeşitli meyve, çiçek ve bitki özleriyle tatlandırıldıktan sonra soğuk veya sıcak servis edilebilen geleneksel bir içecektir (Tamer, Ömeroğlu ve Çopur, 2019). Tarihte ilk kez Türkler tarafından yapılmış olan şerbet, Osmanlı mutfağının en fazla tüketilen içeceklerinden birisi olmuş ve önemli konuklara altın ibriklerde ve seçkin bir ikram olarak sunulmuştur (Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019). Osmanlı döneminde şerbetlerin hazırlanması

noktasında çiçekler önemli bir rol oynamış ve özellikle gül, tat ve aroma vermesi amacıyla çok sık kullanılmıştır. Bu dönem yaygın olarak ikram edilen gül şerbeti hazırlanırken, yıkanmış olan gül yapraklarının üzerine kaynar su ilave edilip bir gün bekletilmekte, daha sonra içerisine su ve şekerin kaynatılmasından elde edilen şurup eklenerek soğutulmaktadır. Sonrasında elde edilen şurup, servis esnasında suyla karıştırılarak sunulmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019). Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan ve özel günlerde hazırlanan şerbetler, Osmanlı döneminde padişahların çocukları olunca gelen ziyaretçilere ikram edilmiş bir içecektir (Özkan, Erçetin ve Güneş, 2019). Şerbetlerin iştah açıcı, susuzluğu giderici, hazmı kolaylaştırıcı ve zengin besin değeri sayesinde bazı hastalıklarda tedavi edici olarak da tüketildiği belirtilmiştir (Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019). Günümüzde Anadolu’da doğumlardan sonra şerbet ikramının yapılması ve ramazan ayında şerbet tüketimi gibi gelenekler devam etmektedir (Özdoğan ve Işık, 2008). Ancak genel olarak şerbetlerin tüketimi günümüzde çok azalmış ve yerini asitli içeceklere bırakmış durumdadır. Ayrıca Osmanlı döneminde oldukça zengin bir çeşitliliğe sahip olan şerbetlerin bir kısmının günümüzde tamamen unutulduğu, bir kısmının ise sadece evlerde yapıldığı bilinmektedir (Hatipoğlu ve Batman, 2014). Şerbete benzer bir içecek olarak Osmanlı dönemi sokaklarında seyyar satıcıların diğer serinletici içeceklerle birlikte satışı sunduğu gül şurubu, taze gül yaprakları, limon ve şekerle hazırlanıp soğuk olarak servis edilen konsantre bir içecektir (Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019). Gül kullanılarak hazırlanan bir diğer içecek olan buhur suyu ise Osmanlı sarayı has yemeklerinden sonra ikram edilen, çeşitli bitki, baharat ve otların kaynatılmasıyla hazırlanan bir içecektir (Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019). Günümüzde bu içeceklerin tüketimi de neredeyse tamamen son bulmuş durumdadır.

## Güllaç

Osmanlı mutfağından günümüze gelen ve Türk kültüründe büyük öneme sahip bir diğer lezzet güllaçtır. Yıl içinde en fazla Ramazan ayında tüketilen güllaç, ismini “güllü aş” biçiminden almaktadır (Küçük, 2017). Güllaç, nişastayla hazırlanan bir hamurdan elde edilen kâğıt inceliğindeki kuru bir yufkanın, ısıtılmış şekerli sütle ıslatılarak hazırlanmasına dayanan bir tatlıdır. Isıtılan şekerli sütün içerisine ilave edilen gül suyu, bu tatlıya ismini vermektedir. Hazırlanırken her katman arasına isteğe bağlı olarak çeşitli kuru yemişler ilave edilebilen güllaç, servis esnasında kuru yemiş ve nar taneleriyle süslenebilmekte ve arzu edilirse ekstra gül suyu ilave edilerek tatlıdaki gül tadı belirginleştirilebilmektedir (Akpınar-Bayizit, Özcan ve Yılmaz-Ersan, 2009). İçeriğindeki B ve E vitaminleri sebebiyle bağışıklığı kuvvetlendiren, sakinleştirici ve stres azaltıcı etkisi olan güllaç, günümüzde özellikle Ramazan ayında yapılmakta ve iftar sonrası hazmı kolay bir tatlı olarak tüketilmektedir (Gün, Budak ve Seydim, 2008).

## Macun

Macun, binlerce yıldır farklı içeriklerde hazırlanan, çeşitli özütler ve bitki tozlarının bal veya şurup ile karıştırılmasıyla elde edilen hamur kıvamında bir üründür (Çoksarı, Artık, Saltan ve Coşkun, 2014). Osmanlı döneminde önemli bir yere sahip olan macunların en bilinen örneklerinden birisi olan mesir macunu, Osmanlı döneminde Hafsa Sultan'ın hastalığını iyileştirmek üzere hazırlanan, çok çeşit baharat ve bitkiden elde edilen bir karışımdır. Günümüzde mesir macunu, devamlılığını sürdürmekte ve her yıl Türkiye'nin en eski festivallerinden birisi olan “Uluslararası Manisa Mesir Festivali” yapılmaktadır (Erdoğan Aksu, 2017). Günümüzde mesir macunu kadar yaygın olarak bilinmese de Osmanlı mutfağından gü-

nümüze gelen diğer bir önemli macun çeşidi, gül macunudur. Geçmiş 500 yıl önceye dayanan gül macunu, gül yaprağı, şeker ve 16 çeşit baharatla hazırlanan bir üründür. İçeriğindeki sağlığa yararlı malzemeler sebebiyle bağırsak rahatsızlıkları ve boğaz ağrıları için tedavi edici özelliğe sahiptir (İhlas Haber Ajansı, 2013). Ayrıca birçok Osmanlı tıp kitabında gül macunlarının mide ve karaciğeri koruyucu etkilerinden bahsedilmektedir (Çoksarı vd., 2014). Buna örnek olarak, “iki kere şekerle bulanmış gül” anlamına gelen gül-be-şeker, dönemin hekimleri tarafından gül ve şekerle hazırlanan popüler bir gül macunu çeşidi olup, özellikle mide ve karaciğer rahatsızlıklarına karşı tüketilmiştir (Altıntaş, 2009). Osmanlı döneminde sindirimi kolaylaştırıcı etkisinden dolayı yemeği fazla kaçıranlara ikram etmek amacıyla ellerinde gül macunuyla ziyafet sofralarının kenarında bekleyen görevlilerin bulunduğu da bilinmektedir (Altıntaş, 2007).

## Aşure

Osmanlı mutfak kültüründe yer alan ancak binlerce yıl öncesine dayanan aşure, İslam dininin yanı sıra pek çok farklı din ve kültürde de kutsal olarak değerlendirilmektedir. Osmanlı döneminde saray aşçıları ve kiler ağaları tarafından hazırlanan aşure, birkaç gün süreyle “aşure testisi” denilen özel kaplarda halka dağıtılmış olan bir tatlıdır (Polat, 2019). Günümüzde Muharrem ayının 10. gününde aşure yapıp dağıtma geleneği devam etmektedir. Ancak Osmanlı döneminde sadece Muharrem ayında değil, dini gecelerde, özel günlerde ve ziyafetlerde de aşure hazırlanıp ikram edilmiştir (Ünyay Açıkgöz, 2019). Osmanlı döneminde aşure; buğday, fasulye, bakla, nohut gibi bakliyatlarla hazırlanmış ve kırmızı üzüm, incir, armut kurusu, kuş üzümü, hurma, siyah erik, kestane, badem, fıstık, fındık içi, razakı üzüm, elma gibi meyve ve kuru yemişlerle lezzetlendirilmiştir. Ayrıca hazırlanırken içerisine süt, yumurta, bal mumu,

çıra üzümü ve Anadolu armudu ilave edilen aşure, gül suyu ile tatlandırılmıştır (Ünyay Açıkgöz, 2019). Osmanlı saray mutfağında yapılan aşure çeşitlerinden “Süzme Aşure” ve “Sütlü Frenk Arpası Aşuresi” artık günümüzde yapılmamaktadır (Hatipoğlu ve Batman, 2014).

Osmanlı mutfağında gül kullanılarak hazırlanan tarifler, bunlarla sınırlı değildir. Diğer geleneksel tariflere baktığımızda ise zerde, Osmanlı döneminde çeşitli şenliklerde ve ziyafetlerde yapılan, safran, gül suyu, portakal çiçeği suyu ve gül sardunyasıyla tatlandırılmış olan bir tatlı çeşididir (Kirker ve Newman, 2016). Bir başka tarif ise dönemin hekimleri tarafından bal, gül suyu ve gül yaprağı ile elli gün gibi uzun bir sürede hazırlanan “gülengübin” adındaki bir tür ilaçtır. Ayrıca gülengübin, Osmanlı döneminde ziyafet öncesi iştah açıcı olarak ikram edilmiştir. Günümüze bu uygulamaların da devam etmediği görülmektedir.

## Sonuç

Değerli bir yenilebilir çiçek türü olan gül, eski zamanlardan beri farklı kültürlerde ve mitolojide yer alarak toplumlar için çeşitli anlamlar ifade etmiş ve mutfaklarda sıkça kullanılmıştır. Gelişmiş bir mutfak kültürüne sahip olan Osmanlı mutfağında ise başta tatlı ve içecekler olmak üzere çeşitli ürünlerin hazırlanmasında güle yer verilmiştir. Ayrıca gül, Osmanlı hekimleri tarafından bazı ilaçların yapımında da kullanılmıştır. Osmanlı döneminde gülle hazırlanan tarifler incelendiğinde tamamının sağlığa olumlu etkisinin olduğu hatta bazı ürünlerin doğrudan ilaç olarak hazırlandığı görülmektedir. Yüzyıllar öncesinde hazırlanan bu tarifler, Osmanlı Devleti'nin hem mutfak kültürü anlamında hem de tıpta oldukça gelişmiş olduğunun göstergesidir. Gül, Osmanlı döneminde çoğunlukla şenliklerde ve önemli günlerde misafirlere ikram etmek üzere hazırlanan özel yiyecek ve içeceklerde kullanılmıştır. Ayrıca güzel görün-

tüsü sebebiyle zarif ikramların servisi esnasında da çeşitli şekillerde yer almış ve sunumlara görsel açıdan güzellik katmıştır. Bu durum, gülün duyuşal açıdan gıdalara sağladığı katkıların Osmanlı döneminde bilinerek, Türk kültüründe önemli bir yere sahip olan misafir ikramlarında kullanıldığını göstermektedir.

Osmanlı dönemiyle kıyaslandığında günümüz yiyecek ve içeceklerinde çok daha az gül kullanılmakta ve Osmanlı dönemine ait çoğu tarif ve gelenek bilinmemektedir. Gülün ekonomik değerinin artması ve ihracatta önemli bir yere sahip olması sonucu gıda olarak tüketimine öncelik verilmemesi, bu durumun başlıca etmeni olarak düşünülmektedir. Osmanlı döneminde sıkça hazırlanan ve misafirlere ikram edilen macun, güllaç, şerbet gibi bazı ürünlerin tüketimi günümüzde ramazan ayıyla sınırlı kalmış durumdadır. Gül reçeli günümüzde özellikle kışlık hazırlıklarında yaygın olarak yapılmasına rağmen benzer bir ürün olan ve hem Osmanlı döneminde çeşitli hastalıkların tedavisinde hem de gastronomik açıdan sıkça kullanılmış olan gül macunları ise günümüzde unutulmaya yüz tutmuştur. Sütlaç gibi günümüzde yapımı devam eden bazı yiyeceklerde ise gül kullanımı yaygın olarak devam etmemektedir. Sunumları güzelleştirmek amacıyla gül yapraklarının kullanılması, misafirlere ikram olarak gülle hazırlanan içeceklerin sunulması, ziyafet öncesi iştah açıcı olarak veya ziyafet sonrası hazmı kolaylaştırıcı etkisi sebebiyle çeşitli gül macunlarının ikram edilmesi gibi gelenekler, günümüzde unutilan diğer kültürel alışkanlıklardır. Ayrıca Osmanlı döneminde “gülabdandan” olarak adlandırılan özel bir kap ile misafirlere gülsuyu serpilmesi geleneği günümüzde yerini ağırlıklı olarak limon olmak üzere çeşitli meyve ve çiçek esanslarından elde edilen kolonyalara bırakmış ve gül suyu için özel üretilen geleneksel kapların kullanımı neredeyse tamamen son bulmuş durumdadır.

Özellikle son zamanlarda yenilebilir çiçeklere olan ilginin artması, Osmanlı döneminde gül kullanılarak hazırlanan yiyecek ve içecekleri değerli kılmaktadır. Bu nedenle, günümüzde tüketimi azalmış ya da son bulmuş geleneksel lezzetlerin yeniden canlandırılması ve tanıtılması önemlidir. Bu bağlamda, Osmanlı mutfağından günümüze dayanan tariflerin belli dönemlerle sınırlı kalmayıp yıl boyunca hazırlanması ve çeşitli etkinliklerde insanlara bu lezzetlerin tanıtılıp öneminin anlatılması gerekmektedir. Yüzyıllar öncesinden çeşitli teknik ve malzemelerle ortaya çıkarılmış bu lezzetlerin insan sağlığına pek çok katkısının olduğu bilinmektedir. Bu nedenle, bu tarifler hem eski yeme alışkanlıklarını keşfetmek isteyen tüketiciler için hem de sağlıklı yeme içme alışkanlığına sahip tüketiciler için ilgi çekici ve değerli tariflerdir. Ayrıca bu tariflerin canlandırılması hem geleneklerin yaşatılması için hem de günümüz şeflerine farklı lezzetler konusunda fikir vermesi için önemlidir. Böylece üreticilere farklı pazar olanakları sağlanarak hem gül üretiminin çoğalması hem de gül ihracatımızda farklı alanlar yaratılabilecektir.

### Kaynakça

**Açikel, Y. (2018).** Hz. Peygamber-Gül ilişkisi ve ilgili rivayetlerin değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(1), 71-103.

**Akpınar-Bayizit, A., Özcan, T., Yılmaz-Er-san, L. (2009).** Milk-based traditional Turkish desserts. *Mljekarstvo*, 59(4), 349-355.

**Altıntaş, A. (2007).** Osmanlı Tıbbında Gül. <http://ztbb.org/festival/geleneksel-tip-festivali-2007/osmanli-tibbinda-gul/>

**Altıntaş, A. (2009).** Bir Kaşık Gülbeşeker Lütfe. <https://www.iyilikguzellik.com/?artikel,77>

**Batu, A., Batu, H. S. (2016).** Türk tatlı kültüründe Türk lokumunun yeri. *Journal of Tourism*

*and Gastronomy Studies*, 4(1), 42-42. <https://doi.org/10.21325/jotags.2016.5>

**Batu, A., Kirmaci, B. (2009).** Production of Turkish delight (lokum). *Food Research International*, 42(1), 1-7. Doi: 10.1016/j.foodres.2008.08.007

**Can, M. (2019).** Türk işleme sanatında gül motifi. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 9, 51-61.

**Ceyhun Sezgin, A., Durmaz, P. (2019).** Osmanlı mutfak kültüründe şerbetlerin yeri ve tüketimi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1499-1518. Doi:10.21325/jotags.2019.432

**Chitrakar, B., Zhang, M., Bhandari, B. (2019).** Edible flowers with the common name "marigold": Their therapeutic values and processing. *Trends in Food Science and Technology*, 89(May), 76-87. Doi: 10.1016/j.tifs.2019.05.008

**Çağlar, N., Özaltın, F. N. (2013).** Geleneksel tatların yöresel tatlarla buluşmasına bir örnek "Gül Sarması". *Akdeniz Sanat*, 6(11), 56-64.

**Çetindaş, D. (2013).** Mitolojinin güçlü dalı: Gül. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Gül Özel Sayısı, 13-28.

**Çoksarı, G., Artık, N., Saltan, G., Coşkun, E. (2014).** Binlerce Yıllık Tecrübe: Macunlar. *Lokman Hekim Journal XI. National Conference on the History of Turkish Pharmacy*, 25-28 May 2014, Kayseri. s43.

**Dan-Min, F., Zhi-Long, Y. (2019).** Development of rose and crabapple compound beverage. *E3S Web of Conferences*, 78, 4-8. Doi: 10.1051/e3sconf/20197802016

**de Morais, J. S., Sant'Ana, A. S., Dantas, A. M., Silva, B. S., Lima, M. S., Borges, G. C.,**

- Magnani, M. (2020).** Antioxidant activity and bioaccessibility of phenolic compounds in white, red, blue, purple, yellow and orange edible flowers through a simulated intestinal barrier. *Food Research International*, 131, 109046. Doi: 10.1016/j.foodres.2020.109046.
- Diker, O., Türker, N., Çetinkaya, A., Kaya, F. B. (2017).** Geleneksel Türk tatlısı olarak lokum ve Safranbolu lokumu. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 333–344. Doi: 10.21325/jotags.2017.135
- Diler, A, Genç, İ . (2014).** Isparta gülünün (*Rosa damascena* Mill.) su ürünlerinde gıda katkı maddesi olarak kullanımı: Antimikrobiyel ve antioksidan özellikleri açısından genel değerlendirme . *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 4-6. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sdufenbed/issue/20801/222011>
- Erdoğan Aksu, H. (2017).** Eller havaya eller şifaya: Uluslararası Manisa Mesir Festivali üzerine bir inceleme. *Milli Folklor*, 29(115), 91-105.
- Fernandes, L., Casal, S., Pereira, J. A., Saraiva, J. A., Ramalhosa, E. (2020).** An overview on the market of edible flowers. *Food Reviews International*, 36(3), 258–275. Doi: 10.1080/87559129.2019.1639727
- Guiné, R.P.F., Florença, S. G., Moya, K. V., Anjos, O. (2020).** Edible flowers, old tradition or new gastronomic trend: A first look at consumption in Portugal versus Costa Rica. *Foods*, 9(8), 977. Doi: 10.3390/foods9080977
- Gün, İ., Budak, H. N., Seydim, Z. (2008).** Isparta ve Burdur İllerinde Üretilen Güllaçların Hijyenik Kalitesi Üzerine Bir Araştırma. Türkiye 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs 2008, Erzurum. s.785-788.
- Gürsoy, D. (2018).** Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Hatipoğlu, A., Batman, O. (2014).** Osmanlı Saray Mutfağı'na ait gastronomik unsurların günümüz Türk Mutfağı ile kıyaslanması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(2), 62–74.
- Işın, P. M. (2018).** Bountiful Empire A History of Ottoman Cuisine. London: Reaktion Books.
- İhlas Haber Ajansı (2013).** Gül Macunu Mesir Macununa Rakip Oldu. <https://www.haberler.com/gul-macunu-mesir-macununa-rakip-oldu-4442358-haberi/>
- Karafakı, F. Ç., Çetinkaya, Ç. (2016).** Türk süsleme sanatında gülün kullanımı. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 13-20.
- Kirker, C. L., Newman, M. (2016).** Edible Flowers: A Global History. London: Reaktion Books.
- Küçük, M. (2017).** Türk mutfak kültüründen bir sözcük: Güllaç. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 57(2), 1163–1179. Doi: 10.1501/Dtcfder
- Nowicka, P., Wojdyło, A. (2019).** Anti-hyperglycemic and anticholinergic effects of natural antioxidant contents in edible flowers. *Antioxidants*, 8(8), 308. Doi:10.3390/antiox8080308
- Özçelik, H., Muca, B., Özavci, A. G. M. (2011).** Isparta yağgülü (*Rosa x damascena* Mill.) yağı ve çiçeklerinin strese bağlı nörolojik ve psikiyatrik hastalıklara etkileri. *Research Journal of Biology Sciences*, 4(2), 99-105.
- Özdoğan, Y., Işık, N. (2008).** Geleneksel Türk Mutfağında Şerbet. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül 2007, Ankara. s.1059-1077.

- Özkan, M., Erçetin, H. K., Güneş, E. (2019).** Türk mutfak kültürüne ait kaynar (lohusa) şerbeti üzerine bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2310–2320. Doi: 10.21325/jotags.2019.473.
- Pires, T. C. S. P., Barros, L., Santos-Buelga, C., Ferreira, I. C. F. R. (2019).** Edible flowers: Emerging components in the diet. *Trends in Food Science and Technology*, 93(September), 244–258. Doi:10.1016/j.tifs.2019.09.020
- Polat, K. (2019).** Aşûre geleneğinin tarihsel arka planı ve Osmanlı kültür dünyasına yansımaları. *Akademik Dil ve Edebiyat Dergisi*, 3(4), 180–189. Doi: 10.34083/akaded.627055
- Sak, İ. (2006).** Osmanlı sarayının iki aylık meyve ve çiçek masrafı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi*, 40, 141-176.
- Samancı, Ö. (2008),** Türk Mutfağı. İçinde: A. Bilgin ve Ö. Samancı (Editörler), İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü, s.199-218, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Seçim, Y. (2018).** Evaluation of Seljuk and Ottoman cuisine in terms of gastronomy. *Journal of Tourism Theory and Research*, 4(2), 122-133. Doi: 10.24288/jttr.452330.
- Tamer, C. E., Ömeroğlu, P. Y., Çopur, Ö. U. (2019).** Functional and traditional nonalcoholic beverages in Turkey. In: Grumezescu, A., Holban, A.M. (Eds.), Non-alcoholic Beverages: Volume 6. The Science of Beverages (pp.483-521). Amsterdam: Woodhead Publishing
- Ünyay Açıkgöz, F. (2019).** Osmanlı sarayında aşure yapımı ve dağıtımı (XVIII.-XIX. Yüzyıllar). *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 90, 99-110.
- Yang, H., Shin, Y. (2017).** Antioxidant compounds and activities of edible roses (*Rosa hybrida spp.*) from different cultivars grown in Korea. *Applied Biological Chemistry*, 60(2), 129–136. Doi: 10.1007/s13765-017-0261-4
- Yıldız, M. (2012).** Türk-İslam kültüründe gül algısı. *Türk-İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, 7(13), 23-37.

# AYDIN GASTRONOMY

## Amaç

Gastronomi ve mutfak sanatları alanında yapılan bilimsel araştırma, inceleme ve proje çalışmalarının sonuçlarını paylaşmak; bu alandaki güncel bilgi ve gelişmeleri hedef kitleye aktarmak; konu ile ilgili sorunların tartışılmasına zemin oluşturmak; Türk Mutfak kültürünü tanıtmaktır.

## Kapsam

AYDIN **GASTRONOMY**, Gastronomi ve mutfak sanatları ilgi alanlarında (mutfak kültürü, gastronomi ve yiyecek tarihi, yiyecek ve içecek bilimi, gıda teknolojisi, beslenme ve diyet, hijyen ve sanitasyon, gıda güvenliği, mutfak bilimi, mutfak uygulamaları, mutfak sanatları, endüstriyel mutfak, miksoloji, Türk mutfağı, dünya mutfağı, füzyon mutfak, restoran işletmeciliği, gastronomi ve turizm, menü planlama, moleküler gastronomi, dijital gastronomi, ziyafet ve ikram, barista, artisan yemek, yemek sosyolojisi ve antropolojisi, gastronomide yeni trendler, fonksiyonel gıdalar, Osmanlı saray mutfağı, yemek stilistiği ve fotoğrafçılığı, ürün geliştirme vb) yazılmış araştırma ve derleme makaleleri ile uzman görüşleri yanı sıra Gastronomiyi ilgilendiren sosyoloji, felsefe, tasarım, eğitim, tarih, kültür ve sanat dallarında ele alınmış yazıları yayınlayan hakemli bir dergidir.

## Etik Kurallar

AYDIN GASTRONOMY, yayın sürecinin her aşamasında etik davranış standartlarını benimsemeyi ve bunları yerine getirmeyi taahhüt eder. Yayın Etik Komitesi (Committee on Publication Ethics - COPE) ve Açık Erişim Akademik Yayıncılar Derneği (Open Access Scholarly Publishers Association - OASPA) tarafından sağlanan genel etik yönergelerine sıkı bir şekilde bağlıdır. Bu yönergelerde belirtilen ilkelere ve genel yayın şartlarına bağlı olarak, mesleki ve etik standartlara göre editörler, hakemler ve yazarlar aşağıdaki sorumlulukları almalıdır. Yayın sürecinin düzgün ve etiğe uygun şekilde işlemesi bu sorumlulukların yerine getirilmesine bağlıdır.

### 1.Editörlerin Sorumlulukları

#### 1.1. Genel Sorumluluklar

Editör, dergide basılan tüm makalelerin yayınlama sürecinin kuralına uygun yürütülmesinden sorumludur.

Editör derginin niteliğinin iyileştirilmesine katkıda bulunmak için çaba sarf etmekle yükümlüdür. Editör, yazarların ifade özgürlüğünü desteklemelidir

#### 1.2. Okuyucularla İlişkiler

Okuyucular, eğer varsa, araştırmaya veya diğer bilimsel çalışmalara kimin finansman sağladığını ve fon sağlayıcıların araştırmada ve yayınlanmasında herhangi bir rolü olup olmadığı ve rolün ne olduğu hakkında bilgilendirilmelidir.

Editörün, dergide hakem değerlendirmesinin gerekli olmadığı bölümlerin (editöre mektup, davetli yazılar, konferans duyuruları vb.) açıkça belirtildiğinden emin olması gerekmektedir.

Editörün yayımlanan makalelerin dergi okuyucularının bilgi ve becerileriyle uyumlu olmasına dikkat etmelidir.

### 1.3. Hakemlerle İlişkiler

Editör, hakemlere bilgi ve uzmanlıklarına uygun makaleleri göndermelidir. Böylece makalelerin alanında uzman kişilerce uygun bir şekilde değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

Editör, hakemlerin bir makaleyi değerlendirmeden önce makaleye ilişkin çıkar çatışmaları bulunmadığının onayını almakla yükümlüdür.

Editörün hakem değerlendirme sürecine ilişkin gerekli tüm bilgileri ve hakemlerden yapması beklenenleri hakemlere iletmesi gerekmektedir.

Editör, hakem değerlendirme sürecinin çifte körleme ile devam ettiğinden emin olmalı ve yazarlara hakemleri, hakemlere de yazarları ifşa etmemelidir.

Hakemleri tarafsız, bilimsel ve nesnel bir dille çalışmayı değerlendirmeleri için teşvik etmelidir.

Editör, hakemlere ilişkin bir veri tabanı oluşturmalı, hakemlerin zamanlama ve performansına göre veri tabanını güncellemelidir.

Hakem veri tabanında; makaleleri objektif değerlendiren, hakemlik sürecini zamanında yerine getiren, makaleyi yapıcı eleştirilerle değerlendiren ve etik kurallara uygun davranan bilim insanlarının olmasına özen göstermelidir.

### 1.4. Yazarlarla İlişkiler

Editör, yazarlara kendilerinden ne beklediğine ilişkin yayım ve yazım kurallarını sürekli güncellemelidir.

Editör dergiye gönderilen makaleleri dergi yazım ve yayım kuralları, çalışmanın önemi, özgünlüğü, anlatım dili açısından değerlendirerek olumlu ya da olumsuz karar vermelidir. Eğer, makaleyi ilk gönderim sürecinde reddetme kararı alırsa, yazarlara bunun nedenini açık ve yansız bir şekilde iletmelidir. Bu süreçte, makalenin dilbilgisi, noktalama ve/veya yazım kuralları (kenar boşlukları, uygun şekilde referans gösterme, vb.) açısından tekrar gözden geçirilmesi gerektiğine karar verilirse, yazarlar bu konuda bilgilendirilmeli ve gerekli düzeltmeleri yapabilmeleri için kendilerine zaman tanınmalıdır.

Yazarların makalelerinin durumuna ilişkin bilgi talebi olduğunda çifte körleme sürecini bozmayacak şekilde yazarlara makalelerinin durumuna ilişkin bilgi verilmelidir.

Editör değişikliği durumunda, yeni editör önceki editör tarafından alınan bir kararı önemli bir durum olmadığı sürece değiştirmemelidir.

### 1.5. Editörler Kurulu ile İlişkiler

Editör, yeni editörler kurulu üyelerine derginin yayım ve yazım kurallarını iletmeli ve kendilerinden beklenenleri açıklamalıdır.

Editör, editörler kurulu üyelerini değerlendirmeli ve derginin gelişimine aktif olarak katılım gösterecek üyeleri editörler kuruluna seçmelidir.

Editör, Editörler kurulu üyeleri ile sürekli iletişim halinde bulunmalı ve gelişmelerden haberdar etmelidir.

Editör, editörler kurulu üyelerini aşağıda yer alan rolleri ve sorumluluklarına ilişkin bilgilendirmelidir

- Derginin gelişimini desteklemek



- Kendilerinden istendiğinde uzmanlık alanlarına ilişkin derlemeler yazmak
- Yayın ve yazım kurallarını gözden geçirmek ve iyileştirmek
- Derginin işletiminde gerekli sorumlulukları yerine getirmek

## 2. Hakemlerin Etik Sorumlulukları

Hakemlerin yalnızca uzmanlık alanlarına ilişkin makalelere hakemlik yapmaları gerekmektedir. Hakemler, değerlendirmeyi yansızlık ve gizlilik içinde yapmalıdır. Bu ilke gereğince inceledikleri makaleleri değerlendirme sürecinden sonra yok etmeli, ancak yayımlandıktan sonra kullanmalıdırlar. Uyruk, cinsiyet, dinsel inanç, siyasi inanç ve ticari kaygılar, değerlendirmenin yansızlığını bozmamalıdır.

Hakemler, çıkar çatışması-çıkarcı birliği olduğunu anladıklarında, makaleyi değerlendirmeyi reddederek, editörlere bilgi vermelidir.

Hakemlerin değerlendirdikleri makalelere ilişkin Hakem Değerlendirme Formunu doldurmaları gerekmektedir. Hakemlerin değerlendirdikleri makalenin yayımlanabilir olup olmadığına ilişkin kararları ile kararlarına ilişkin gerekçelerini de bu formda belirtmelidirler.

Hakemler, değerlendirmeyi akademik görgü kurallarına uygun biçimde, yapıcı bir dille yapmalı; hakaret ve düşmanlık içeren kişisel yorumlardan kaçınmalıdır. Hakemlerin bu tür bilimsel olmayan yorumlarda buldukları tespit edildiğinde yorumlarını yeniden gözden geçirmeleri ve düzeltmeleri için editör ya da editörler kurulu tarafından kendileriyle iletişime geçilebilmektedir.

Hakemlerin kendilerine verilen süre içerisinde değerlendirmelerini tamamlamaları gerekmekte ve burada belirtilen etik sorumluluklara uymaları beklenmektedir.

## 3. Yazar(lar)ın Etik Sorumlulukları

2020 yılı başından itibaren gönderilen çalışmalarda uygulanmak üzere "sosyal bilimler dahil olmak üzere tüm bilim dallarında yapılan araştırmalar için ve etik kurul kararı gerektiren klinik ve deneysel insan ve hayvanlar üzerindeki çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir" kararı almıştır. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Olgu sunumlarında, bilgilendirilmiş gönüllü olur/onam formunun imzalandığına dair bilgiye makalede yer verilmesi gereklidir. 2020 yılı öncesinde toplanmış veriler içeren ancak sisteme 2020 yılı ve sonrasında yüklenen çalışmalar için geriye dönük etik kurul kararı alınamayacağından, veri toplama döneminin çalışma metninde belirtilmesi gerekmektedir.

Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.

Gönderilen makaleler belirtilen çalışma alanlarına uygun özgün çalışmalar olmalıdır.

Yayımlanmak amacıyla gönderilen makaleler bilimsel yayın etiğine (intihal, sahtecilik, çarpıtma, tekrar yayın, dilimleme, haksız yazarlık, destekleyen kuruluşu belirtmemek) aykırı olmamalıdır.

Yazar(lar)ın potansiyel çıkar çatışmaları belirtilmeli ve nedeni açıklanmalıdır.

Kaynakça listesi eksiksiz olup doğru hazırlanmalı ve alıntı yapılan kaynaklar mutlaka belirtilmelidir.

Makaleye katkı sağlamayan kişilerin adı, yazar olarak yazılmamalı, yayımlanmak üzere başvurusu yapılan bir makalenin yazar sırasını değiştirme, yazar çıkartma, yazar ekleme önerilmemelidir. Bununla beraber, Çalışmalarında önemli derecede payları olan şahısları ortak yazar olarak

belirtmelidirler. Bir çalışma, yazarlarının tümünün rızası olmadan yayımlanamaz.

Yazar(lar) dergi editörleri talep ettiği takdirde makalenin ham verilerini editöre iletmekle yükümlüdür.

Yazar(lar), değerlendirme ve erken görünüm aşamasındaki ya da elektronik ortamda yayımlanmış makalesiyle ilgili hatayı fark ettiklerinde bilgi vermek, düzeltmek ya da geri çekmek için editörle iletişime geçmesi gerekir.

Yazar(lar) yayınlanması amacıyla gönderilen makalelerini aynı anda başka bir dergiye gönderemezler. Başka bir dergide yayınlanan makaleler AYDIN GASTRONOMY'e yayınlanmak maksadıyla tekrar gönderilemez.

Yayın kurulunun kararı ile alanında katkısı olduğu düşünülen yabancı dilden özgün makalelerin İngilizce veya Türkçe çevirilerine de yer verilebilir. Çeviri makalelerin yayınlanabilmesi için çeviri metin ile birlikte özgün makalenin yazarından ya da hak sahibinden alınacak izin yazısının da gönderilmesi zorunludur.

Hakemlerden gelen raporlara göre makalenin kabulüne veya reddine karar verilir. Hakem görüşleri doğrultusunda yazarlardan düzeltme talep edilebilir. Yazarların düzeltilmiş makalelerini ya da konu ile ilgili açıklamalarını en geç 1 ay içerisinde dergi yayın kuruluna ulaştırmaları beklenir.

Değerlendirme sürecinden geçerek yayımlanması kabul edilen yazıların telif hakkı İstanbul Aydın Üniversitesi'ne devredilmiş sayılır. Yazarlar başvuru sırasında yayın için "telif hakkı devir formu" nu eksiksiz olarak doldurmalı ve ıslak imzalı olarak dergi editörlüğüne ulaştırılmalıdır.

#### 4. Yayıncının Etik Sorumlulukları

Yayıncı, makale yayınlama sürecinin tüm aşamalarında karar merciiinin editörün sorumluluğunda olduğunu kabul etmelidir.

Yayıncı, yayınlanmış her makalenin mülkiyet ve telif hakkını korumakla ve yayınlanmış her kopyanın kaydını saklamakla yükümlüdür.

Yayıncı, derginin tüm sayılarındaki makalelere ücretsiz olarak elektronik ortamda erişimini sağlamakla yükümlüdür.

#### İntihal ve Etik Dışı Davranışlar

AYDIN GASTRONOMY'e gönderilen tüm makaleler basılmadan önce Turnitin, iThenticate vb yazılım programı ile taranmaktadır. Tarama sonucu çalışmanın tamamında %20'den; tek kaynaktan %5'ten fazla benzeşiklik çıkan çalışmalar ön değerlendirmeye alınmaz. Benzeşiklik oranı %20'nin altında olan çalışmalar; alıntı yapılan her cümlenin sonunda kaynak verilip verilmediği (bazı durumlarda 4-5 cümleden oluşan bir paragraflık alıntı yapılmakta ve sadece son cümlede kaynak verilmektedir. Böyle durumlarda alıntı yapılan ifade çift tırnak içine alınmalı ve italik gösterilmelidir); benzeşikliğin ana kaynaktan olup olmadığı (bazı durumlarda farklı kaynaktan alıntı yapılmakta aktaran olarak vermek yerine ana kaynağa atıf yapılmaktadır) gibi yönlerden kontrol edilir. Çalışmada blok alıntı varsa, benzeşiklik bulunan bölümlerin atıfları yapılmamışsa ya da benzeşiklik ana kaynak dışında bir kaynağa aitse ve aktaran ifadesi bulunmuyorsa çalışma değerlendirmeye alınmaz. Etik ihlaller konusunda her türlü sorumluluk

yazarlara aittir. Bu oranı aşan makaleler ayrıntılı olarak incelenir ve gerekli görülürse gözden geçirilmesi ya da düzeltilmesi için yazarlara geri gönderilir, intihal ya da etik dışı davranışlar tespit edilirse yayımlanması reddedilebilir.

Aşağıda etik dışı bazı davranışlar listelenmiştir:

- Çalışmaya fikren katkıda bulunmayan kişilerin yazar olarak belirtilmesi.
- Çalışmaya fikren katkıda bulunan kişilerin yazar olarak belirtilmemesi.
- Makale yazarın yüksek lisans/doktora tezinden ya da bir projeden üretilmişse bunun belirtilmemesi.
- Dilimleme yapılması yani, tek bir çalışmadan birden fazla makale yayımlanması.
- Gönderilen makalelere ilişkin çıkar çatışmalarının bildirilmemesi.
- Çifte körlene sürecinin deşifre edilmesi

Etik İlkeler Uymayan Durumun Editöre Bildirilmesi

AYDIN GASTRONOMY dergisinde editörler, hakemler, yazarlar ile ilgili etik ilkelere uymayan bir davranış ya da değerlendirme sürecindeki, erken görünümdeki ya da yayımlanmış bir makale ile ilgili etik ilkelere aykırı bir durumla karşılaşılması durumunda, lütfen aydingastronomy@aydin.edu.tr adresine ileti yoluyla bildiriniz

## Makale Hazırlama Kuralları

1. Makaleler Türkçe veya İngilizce olarak yazılmalıdır.
2. Makale metni ve tablolar MS-Word programında yazılmalıdır.
3. Metin A4 kağıda (210 x 297 mm), sayfa kenar boşlukları soldan, sağdan, alttan ve üstten 2,5'er cm olacak şekilde, 2 satır aralığıyla, Times News Roman yazı karakterinde ve 12 punto büyüklükte yazılmalıdır.
4. Metin iki yandan hizalanmış olmalıdır.
5. Metin hazırlanırken kapak sayfası hariç sağ alt kısma sayfa numarası ve her sayfada yeniden başlamak koşulu ile satır numaraları verilmelidir.
6. Eserler içinde kullanılacak kısaltmalar uluslararası kabul gördüğü şekli ile verilmelidir.
7. Metin içinde sık tekrarlanan ve birçok kelimedenden oluşan, makalenin çalışma konusuna özgü isimler için kısaltma yapılabilir. Kısaltılacak isim ilk kullanıldığı yerde açık bir şekilde yazılmalı ve parantez içinde kısaltılmış hali belirtilmelidir. Daha sonraki kullanımlarda sadece kısaltılmış hali kullanılmalıdır.
8. Kesirli sayıların belirtilmesinde ondalık ayırıcı olarak Türkçe metinde virgül, İngilizce metinde ise nokta işareti kullanılmalıdır.

9. Makalede yer alan başlıkların tümü koyu harfle yazılmalıdır. Metin içinde yer alan 1. düzey ana başlıklar ortalanmış bir şekilde ve sadece baş harfleri büyük harfle yazılmalıdır. İkinci düzey başlıklar sola yaslanmış bir şekilde ve sadece baş harfleri büyük harfle yazılmalıdır. Üçüncü düzey başlıklar girintili ve sadece başlığın ilk sözcüğü büyük harfle yazılmalıdır. Dördüncü düzey başlıklar ise girintili, italik ve sadece başlığın ilk sözcüğü büyük harfle yazılmalıdır. Bütün başlık ve alt başlıklar numarasız olarak verilmelidir. Başlıkların sonunda iki nokta (:) konulmamalıdır

10. Latince isimler italik yazı tipi ile yazılmalıdır. Bunun dışında mümkün olduğunca italik kullanımından kaçınılmalıdır.

11. Tüm ölçüler SI (Systeme International)'e göre verilmelidir.

12. Sayfa sayısı kaynaklar hariç 5'ten az 12'dan fazla olmamalıdır (Kapsamı geniş makalelerde yayın kurulunun onayı alındıktan sonra sayfa sayısında artış yapılabilir)

13. Metin içinde kaynağa gönderme yapmak için dipnot kullanılmamalıdır. Dipnot kullanımına yalnızca açıklayıcı ek bilgiler için başvurulmalı ve ilgili olduğu sayfada numaralandırılarak verilmelidir.

14. Cümlelere başlarken sayısal ifadeler sözcük olarak verilir (Örnek: Kırk beş örnekten 26'sı .....).

15. Tablolar, kullanım sırasına göre numaralandırılmalı, kısa başlıklarla ifade edilmeli ve metin içinde tablo numarası verilerek (örneğin Tablo 1) atıfta bulunulmalıdır. Tablolardaki yazılar hiç bir zaman 9 puntodan küçük olmamalıdır. Tablolarda dikey çizgi kullanımından kaçınılmalıdır.

16. Metinde kullanılan fotoğraflar, grafikler, haritalar, şemalar ve çizimler metin içinde şekil adı ile kullanılmalıdır. Şekiller kullanım sırasına göre numaralandırılmalı ve kısa başlıklarla ifade edilmeli, metin içinde şekil numarası verilerek (örneğin Şekil 1) atıfta bulunulmalıdır.

17. Tablo başlıkları tablonun üst bölümünde, şekil başlıkları şekillerin altında yer almalıdır. Başlıklar, tablo veya şekil numarasından sonra bir boşluk bırakılarak baş harfi büyük, diğerleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. Tablo ve şekilde kullanılan kısaltmalar ve gerekli açıklamalar tablo ve şekil altında verilmelidir.

18. Başka bir kaynaktan alıntı yapılan (yapılan çalışmadan üretilmeyen) tablo ve şekillerde tablo ve şekil başlığının sonunda kaynak referans gösterilmelidir

19. Metin içinde tablo ve şekillere atıf yapılırken dizgi esnasında oluşabilecek sayfa değişiklikleri

ve kaymalar dikkate alınarak "yukarıda/aşağıda" ya da "sayfa X'te yer alan tabloda/şekilde" gibi ifadeler yerine "Tablo 2'de/Şekil 2'de yer alan verilere göre..." örneğinde olduğu gibi tablo/şekil numaraları kullanılmalıdır.

Dergiye gönderilecek makaleler "Kapak Sayfası", "Ana Metin" ve gerektiğinde "Ek" kısımlarından oluşmalıdır.

#### Kapak sayfası

Kapak sayfası sırasıyla ortalanmış olarak makale başlığını, yazarlara ait bilgileri (yazarlar alt alta yazılmalı, her bir yazarın altına çalıştığı kurum, e-posta adresi ve ORCID numarası belirtilmelidir) içermeli; yazışmadan sorumlu yazarın isim ve iletişim bilgilerini ayrıca belirtilmelidir.

Gerekli olduğu hallerde makalenin köken aldığı tez çalışması, sunulduğu kongre vb. makale ile ilgili açıklamalar kapak sayfası sonuna yazılmalıdır.

#### Ana Metin

Araştırma makaleleri derginin yayın alanlarındaki konularda hazırlanmış olan, bilimsel araştırmaya dayalı özgün nitelikteki makalelerdir. Başlık, Öz/Abstract, Giriş, Gereç ve Yöntem, Bulgular, Tartışma, Sonuç ve Kaynakça kısımlarından oluşmalıdır. Bilimsel kaynaklardan yararlanarak hazırlanan alanla ilgili yeni ve güncel bilgileri içeren derleme makalelerinde gereç ve yöntem, bulgular ve tartışma kısımları bulunmaz. Bunların yerine giriş bölümünden sonra ana ve alt başlıklar halinde genel bilgilere yer verilir.

Başlık, makale konusunu ifade edecek şekilde açık ve anlaşılır olmalı; 12 kelimeyi geçmemeli, kelimelerin sadece ilk harfi büyük olmalıdır. Başlığın tamamı koyu harflerle yazılmalıdır. Eğer başlıkla ilgili bir açıklama yapılmak isteniyorsa sonuna "\*" işareti konularak sayfa sonunda açıklaması yapılmalıdır.

#### Öz/Abstract

Türkçe hazırlanmış eserlerde öncelikle Türkçe başlık ve öz; ardından makalenin İngilizce başlığı ve özeti (Abstract) yazılmalıdır. İngilizce olarak hazırlanmış eserlerde ise Türkçe başlık ve öz zorunluluğu yoktur. Hazırlanırken göz önünde bulundurulması gereken olgu, okuyucunun özeti okuyarak makalenin içeriği hakkında genel bir fikre sahip olabilmesini sağlamaktır. Araştırma makalelerinde öz gerekli detayları içermeli (amaç, gereç ve yöntem, bulgular ve sonuç) ve çalışmayı yansıtmalıdır. Öz/Abstract bölümlerinde kelime sayısı 100'den az olmamalı,

150'yi geçmemeli; paragraf, dipnot, kaynak, şekil ve tablolara atıf bulunmamalıdır. Türkçe ve İngilizce özetlerin bir satır altına, sayısı 3-5 arasında değişebilen, çalışmayla doğrudan ilgili anahtar kelimeler/keywords yazılmalıdır. Anahtar kelimeleri seçerken uluslararası kabul görmüş kısaltmalara uymaya özen gösterilmelidir.

## Giriş

Bu bölümde, çalışmanın gerekçesini ve önemini ortaya koyacak şekilde konu ile ilgili yapılmış çalışmalar ve yayınlar irdelenerek ilişkilendirilir. Araştırma makalelerinde bu bölümün yarım sayfadan az, iki sayfadan fazla olmamasına dikkat edilmelidir. Bölümün sonunda çalışmanın amacı açık bir şekilde belirtilmelidir. Derleme makalelerde bu bölüm ara ve alt başlıklar kullanılarak zenginleştirilebilir.

## Gereç ve Yöntem

Makale içinde kullanılmış olan gereç ve yöntem (ler), yapılan analizler ve gerekli ise çalışmada kullanılan istatistik yöntemler uygun referanslara atıf yapılarak detaylı bir şekilde verilmelidir. Bilinen, kabul görmüş yöntemler için kısa bir açıklama yaparak kaynak göstermek yeterli olabilir.

## Bulgular

Çalışmada elde edilmiş veriler kısa, düzenli ve anlaşılır bir şekilde sunulmalıdır. Bu bölümde diğer araştırmacıların bulgularına yer verilmemelidir. Tablo ve şekil verileri metin içinde tekrarlanmamalı, önemli noktalar vurgulanmalı ve gereksiz tekrarlardan kaçınılmalıdır. Çalışmada elde edilen bulguların istatistik değerlendirme sonuçları belirtilmelidir.

## Tartışma

Çalışmada elde edilen bulgular diğer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırılır, benzerlik ve aykırılıklar yorumlanır, açıklık getirilemeyen noktalar belirtilir. Ancak spekülatif yorumlardan kaçınılmalıdır. Bu bölümde çalışmanın bilime nasıl bir katkıda bulunduğu mutlaka belirtilmeli, çalışmanın özgün kısımları vurgulanmalıdır. İsteğe bağlı olarak "Bulgular ve "Tartışma" bölümleri bir arada yazılabilir.

## Sonuç

Yapılan araştırma ve inceleme verilerinden yola çıkarak varılan sonuçlar açık ve öz olarak yazılmalı; sonuç çalışmanın amacıyla tutarlı olmalı; varsa öneriler belirtilmelidir.

## Teşekkür

Yazarlar çalışmalarında katkı sağlayan destekçi kurumlara ve/veya şahıslara teşekkür yazılarını bu bölümde belirtebilirler.

## Kaynakça

Aydın Gastronomy dergisine gönderilen yazılarda referans sistemi ve kaynakça düzenlenmesinde American Psychological Association (APA) stili kullanılmalıdır.

Tez metninde veya tablo/şekillerde kullanılan tüm kaynaklar birinci yazarın soy isminin baş harfine göre alfabetik sıraya göre yazılmalıdır.

Metin içerisinde gönderme yapılan her kaynak kaynakçada yer almalı, kaynakçada yer alan her kaynağa da metin içerisinde mutlaka gönderme yapılmış olmalıdır.

Birden fazla yazarlı yayınların diğer yazarları da belirtilmelidir.

Kaynaklar listesinde yazar isimleri ve yayın yılı koyu harflerle yazılmalıdır.

Kaynakçada aynı yazarın çok sayıda kaynağı varsa, kaynaklar eskiden yeni tarihe doğru sıralanarak yazılır.

Aynı yazara ait aynı tarihli kaynaklarda harf ile sıralama yapılır. Barham, K. (2009a), Barham, K. (2009b).

Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski tarihli olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilir.

Dergi isimleri kısaltma yapılmadan açıkça yazılmalıdır. Çok uzun dergi isimlerinde kuralına uygun kısaltma yapılabilir.

Kaynaklar aşağıdaki şekilde yazılmalıdır:

a. Kaynak makale ise

Yazarların soyadları ve adlarının ilk harfi yazılmalıdır. Devamında sırasıyla makalenin yayın yılı, makalenin adı, yayınlandığı derginin açık adı, cilt( varsa), sayı ve sayfa numaraları belirtilmelidir. Varsa doi numarası ilave edilir. Online dergilerdeki makalelerde de sonuna doi numarası, yoksa URL verilir. Yayınlanmak üzere kabul edilen ve DOI numarası bulunan, ancak henüz basılmamış makaleler için; makale künyesinin sonunda DOI adresi belirtilmelidir.

#### Örnekler

**Hafez, A.A. (2012).** Physico-chemical and sensory properties of cakes supplemented with different concentration of marjoram. *Journal of Applied Sciences*, 6(13), 463-470.

**Bordin, K., Kunitake, M. T., Aracava, K. K., Trindade, C. S. F. (2013).** Changes in food caused by deep fat frying- A review. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 63, 5-13.

**De Melo, L.L.M.M., Bolini, H.M.A., Efraim, P. (2009).** Sensory profile, acceptability, and their relationship for diabetic/reduced calorie chocolates. *Food Quality Preference*, 20, 138-143.

**Brock, J., Nogueira, M. R., Zakrzewski, C., Corazza, F. C., Corazza, M. L., Oliveira, J. V. (2008).** Experimental measurements of viscosity and thermal conductivity of vegetable oils. *Food Science and Technology*, 28, 564–570. doi: 10.1590/S0101-20612008000300010

**Okajima, K., Spence, C. (2011).** Effects of visual food texture on taste perception. i- Perception, 2(8),966. <http://i-perception.perceptionweb.com/journal/I/article/ic966>.

**Marcet, I., Paredes, I., Díaz, M., (2014).** Egg yolk granules as low-cholesterol replacer of whole egg yolk in the preparation of gluten-free muffins. *LWT–Food Sci. Technol.*, in press. dx.doi.org/10.1016/j.lwt.2014.08.031

İngilizce hazırlanmış makalelerde orijinal dili Türkçe olan bir makaleye atıf yapıyorsa makale adının köşeli parantez içinde varsa İngilizce karşılığı ile birlikte verilmelidir.

#### Örnek:

**Muştu, Ç. (2020).** Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Ozon Uygulamaları [Ozone Applications in the Food Beverage Enterprises]. *AYDIN GASTRONOMY*, 2020, 4(1), 45-53

#### b. Kaynak kitap ise

Yazarların (veya editörün) soyadları ve adlarının ilk harfi yazılmalıdır. Devamında sırasıyla kitabın basım yılı, kitabın adı, yayınlandığı yer ve yayınevi belirtilmelidir. Kaynak, kitaptan bir bölüm ise bölüm yazarlarının isminden sonra sırasıyla bölümün adı, editörün (editörlerin) soyismi ve adının ilk harfi, bölümün alındığı kitabın adı, sayfa numaraları yayınlandığı yer, yayınevi veya kuruluş yazılmalıdır.

#### Örnekler:



**Lawless, H.T., Heymann, H. (2010).** Sensory Evaluation of Food-Principles and Practice. NewYork: Springer.

**Li-Chan, E.C.Y., Kim, H.O. (2008).** Structure and chemical composition of eggs. In: Mine,Y. (Ed.), Egg Bioscience and Biotechnology (pp.1–96). New Jersey: John Wiley and Sons.

c. Kaynak bir tez ise

Tezi yazan kişinin soyadı ve adının ilk harfi koyu olarak yazılmalı, kabul edildiği yıl, tezin başlığı, tezin cinsi (yüksek lisans veya doktora), üniversitesi/enstitüsü, yer belirtilmelidir.

Örnek:

**Saraç, Y. (2015).** İstanbul'da Satışa Sunulan İçme Sütlerinde Antibiyotik Kalıntı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul

d. Kaynak internette bulunan bir web sitesi ise

Yazarların soyadları ve adının ilk harfi (Yazar adı yoksa web sitesinin veya kaynağın adı) yazılır. Daha sonra sonra sırasıyla yılı, makalenin adı, internet adresi belirtilir.

Örnekler:

**García-del-Moral, R. (2009).** On the Gastronomical Quality of Foie Gras. <http://www.lomejordelagastronomia.com/en/columnist/gastronomical-quality-foie-gras>

**National Institute of Health (2017).** Dietary Supplement Label Database. <https://www.dslid.nlm.nih.gov/dslid/dailyvalue.jsp>

**Food and Drug Administration (2012).** Effect of the use of antimicrobials in food-producing animals on pathogen load. Systematic review of the published literature. <http://www.fda.gov/cvm/antimicrobial/PathRpt.pdf>

e. Kaynak bilimsel toplantıda sunulmuş bir bildiri ise

Yazarların soyadı ve adının baş harfinden sonra sırasıyla toplantının yılı, bildirinin başlığı, toplantının adı, toplantının tarihi, toplantı yeri, bildiri kitabındaki sayfa no yazılmalıdır.

Örnek:

**Bostan, K., Yilmaz, F., Muratoglu, K., Aydin, A. (2011).** Changes in microbial population

numbers during the cooking process of doner kebabs. 57th ICoMST International Congress of Meat Science and Technology. 7 – 12th August 2011, Ghent, Belgium. Abstracts book, s.230

#### f. Diğer

Resmi Gazete Resmi Gazete’de yayımlanan kanun, yönetmelik, kanun hükmünde kararname gibi resmi belgeler için genel atıf formatı: Başlık. (Yıl, Gün Ay). Resmi Gazete (Sayı: xxx). <http://xxxx>

#### Örnek:

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, 20 Nisan). Resmi Gazete (Sayı: 29690). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Gönderme (Lisansüstü Eğitim ve Öğretim, 2016)

#### Metin İçerisinde Gönderme (Atıf) Yapılması

Metin içinde genel bir referans söz konusuysa ve metnin bütününe gönderme yapılıyorsa (yazarın soyadı, yıl) yazmak yeterlidir. Örnek: Barham (2005) tarafından ...

Cümlelerin sonunda atıf yapıldığında ise yazar ismi ve yayın yılı parantez içinde belirtilmelidir. Örnek: ...bildirilmiştir (Barham, 2005).

Bir kaynağın belirli bir bölümüne, sayfasına ya da bu kaynaktaki belli bir şekil, tablo ya da denkleme gönderme yapılacaksa söz konusu unsurun numarası göndermede belirtilir. Sayfa bilgisi s. kısaltması ile verilirken, diğerleri için kısaltma yapılmaz. Örnekler: (Doğan, 2018, s. 42), (Doğan, 2015, Bölüm 2) (Doğan, 2012, Tablo 1)...

Tek yazarlı eserlere göndermeler yazarın soyadını ve tarih bilgisini içerir. Jr. gibi son ekleri içermemeleri gerekir. Örnek: ... (Doğan, 2018).

Metin içinde iki yazarlı bir kaynak belirtiliyorsa her seferinde iki yazarın soyadı da belirtilir. Örnekler: Brownell ve Horgen (2009) tarafından...;...dir (Brownell ve Horgen, 2009).

Üç, dört ve beş yazarlı çalışmalara gönderme yapılırken sadece metin içindeki ilk göndermede tüm yazarların soyadları verilir. Diğer göndermeler için ilk yazarın soyadının yanına ve diğerleri (vd) ifadesi eklenmelidir.

#### Örnek:

İlk gönderme (El Hafid, Blade, Hoyano,2002)

İkinci ve sonraki göndermeler (El Hafid vd.,2004)

Yazar sayısı altı ya da daha fazlaysa o zaman ilk kullanımda da sadece ilk yazarın soyadı ve diğerleri şeklinde kısaltma yapılır (Colombo vd., 2015).

İngilizce çalışmalarda Türkçe bir kaynağa gönderme yapılıyorsa "ve" yerine "and" ifadesi, Türkçe bir çalışmada İngilizce bir kaynağa gönderme yapılıyorsa "and" yerine "ve" ifadesi kullanılmalıdır. Örnek: ... (Gupta ve Singh, 2012); ....(Doğan and Şencan, 2001).

Aynı yazara ait farklı çalışmalar aynı parantezde verilecekse, geçmişten güncel yıl sırası takip edilir ve yazar soyadı göndermenin en başına bir kez yazılır. Örnek: (Doğan, 2000, 2004).

Aynı yazar(lar)ın aynı yıl yayınları söz konusu ise her biri "a" harfinden başlayarak küçük harflerle işaretlenmelidir. Örnekler: .... (Barham, 2009a; Barham, 2009b).

Kaynakçada soyadları ve adlarının ilk harfleri aynı olan farklı iki yazar yer alıyorsa, yazarların adları künyede köşeli parantez içerisinde verilmeli (Örnek: Doğan, G. [Gözde]. (1996). ...; Doğan, G. [Güleda]. (2010). ...), gönderme ise yazarların ad ve soyadlarına yapılmalıdır. Örnek: (Gözde Doğan, 1996), ... (Güleda Doğan, 2010).

Birden çok kaynağa atıf yapılması durumunda önce alfabetik sonra kronolojik sıralama yapılmalı, aralarına noktalı virgül konulmalıdır. Örnekler: ...bildirilmiştir (Barham, 2005; Barham, 2006; Brownell ve Horgen, 2009; Doyle vd., 2015; Nielsen ve Engberg, 2006).

İkincil kaynaklar ancak orijinal (birincil) kaynağın baskıdan kaldırıldığı, bilinen kaynaklardan erişilemediği ve orijinal dilinin Türkçe ya da İngilizce olmadığı gibi istisnai durumlarda kullanılabilir. İkincil kaynağa yapılacak göndermeler aşağıdaki örnekte gösterildiği biçimde olmalıdır. Örnekler: ..... (Goffman'dan aktaran Ress, 2009); Goffman'ın çalışmasında (aktaran Ress, 2009).... İkincil kaynak (yani Ress,2009), kaynak listesinde bütün künye bilgileri ile yer alır, birincil kaynak (yani (Goffman) almaz.

E-maile, telefonla, yüzyüze ya da başka biçimlerde yapılan kişisel görüşmelere dayalı bilgiler, metin içinde gösterilir, ancak kaynakçaya yazılmazlar. Örneğin: Aslı Baysal, ..... söyledi (Aslı Baysal, kişisel görüşme, 22 Mayıs 2019).

Yazar olarak bir grup/tüzel kişi (dernekler, şirketler, devlet kurumları ve diğer çalışma grupları gibi) ifade ediliyorsa bu gruba ilişkin ad bilgisi metin içindeki göndermede oldukça açık ve anlaşılır biçimde verilmelidir. Eğer grup adı uzunsa, kısaltma herkesçe anlaşılır oluyorsa veya ada yönelik zaten bilinen bir kısaltma var ise ilk kullanımda hem açık hali hem kısaltma hali kullanılıp, sonraki kullanımlarda ise sadece kısaltma kullanılabilir.

Örnek:

İlk gönderme (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu [TÜBİTAK], 2013),

İkinci ve sonraki göndermeler (TÜBİTAK, 2013).

Eğer grup adı kısa ise veya kısaltması herkesçe anlaşılır olmuyorsa tüm göndermelerde adın açık hali yazılır.

## AYDIN GASTRONOMY

### Aim

To share the results of scientific research, examination and project studies in the field of gastronomy and culinary arts; to convey current information and developments in this field to the target audience; to provide a basis for discussion of the problems on the subject; to introduce Turkish Culinary culture.

### Scope

AYDIN GASTRONOMY is a refereed journal that publishes research and compilation articles written in the fields of Gastronomy and culinary arts (culinary culture, gastronomy and food history, food and beverage science, food technology, nutrition and diet, hygiene and sanitation, food safety, culinary science, culinary arts, industrial cuisine, mixology, Turkish cuisine, world cuisine, fusion cuisine, restaurant management, gastronomy and tourism, menu planning, molecular gastronomy, digital gastronomy, banquet and catering, barista, artisan food, food sociology and anthropology, new trends in gastronomy, functional foods, Ottoman palace cuisine, food styling and photography, product development etc.), and expert opinions as well as articles addressed in the fields of sociology, philosophy, design, education, history, culture and art.

### Ethical Guidelines

AYDIN GASTRONOMY is committed to meeting and upholding standards of ethical behaviour at all stages of the publication process. It strictly follows the general ethical guidelines provided by the Committee on Publication Ethics (COPE) and the Open Access Scholarly Publishers Association (OASPA). Depending on these principles and general publication requirements, editors, peer reviewers, and authors must take the following responsibilities in accordance to professional ethics and norms. The proper and ethical process of publishing is dependent on fulfilling these responsibilities.

#### 1. The Responsibilities of Editors

##### 1.1. The General Responsibilities

The editor is accountable for the execution of the publication process of all articles published in their journals.

The editor should make efforts to improve the quality and contribute to the development of the journal.

The editor should support authors' freedom of expression.

##### 1.2. Relations with Readers

Readers should be informed about who has funded research or other scholarly work and whether the funders had any role in the research and its publication and, if so, what this was.

The editor should ensure that the non-peer-reviewed sections of the journal (letter to the editor, invited paper, announcements of conferences, etc.) are clearly identified.

The editor should make efforts to ensure that the articles published align with the knowledge and skills of the readers.

### 1.3. Relations with Reviewers

The editor should match the knowledge and expertise of the reviewers with the manuscripts submitted to them to be reviewed ensuring that the manuscripts are adequately reviewed by qualified reviewers.

The editor is responsible to obtain the approval of reviewers that there is not any conflict of interest regarding the article before evaluating the article.

The editor should provide necessary information about the review process and what is expected of them to the reviewers.

The editor must ensure that the review process is double-blind and never reveal the identities of the authors to the reviewers or vice versa.

The editor encourages reviewers to evaluate manuscripts in a scientific and objective language. The editor should develop a database of reviewers and update it on the basis of reviewers' performance and timing.

In the reviewer database; the editor should be attentive to have scientists who evaluate the manuscripts objectively, perform the review process on time, evaluate the manuscript with constructive criticism and act in accordance with ethical rules.

### 1.4. Relations with Authors

The editor should constantly update the publication and writing rules regarding what is expected from authors.

The editor should evaluate the articles submitted to the journal in terms of journal writing and publication rules, importance of the study, originality, and language of expression, and make a positive or negative decision. If the editor decides to reject the article during the first submission process, he/she should clarify the reason of this to the authors in a clear and neutral manner. If the decision is made that the manuscript should be revised by the authors in terms of written language, punctuation, and/or rules in the guidelines (spacing, proper referencing, etc.), the authors should be notified and given time to do the corrections accordingly.

The authors should be provided with necessary information about the process of their review (at which stage is the manuscript at etc.) complying with the rules of double-blind review.

In the case of an editor change, the new editor should not change a decision taken by the previous editor unless it is an important situation.

### 1.5. Relations with Editorial Board Members

The editor should notify the publication and writing rules of the journal to the new editorial board members and explain what is expected of them.

The editor should evaluate the editorial board members and choose members to the editorial board who can actively contribute to the journal's development.

The editor should constantly be in communication with the editorial board members and inform about developments.

The editor should inform the editorial board members about their roles and responsibilities such as

- Supporting the development of the journal

- Writing reviews in their expertise fields when asked
- Reviewing and improving the publication and writing guidelines
- Taking necessary responsibilities in journal's operation

## 2. The Ethical Responsibilities of Reviewers

The reviewers must only review the manuscripts which align with their expertise fields.

The reviewers must make the evaluation in neutrality and confidentiality. In accordance with this principle, they should destroy the manuscripts they examine after the evaluation process, but use them only after they are published. Nationality, gender, religious belief, political belief and commercial concerns should not disrupt the neutrality of the assessment.

If reviewers notice any conflict of interest, they should inform the editor about it and decline to review the related manuscript.

Reviewers must fill in the Article Evaluation Form for the manuscripts they evaluate. And they should include their final decision about the manuscript whether or not it should be published and why. Reviewers should indicate their decision on whether the manuscript is publishable or not, and the reasons for their decision on this form.

The suggestions and tone of the reviews should be polite, courteous and scientific. The reviewers should make the assessment in a constructive language in accordance with academic propriety and avoid subjective personal comments including defamation and hostility. When it is determined that the reviewers made such unscientific comments, they are contacted by the editor or the editorial board to revise and correct their comments.

The reviewers should respond in time when a manuscript is submitted to them to be reviewed and they should adhere to the ethical responsibilities declared hereby.

## 3. The Ethical Responsibilities of Author(s)

To be applied in studies submitted as of the beginning of 2020, ethics committee approval must be obtained for researches in all disciplines including social sciences and for studies on clinical and experimental people and animals that require ethical committee decision, this approval must be specified and documented in the article. In studies requiring ethics committee permission, information about the permit (board name, date, and number) should be included in the method section and also on the first / last page of the article. In case reports, information about the volunteer informed / consent form being signed should be included in the article. Since a retrospective ethics committee decision cannot be taken for the studies containing data collected before 2020 but uploaded to the system in and after 2020, the data collection period should be specified in the manuscript.

The articles should include the statement that Research and Publication Ethics are complied with.

Submitted manuscripts should be original works in accordance with the specified fields of study.

Manuscripts sent for publication should not contradict scientific publication ethics (plagiarism, counterfeiting, distortion, republishing, slicing, unfair authorship, not mentioning the supporting organization).

The potential conflicts of interest of the author(s) should be stated and the reason should be

explained

The bibliography list should be prepared complete and correctly and the cited sources must be specified.

The names of the people who did not contribute to the manuscript should not be indicated as authors, and should not be suggested to change the author's order, remove the author, or add an author for a manuscript that is submitted for publication. Nevertheless, they should identify individuals who have a significant share in their work as co-authors. A study cannot be published without the consent of all its authors.

Author(s) are obliged to transmit the raw data of the manuscript to the editor upon request of journal editors.

The author(s) should contact the editor to provide information, correction, or withdrawal when they notice an error regarding the manuscript in the evaluation and early view phase or published electronically.

Author (s) must not send manuscripts submitted for publication to another journal at the same time. Articles published in another journal cannot be resubmitted to be published in the AYDIN GASTRONOMY.

With the decision of the editorial board, English or Turkish translations of original articles from foreign languages, which are considered to have contributed in their field, may also be included. It is obligatory to send the permission text to be obtained from the author or the right owner of the original article along with the translation text in order for the translation articles to be published.

The acceptance or rejection of the article is decided according to the reports from the referees. Correction may be requested from the authors in line with the opinions of the referees. The authors are expected to send their corrected articles or explanations related to the subject to the journal editorial board within 1 month at the latest.

The copyright of the articles accepted to be published after the evaluation process is deemed to have been transferred to Istanbul Aydın University. The authors should fill in the "copyright transfer form" for publication at the time of application and be submitted to the journal editorial with a wet signature.

#### 4. The Ethical Responsibilities of Publisher

The publisher acknowledges that the decision making process is the responsibility of the editor at all stages of the article publication process.

The publisher is responsible for protecting the property and copyright of each published article and keeping a record of every published copy.

The publisher is obliged to provide free access to all articles of all issues of the journal in electronic environment.

#### Plagiarism and unethical behavior

All manuscripts submitted to AYDIN GASTRONOMY are reviewed through iThenticate and Turnitin software before publishing. Studies with more than 20% similarity in the entire study, and more than 5% similarity from a single source as a result of screening are not included in the preliminary study. Studies with a similarity rate below 20% are checked for aspects such as; whether the source is given at the end of each sentence quoted (in some cases, paragraphs

quoted made of 4-5 sentences and a source is given only in the last sentence. In such cases the quoted expression must be enclosed in double-quotes and italicized.), whether the similarity is from the main source (in some cases, different sources are cited and instead of giving as transporter, reference is made to the main source). If there is a block excerpt in the study, if the sections with similarity are not cited, or if the similarity belongs to a source other than the main source and no expressions are available, they will not be evaluated. Any responsibility for ethical violations rests with the authors. Manuscripts which exceed these limits are analyzed in detail and if deemed necessary returned to the authors for revision or correction, if not they could be rejected to be published if any plagiarism or unethical behavior is detected.

Some of the unethical behaviors are listed below:

- Indicating individuals who have not intellectually contributed to the manuscripts as authors.
- Not indicating individuals who have intellectually contributed to the manuscripts as authors.
- Not indicating that a manuscript was produced from author's graduate thesis/ dissertation or a project.
- Salami slicing, producing more than one article from a single study.
- Not declaring conflicting interests or relations in the manuscripts submitted.
- Unveiling the double-blind process.

#### Notifying The Editor About The Violation Of Ethical Principles

In case of noticing a behavior that does not comply with the ethical principles regarding the editors, referees and authors, or a situation contrary to ethical principles regarding an article in the evaluation process, preliminary assessment or published in the journal AYDIN GASTRONOMY, please report to [aydingastronomy@aydin.edu.tr](mailto:aydingastronomy@aydin.edu.tr)

#### Article Preparation Rules

1. Articles should be written in Turkish or English.
2. Article text and tables should be written in the MS-Word program.
3. The text should be written on A4 paper (210 x 297 mm), with 2-line spacing, Times News Roman font and 12 font size, with page margins 2.5 cm each from left, right, bottom and top.
4. The text should be aligned on both sides.
5. While preparing the text, the page number should be written on the bottom right except



for the cover page; and line numbers should be provided on each page provided that they are restarted.

6. Abbreviations to be used in the works should be given as accepted internationally.

7. Abbreviations can be made for names that are frequently repeated in the text and are composed of many words, specific to the subject of the article. The name to be abbreviated should be clearly written in the place where it was first used, and its abbreviated form should be specified in parentheses. For later use, only the shortened version should be used.

8. A comma in the Turkish text and a dot in the English text should be used as the decimal separator for the rational numbers.

9. All titles in the article should be written in bold. First level main titles in the text should be centered and only the initials should be written in capital letters. Second level titles should be written left-justified, and only their initials should be capitalized. The third level title should be indented, and only the first word of the title should be capitalized. The fourth level titles should be indented, italic and only the first word of the title should be written in capital letters. All titles and sub titles should be given without numbers. Colon should not be placed at the end of the titles.

10. Latin names should be written in italic typeface. Apart from this, the use of italics should be avoided as much as possible.

11. All dimensions must be given according to SI (Systeme International).

12. Number of pages should not be less than 5 or more than 12, excluding resources (Increased number of pages can be made in articles with wide scope after the approval of the editorial board).

13. Footnotes should not be used to refer to the source in the text. Footnotes should be used only for additional explanatory information and should be numbered on the relevant page.

14. Numeric expressions are given as words when starting sentences (For example: Twenty-six of 45 examples.....).

15. Tables should be numbered according to the order of use, expressed in short titles, and should be cited in the text by giving the table number (e.g. Table 1). Writings in the tables should never be less than 9 points. Vertical lines should be avoided in the tables.

16. Photographs, graphics, maps, charts and drawings used in the text should be used in the text with the name of the figure. Figures should be numbered in order of use and should be expressed in short titles, and should be cited in the text by giving the figure number (e.g. Figure 1).

17. Table titles should be at the top of the table, figure titles should be under the figures. Titles should be written with a space after the table or figure number, and the initials should be capitalized and others should be small. Abbreviations and necessary explanations used in the table and figure should be given under the table and figure.

18. Tables and figures quoted from another source (not produced from the study) should be cited at the end of the table and figure title.

19. The page changes and shifts that may occur during the string should be taken into consideration when referring to the tables/figures in the text, and instead of expressions such as "above / below" or "in the table/figure on page X", as in the example of "according to the data in Table 2/Figure 2 ..." table/figure numbers should be used.

The articles to be sent to the journal should consist of "Cover page", "Main Text" and "Appendix" sections when necessary.

### Cover Page

The cover page should contain the title of the article and the information of the authors (authors should be written one below the other, the institution, e-mail address, and ORCID number of each author should be specified), centered respectively; the name and contact information of the author responsible for correspondence should be specified separately.

If necessary, explanations about the article such as the thesis from which the article originated, the congress where it was presented, etc. should be written at the end of the cover page.

.

### Main Text

Research articles are original articles based on scientific research, prepared on issues in the journal's publication areas. It should consist of title, abstract, introduction, materials, and methods, findings, discussion, conclusion, and bibliography. There are no materials, methods,

findings, and discussion sections in the compilation articles containing new and updated information about the field prepared by using scientific sources. Instead of these, general information is given as main and subtitles after the introduction.

The title should be clear and understandable to express the subject of the article; It should not exceed 12 words, only the first letter of the words must be uppercase. The entire title should be written in bold letters. If an explanation about the title is desired, explanation should be made at the end of the page by putting a "\*" sign at the end of the title.

### Abstract

For articles prepared in Turkish, Turkish title and abstract should be written first. Then, the English title and summary (Abstract) of the article should be written. There is no requirement for a Turkish title and summary for works prepared in English. The fact that should be taken into consideration while preparing the abstract is to make the reader have a general idea about the content of the article by reading the abstract. The abstract should include the essential details (purpose, material and method, findings, and conclusion) and reflect the study in research articles. The number of words should not be less than 100 and should not exceed 150 in the abstract section. There should be no reference to paragraphs, footnotes, resources, figures, and tables. Keywords that can vary between 3-5 and are directly related to the study should be written one line under the Turkish and English abstracts. Internationally accepted abbreviations should be followed when choosing keywords.

### Introduction

The studies and publications related to the subject are examined by revealing the reason and importance of the study in this section. It should be noted that this section should not be less than half a page or more than two pages in research articles. The purpose of the study should be clearly stated at the end of the section. This section can be enriched by using middle title and subtitles in compilation articles.

### Material and Methods

The materials and method(s) used in the article, the analyzes made and the statistical methods used in the study should be given in detail with appropriate references. It may be sufficient to cite the source by giving a brief explanation for known and accepted methods.

### Results

The data obtained in the study should be presented in a short, organized, and understandable way. The findings of other researchers should not be included in this section. Table and figure data should not be repeated in the text, important points should be emphasized and unnecessary repetitions should be avoided. Statistical evaluation results of the findings obtained in the study should be stated.

## Discussion

The findings obtained in the study are compared with the findings of other studies, similarities and contradictions are interpreted, and points that cannot be clarified are indicated. However, speculative comments should be avoided. It should definitely be stated how the study contributes to science and the original parts of the study should be emphasized in this section. Optionally, "Results" and "Discussion" sections can be written together.

## Conclusions

Conclusions based on the research and investigation data should be written clearly and concisely; the result should be consistent with the purpose of the study; suggestions, if any, should be stated.

## Thanks

The authors can state their letters of appreciation to the supporting institutions and/or individuals who have contributed to their work in this section.

## References

American Psychological Association (APA) style should be used in the references system and arrangement of references in articles sent to AYDIN GASTRONOMY.

All sources used in thesis text or tables / figures should be written in alphabetical order according to the initial letter of the first author's last name.

All references cited in the text should be included in the bibliography, and all references in the bibliography should be referred in the text.

Other authors of publications with more than one author should also be mentioned.

Author names and publication year should be written in bold in the list of references.

If the bibliography has many sources of the same author, the sources are written in order from the past to the new date.

Sorting by letter is made in the resources of the same author with the same date. Barham, K. (2009a), Barham, K. (2009b).

For the authors with the same surname, the first letter of the name is indicated first in the bibliography that comes first alphabetically even if this person's publication is older.

Journal names should be written clearly without any abbreviations. Abbreviations can be made according to the rule in very long journal names.

References should be written as follows:

a. If the reference is an article

Surnames of the authors and the first letter of their names should be written. Subsequently, the publication year of the article, the name of the article, the full name of the journal in which it was published, volume (if any), number and page numbers should be specified. If available, DOI number is added. Articles in online journals are also given a DOI number or URL at the end. The DOI address should be specified at the end of the article tag for articles accepted for publication and having a DOI number but not yet published.

Examples:

Hafez, A.A. (2012). Physico-chemical and sensory properties of cakes supplemented with different concentration of marjoram. *Journal of Applied Sciences*, 6(13), 463-470.

Bordin, K., Kunitake, M. T., Aracava, K. K., Trindade, C. S. F. (2013). Changes in food caused by deep fat frying- A review. *Archivos Latinoamericanos de Nutricion*, 63, 5-13.

De Melo, L.L.M.M., Bolini, H.M.A., Efraim, P. (2009). Sensory profile, acceptability, and their relationship for diabetic/reduced calorie chocolates. *Food Quality Preference*, 20, 138-143.

Brock, J., Nogueira, M. R., Zakrzewski, C., Corazza, F. C., Corazza, M. L., Oliveira, J. V. (2008). Experimental measurements of viscosity and thermal conductivity of vegetable

oils. Food Science and Technology, 28, 564–570. doi: 10.1590/S0101-20612008000300010

Okajima, K., Spence, C. (2011). Effects of visual food texture on taste perception. i- Perception, 2(8),966. <http://i-perception.perceptionweb.com/journal/I/article/ic966>.

Marcet, I., Paredes, I., Díaz, M., (2014). Egg yolk granules as low-cholesterol replacer of whole egg yolk in the preparation of gluten-free muffins. LWT–Food Sci. Technol., in press. dx.doi.org/10.1016/j.lwt.2014.08.031

If the articles in English are referred to an article that original language is Turkish, the name of the article should be given in square brackets with the English equivalent, if any.

Example:

Muştu, Ç. (2020). Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Ozon Uygulamaları [Ozone Applications in the Food Beverage Enterprises]. AYDIN GASTRONOMY, 2020, 4(1), 45-53

#### b. If the reference is a book

Surnames and first letters of names of the authors (or editor) should be written. Subsequently, the year of publication of the book, the title of the book, the place where it was published and the publishing house should be respectively specified. If the source is a section from the book, the name of the section, the surname of the editor (editors) and the first letter of the name, the name of the book from which the section was taken, the place where the page numbers, place of publication, the publisher or organization should be written, respectively after authors' names of the section.

Examples:

Lawless, H.T., Heymann, H. (2010). Sensory Evaluation of Food-Principles and Practice. New York: Springer.

Li-Chan, E.C.Y., Kim, H.O. (2008). Structure and chemical composition of eggs. In: Mine, Y. (Ed.), Egg Bioscience and Biotechnology (pp.1–96). New Jersey: John Wiley and Sons.

#### c. If the reference is a thesis

The surname of the person who wrote the thesis and the first letter of the name should be written in bold. The year of admission, the title of the thesis, the type of the thesis (master or

doctorate), university / institute, and place should be specified.

Example:

Saraç, Y. (2015). İstanbul'da Satışa Sunulan İçme Sütlerinde Antibiyotik Kalıntı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. Postgraduate Thesis, İstanbul Aydın University, Institute of Science and Technology, İstanbul

#### d. If the reference is a website

The surnames of the authors and the first letters of their names (If the name of the author is not available, the name of the website or source) are written. Then, the year, the name of the article and the internet address are indicated respectively.

Examples:

García-del-Moral, R. (2009). On the Gastronomical Quality of Foie Gras. <http://www.lomejordelagastromia.com/en/columnist/gastronomical-quality-foie-gras>

National Institute of Health ( 2017). Dietary Supplement Label Database. <https://www.dslid.nlm.nih.gov/dslid/dailyvalue.jsp>

Food and Drug Administration (2012). Effect of the use of antimicrobials in food-producing animals on pathogen load. Systematic review of the published literature. <http://www.fda.gov/cvm/antimicrobial/PathRpt.pdf>

#### e. If the reference is a paper presented at a scientific meeting

The year of the meeting, the title of the paper, the name of the meeting, the date of the meeting, the place of the meeting, the page number in the book of proceedings should be written respectively after the surnames and the first letters of the names of authors.

Example:

Bostan, K., Yilmaz, F., Muratoglu, K., Aydin, A. (2011). Changes in microbial population numbers during the cooking process of doner kebabs. 57th ICoMST International Congress of Meat Science and Technology. 7 – 12th August 2011, Ghent, Belgium. Abstracts book, s.230

#### f. Other

General citation format for official documents published in the Official Gazette such as law,

regulation, decree law: Title. (Year, Day, Month). Official Gazette (Issue: xxx). Address: <http://xxxx>

Example:

Postgraduate Education and Training Regulation. (2016, April 20). Official Gazette (Number: 29690). <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>

Reference (Graduate Education and Training, 2016)

Making a Reference Within a Text

It is sufficient to write (author's surname, year), if there is a general reference in the text and reference is made to the whole text. Example: ..... by Barham (2005)

The name of the author and the year of publication should be indicated in parentheses when cited at the end of the sentence. Example: ... reported (Barham, 2005).

If a reference is made to a particular section, page of a resource, or to a certain shape, table or equation in that resource, the number of the item in question is indicated in the citation. While page information is given with the abbreviation p., no abbreviation for the others. Examples: (Doğan, 2018, p. 42), (Doğan, 2015, Section 2) (Doğan, 2012, Table 1)...

Citations to single author works include the author's surname and date information. It should not include suffixes such as Jr. Example: ... (Doğan, 2018).

If a reference with two authors is cited in the text, the last name of the two authors is indicated each time. Examples: ... by Brownell and Horgen (2009); ... (Brownell and Horgen, 2009).

When citing to publications with three, four and five authors, the surnames of all authors are given only in the first citation in the text. For other citations, the expression of others (et al) should be added next to the surname of the first author. Examples:

First citation (El Hafid, Blade, Hoyano, 2002)

Second or next citations (El Hafid et. al.,2004)

If the number of authors is six or more, only the surname of the first author and the expression of others (et al) should be added also in the first citation (Colombo et al., 2015).

If different publications by the same author will be given in the same parenthesis, the year order is followed from the past to the present, and the author's last name is written once at the beginning of the citation. Example: ... (Doğan, 2000, 2004).



In case of publications by the same author(s) in the same year, each should be marked in lowercase letters, starting with the letter "a". Examples: ... (Barham, 2009a; Barham, 2009b).

If there are two different authors in the bibliography whose surnames and the first letters of their names are the same, the authors' names must be given in square brackets in the tag (Example: Doğan, G. [Gözde]. (1996). ...; Doğan, G. [Güleda]. (2010). ...), citation should be made to the names and surnames of the authors. Example: (Gözde Doğan, 1996), ... (Güleda Doğan, 2010).

In case of citation to more than one reference, it should be arranged first in alphabetical order and then chronological order, a semicolon should be placed between them. Examples: ... reported (Barham, 2005; Barham, 2006; Brownell & Horgen, 2009; Doyle et al., 2015; Nielsen & Engberg, 2006).

Secondary references can only be used in exceptional circumstances, such as the original (primary) source has been removed from printing, is not available from known sources, and its original language is not Turkish or English. Citations to the secondary source should be as shown in the example below. Examples: ..... (Ress from Goffman, 2009); In Goffman's study (cited in Ress, 2009) .... The secondary resource (ie. Ress, 2009) is included in the reference list with all the imprint information, the primary resource (ie. Goffman) does not.

Information based on personal conversations via e-mail, telephone, face-to-face or in other formats are shown in the text, but they are not written in the bibliography. For example: Aslı Baysal said ..... (Aslı Baysal, personal conversations, 22 May 2019).

If a group / legal person (such as associations, companies, government agencies and other working groups) is mentioned as the author, the name information regarding this group should be given in a clear and understandable way in the text. If the group name is long, the abbreviation is clear to everyone, or there is an already known abbreviation for the name, both the open form and the abbreviation form can be used in the first use, and only the abbreviation can be used in the subsequent uses. Example:

The first citation (Scientific and Technological Research Council of Turkey [TUBİTAK], 2013), the second and subsequent citations (TUBİTAK, 2013).

If the group name is short or its abbreviation is not understandable to everyone, the name is written clearly in all citations.