

Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar -IV-



Editör
Doç. Dr. Yener OĞAN



GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR IV

Editör
Doç. Dr. Yener Oğan

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Haziran 2025

ISBN: 978-625-396-552-5
Yayıncı Sertifika No: 52493

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI
- Cataloging in Publication Data (CIP) -

Editör
OĞAN, Yener
GASTRONOMİ ALANINDA
TEMATİK ARAŞTIRMALAR
IV

Baskıya Hazırlık: Çizgi Kitabevi Yayınları
Tel: 0332 353 62 65- 66

ÇİZGİ KİTABEVİ

Sahibiata Mah.
M. Muzaffer Cad. No:41/1
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 65

Konevi Mah.
Larende Cad. No:20/A
Meram/**Konya**
(0332) 353 62 66

Siyavuşpaşa Mah.
Gül Sk. No:15 B
Bahçelievler/**İstanbul**
(0212) 514 82 93

www.cizgikitabevi.com
📞📧 / cizgikitabevi

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	7
RENKLER ve GASTRONOMİ	8
Yasemin ASILTÜRK OKUTAN	
UZAY YEMEKLERİ ve GASTRONOMİ	24
Gülşeli EVLİYAĞLU	
Samuray Hakan BULUT	
YAPAY GIDALAR ve GASTRONOMİ	34
Serkan SEMİNT	
Vildan TÜYSÜZ	
YOKSULLUK ve YEMEK KÜLTÜRÜ	49
Hami ÜNLÜ	
GIDALARDA SESSİZ BİR DEVRİM: YENİLEBİLİR BÖCEKLER.....	64
Handan HAMARAT	
TABAKTA İKİNCİ BİR HAYAT: ATIKLARDA YENİ TATLARIN KEŞFİ	78
Yusuf BAYATKARA	
SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA TASARIMININ GASTRONOMİDEKİ TANIMI ve ROLÜ	93
Betül ÖZTÜRK	
TAT HAFIZASI: LEZZETLERİN ZİHNİMİZDEKİ İZLERİ ve KÜLTÜREL KİMLİK.....	109
Ayşe KOÇ APUHAN	
GASTRONOMİ TURİZMİ PERSPEKTİFİNDEN DESTİNASYONLARDA YARATICI ve YENİLİKÇİ UYGULAMALAR... 123	
Filiz ARSLAN	

ALAN YAZINDA SİSTEMATİK BİR İNCELEME: RESTORAN-LOKANTA TRENDLERİ..... 135

Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ

Dönüş ÇİÇEK

**SOSYAL MEDYA İLE GASTRONOMİ TRENDLERİNİ ŞEKİLLENDİRMEK: SWOT ANALİZİ TEKNİĞİYLE
BİR GELECEK PERSPEKTİFİ 149**

Serkan BARUT

Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI

GASTRONOMİ ALANINDAKİ YEMEK ve MUTFAK KÜLTÜRÜ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZİ ... 163

Neslihan ONUR

Ayşen ERTAŞ SABANCI

YEREL YİYECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ROLÜ ÜZERİNE BİBLİYOGRAFİK BİR ÇALIŞMA 179

Suzan EROL

**KUZEY KIBRIS MUTFAĞI ve YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM
KAPSAMINDA KULLANIMI 200**

Ali DAMDELEN

Mete Ünal GİRGEN

TÜRK MUTFAĞINDA GASTRONOMİK BİR LEZZET MİRASI: TOKAT KEBABI 212

Sinan KESKİN

Ercan POLAT

ÖN SÖZ

Gastronomi ve Mutfak Sanatları alanıyla ilgili farklı ve tamamlayıcı nitelikte olan çalışmaları bir araya getirmek disiplinler arası bir bakış açısını gerektirmektedir. Bu amaç doğrultusunda *“Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar”* serimizi 2021 yılında e-kitap şeklinde ve ücretsiz olarak öğrenciler, akademisyenler, sektör çalışanları ve gastronomiye ilgi duyan herkesin yararlanmasını sağladık. Bu serinin bir devamı niteliğinde olan **“Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar IV”** kitabımızda da gastronomiyle ilgili *“Renkler, uzay yemekleri, yapay gıdalar, yoksulluk ve yemek kültürü, yenilebilir böcekler, gıda atıklarıyla yeni tatlar, sürdürülebilir gıda tasarımı, lezzetlerin zihindeki izleri ve kültürel kimlik, yaratıcı ve yenilikçi uygulamalar, restoran-lokanta trendleri, sosyal medya, yerel yiyecekler, yemek ve mutfak kültürü, Kuzey Kıbrıs mutfağı, Tokat kebabı”* olmak üzere birbirinden keyifli ve bilgi dolu bölümlere yer verdik. Bu kapsamda kitabımıza çalışmalarını yayımlanmak üzere göndererek katkı sağlayan yazarlara teşekkür eder ve bu kitabı siz değerli okurların beğenisine sunmaktan dolayı mutluluk duymaktayım.

Sevgi ve Saygılarımla...

Doç. Dr. Yener OĞAN

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi

RENKLER ve GASTRONOMİ

Yasemin ASİLTÜRK OKUTAN*

GİRİŞ

Renkler insanlar üzerinde farklı hisler uyandırmakta olup bir anlam ifade etmek, çağrışım yapmak, etkilemek, farklılaştırmak, yönlendirmek, dikkat çekmek, rahatlatmak ve heyecanlandırmak gibi amaçlar için kullanılabilmektedir (Ünker, 2017). Kişinin renk ile olan deneyimleri, belirli fikir ve ilişkiler ile oluşmaktadır. Zihinde oluşan renk algısı dil ve kültürün ortak bir ürünüdür. Bu sebeple renk algısı kültürden kültüre göre değişebilmektedir. Örneğin aynı renk iki farklı kişi arasında farklı duygular uyandırabilmektedir. Çünkü renk algısı kişiden kişiye göre değişebilmektedir. Renklerin insanlarda oluşturduğu izlenimler ise çok eskilere dayanmaktadır. Geçmişten beri insanlar farklı zamanlarda mutluluklarını, sevinçlerini, mutsuzluklarını, acılarını renkler ile ifade etmişlerdir. Duyguların renklere yansımaları farklı psikolojik etkilere bağlıdır. Psikolojik etkiler de insanlarda ki farklı ekonomik durum, eğitim, sosyo-kültürel farklılıklar ve yaş gibi değişkenlere göre değişmektedir (Ökmen ve Satıcı, 2021).

Renkler günlük hayatta hiçbir zaman tek başlarına değildir, her zaman diğer renkler ile birlikte sunulmakta ve hayatımızda her yönü ile ilişkilendirilmektedir. Gıdanın güvenliği, estetiği ve duyuşsal özellikleri de renkler ile etkilidir. Bireylerin gıdayı kabul etmesi bilinir renklerde olmasıyla ilgilidir. Bu durum ise bireylerin bilişsel gelişimleri ile başlar ve tüm hayat boyunca devam eder. Birbirinden farklı her duygu ile oluşan etkiler duyuşsal deneyim

* Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, yasilturkokutan@agri.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9134-6995

ile ifade edilmektedir. Duyusal algılamalar görme, koku, duyma, tatma ve hissetme ile bağlantılıdır. Duyusal analiz de beş duyu organı ile gerçekleşen eylemlerdir (Akıllıbaş, 2019). Duyusal analizlerde bireyler bir uyarılmaya tepki vermektedir. Böylece uyarı-yanıt tepkisi ölçülmektedir. Bireylerin algıladığı duyusal özellikler ise kişisel gelişimlerine, yetiştirildiği topluma ve demografik yapılarına göre değişiklik göstermektedir. Gastronomi kavramı da bu noktada devreye girmekte ve yemek olgusunu birden fazla alan ile ilişkilendirmektedir ve yemek yemeyi farklı boyutlara taşıtmaktadır.

Hayatımızın her alanında bulunan renkler ilk çağlardan beri insanlığın her hikyesinde yer almakta ve günümüzde etkilerine devam etmektedir. Renkler farklı milletlerde, farklı dinlerde ve farklı politikalarda farklı anlamlar taşıtmaktadır. Renkler gıdalarda da algısal bir uyarıcı olarak kullanılmakta ve gıda seçimlerinde önemli bir rol üstlenmektedir (kmen ve Satıcı, 2021). Üreticiler, tüketicilerin deneyimlerini eşsiz kılmak için çeşitlilik oluştırmaktadır. Bir ürünün görüntüsünün güzel olması tadının da güzel olacağı algısı uyandırmaktadır. Renkler insanlara gördüklerinden çok daha fazla bir anlam vermekte ve bilgi paylaşımı sağlamaktadır. Bu bakımdan toplumsal iletişim sürecinde kullanılan renkler toplumsal yaşamda etkin rol oynar. Öyle ki renkler, en güçlü iletişim araçlarından birisidir. Çünkü insanlar mesajdan önce renkleri algılar. Bu sebeple iletişimin önemli bir basamağı olan renkler insanların algılarına etki eden bir unsurdur (Dokumacı, 2020). Ayrıca renkler tüketicilerin yiyecek-içeceklerin fiziksel görüntüleri ile lezzetleri hakkında fikir edinmelerine olanak sağlar. Renklerin önemli olduğu bir alan olan mutfaklarda psikolojik ve fizyolojik anlamlar oluştırur. Gıdaların renklerinin insanlardaki psikolojik etkileri yeme davranışıyla ilgilidir. Bu bağlamda kullanılacak bazı renkler insanlarda yeme isteği uyandırmanın yanı sıra yemekten keyif alınmasını sağlamaktadır (elik ve Evren, 2024).

İnsanların isteklerinin ve beklentilerinin değişmesi sonucu farklılık arayışında oldukları bir alanda gastronomidir. Günümüzde yeme-içme zorunlu bir fizyolojik ihtiyaç olmaktan çıkarak sosyal bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu duruma insanların refah düzeylerinin artması, teknolojinin gelişmesi, statü göstergesi haline gelmesi gibi etkenler yol açmıştır. Renkler gıdayı yalnızca görsel açıdan değil lezzet ve tat algısı açısından etkilemektedir. Gıdaların renkleri insanlarda ilk etapta tketelebilir ya da tketelemez şeklinde etkilemektedir. Doğal olmayan renklerdeki gıdalar güvensiz olarak algılanmaktadır. Bu yönüyle renkler gıdaların kalite anlayışında önemli bir ölçüttür (elik ve Evren, 2024).

Gıdaların renkleri dışında yemeğin sunulduğu tabakların da rengi, masa örtülerinin, mekânın rengi de kişileri tüketilebilirlik konusunda etkilemektedir. Renklerin sunulan ürünler ile dengeli ve kontrast olduğu takdirde daha dikkat çekici olmaktadır. Özellikle ilk defa deneyimlenecek olan gıdalarda renk faktörü ciddi bir oranda algıyı etkileyebilmektedir. Göze hoş gelen her ürün için yeme isteği oluşmakta ve tüketici davranışı etkilenmektedir. Geçmişten günümüze kadar insanlar renklere farklı anlamlar yüklemiş ve algılarını etkilemiştir (Çalışkan ve Kılıç, 2014). Doğal renklerin insanlarda oluşturduğu çağrışımlar daha olumlu iken bu durum gıdalarda da paralellik göstermektedir. Doğada bulunmayan veya yapay yollarla elde edilen renklerdeki gıdalar tüketiciler tarafından olumsuz algılanmakta ve tercih edilmemektedir. Dolayısıyla renk kullanımlarının abartılmadan ve insanlarda iticilik oluşturmaktan gerçekleştirilmesi algıları daha olumlu etkileyecektir. Bu kapsamda gastronomi açısından önemli bir konu olan renklerle ilgili temel algı çeşitleri ile renk ve renk kategorileri ele alınarak açıklanmaktadır.

TEMEL ALGI ÇEŞİTLERİ

Duyusal Algı

Algılama, duyu organları ile hissedilen olayların farklı şekillerde dile getirilmesidir. Algıyı oluşturan unsurlar, algıya hazır olma hali, hissedilen duygular, uyarıcı, güdülenme, psikolojik ve zihinsel durumlar, ön yargılar ve çevre olarak sıralanabilmektedir (Güngörmüş vd., 2015). İnsanlar duyu-sal algıları sayesinde gıda tercihlerinde daha bilinçli hareket etmekte ve lezzet algısını ortaya koymaktadır. İlk defa bir gıdayı deneyimleyen insanlar daha önce yedikleri veya içtikleri bir şey ile bağdaştırarak algılamakta ve içselleştirmektedir.

Lezzet bir ürünün tüketilirken ağızda bıraktığı ve hissedilen tat ve koku uyarılarını bir arada barındırmaktadır (Muslu ve Gökçay, 2021). Ancak insan bir şeyi tüketmeden önce görselliğe dikkat eder sonra tadına varır. Bir lezzet bütünlüğü içerisinde düşüncelerini de yansıtarak hedonik bir çağrışım ortaya koymaktadır. Lezzet arayışında konu, beyne giden görüntüler, lezzet ve hafıza uyumu birlikte çalışmaktadır. Kokular ve tatlar ise bireye yön vermeye ve değer katmaya yarayan göstergelerdir (Çılınoğlu, ve Çılınoğlu, 2022). Gıdaların duyu-sal algılamada koku ve tat algıları birlikte çalışmakta ve insan algılarında etkisini göstermektedir.

Görsel Algı

İnsanların görme algıları, doğuştan gelmekte ancak zaman içerisinde daha da gelişmektedir. Doğuştan gelen özelliklere çevresel faktörlerde eklenerek zaman içerisinde görme algısı hızla gelişir ve ilerleme kaydeder (Erkocaaslan, 2024). Beyin bir yemeğin yenmeden öncesinde tadı ve aroması hakkında tahminler yapar. Bunu da görsel algılar sayesinde gerçekleştirir. Yine görsel unsurları dikkate alarak besinlerin talep ve tatminleri konusunda fikir ortaya koymaktadır (Erkocaaslan, 2024). Gıdaların tüketiminde yemeden önceki istekler ve yedikten sonraki tatmin duygusu kişilerin yemek tecrübelerini oluşturmaktadır. Yemeden önce isteklerin çoğunluğu beklentidir. Bu beklentilerin en büyük sebebi de görsel algılardır. Gıdaların pazarlamasında, tüm duyuşsal ipuçları birlikte kullanılmaktadır. Bu noktada tüketicilerin tercih edilebilirliğini etkileyen en önemli unsur görsel algılar olarak ifade edilebilir.

Tat Algısı

Tat alma işlemi sistematik bir düzendedir. Tat algısı, tat kimyasının tat reseptörleri ile aktivitesi halinde başlamaktadır. Tat reseptörleri, tat algılamada ciddi bir rol oynar (Doğan, 2023). İnsanların tat alma duyuları, bildikleri tatlara tepki vermeleri şeklinde gerçekleşmektedir. Dil üzerinde bulunan tomurcuklar farklı tatları ve lezzetleri algılamada işe yaramaktadır.

Genel tatlar olan tatlı, acı, ekşi ve tuzlu tatlar dışında kendi başına bir tadı olmayan ve beşinci bir tat olan umami tadı insanların tat algıları sonucunda ortaya (Erkocaaslan, 2024). Tat algısını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenler her insanda farklılık göstermekte ve farklı algılar oluşturmaktadır. Bir gıdada birden fazla tat bulunmakta ve farklı lezzetleri içerebilmektedir. Bu noktada tat tomurcukları devreye girerek dilin farklı bölgelerinde işlev göstermekte ve farklı tepkiler ortaya koymaktadır.

RENKLER ve RENK KATEGORİLERİ

Işık olmadan renkler var olamaz ve tüm renklerin içinde beyaz ışık bulunmaktadır. Güneşin beyaz bir ışık kanyığı olduğu bilinir ve beyaz ışık düşüşü zeminde emilerek yansır. Zeminden yansıyan ışık ise yüzeydeki rengi ortaya çıkarmaktadır. Bu durum insanların nesnelerin rengini algılamasını sağlar (Yıldız, 2019). Ana renkleri kırmızı, yeşil ve mavi oluşturmakta iken, diğer renkler ise ana renklerin birleşimlerinden oluşmaktadır. Renk kavramı

Türk Dil Kurumu tarafından, *“doğrudan ya da üzerinde düştüğü nesnelerden kırılma, yansıma gibi olaylar ile göze ulaşan ışığın bilinçte oluşturduğu imge”* olarak ifade edilmektedir (TDK, 2023). Her nesnenin ve her varlığın kendine özgü bir rengi bulunmaktadır. Renkler, her bireyde ve her toplumda farklı çağrışımlar uyandırmakta ve her birey üzerinde farklı etkiler bırakmaktadır. Renkler tek başlarına bir anlama sahip değildirler. Bulundukları konuma ve kullanıldığı bağlama göre anlam içermektedir. Bu sebeple her nesnenin renk kullanımı ve uygulanması önemlidir. Renklerin anlamları ve insanlarda uyandırdığı hisler ise farklılık göstermektedir.

Beyaz: Masumiyet, merhamet, barış ve ölümsüzlük simgelemektedir. Ancak beyaz renk Asya’da bazı toplumlarda yas ve matem anlamına gelmektedir. Japonya için saflık, Hindistan için mutluluk, Türkler için ise bilgelik anlamına gelmektedir. Beyazın eş anlamlısı olan ak ise saygınlık çağrıştırmaktadır (Özdemir, 2019). Gastronomi açısından ise gıdalarda saflık ve sağlık anlamına gelmektedir.

Sarı: Parlaklık ve ışıltıyı temsil etmektedir. Çin’de refah ve zenginlik, Japonya’da cesaret, Fransa’da kıskançlık, Yunanistan’da üzüntü anlamına gelmektedir (Çekinmez, 2016). Sarı renk yemek yeme isteğini artırıcı özelliğe sahiptir. Yiyecek ve içeceklerin servisinde kullanılan sarı renk, keyif ve neşe vermektedir.

Siyah: Bilinmeyi ve gizemi simgelemektedir. Mutsuzluğun rengi olan siyah rengi diğer renkleri ortaya çıkarmaktadır. Hindistan için acı, Japonya için mükemmellik, ABD için ölüm, Kuzey Afrika için bolluk ifade etmektedir. Siyah renk gıdalar insanlarda sağlıksız ve itici çağrışımlar oluşturmaktadır. (Özdemir, 2019).

Yeşil: Tabiatı simgelediğinden tazelik çağrıştırmaktadır. İngiltere’de baharı, Çin’de güzelliği, Japonya’da sonsuzluğu, Arabistan’da zenginliği simgelemektedir. Gıdalar için kullanılan yeşil renk tazelik ve doğallık çağrıştırmaktadır. İnsan beyni yeşil rengi sağlıklı hayat olarak algılamaktadır. (Özdemir, 2019).

Mavi: Sonsuzluk, huzur, güven ve rahatlama çağrışımında bulunmaktadır. Zihni etkileyen mavi renk insanlara sakinlik vermektedir. Antik Yunan’da kötülüklerin kovulması, İran’da ruhsallığı, ABD’de otoriteyi ifade etmektedir. Mavi renkli gıdalar iştah kapatıcı özelliğe sahiptir. Doğada mavi renkli yiyeceğin fazla olmaması bu rengin hoş karşılanmamasına yol açmıştır. (Özdemir, 2019).

Mor: İngiltere’de prestij, Tibet’te kutsallık, Ukrayna’da sabrı, Hindistan’da hüznü, İtalya ve Brezilya’da ölümü ifade etmektedir (Çekinmez, 2016). Mor renk yiyeceklerde iştah kapatıcı özelliğe sahiptir (Türker ve Yılmaz, 2023). Son zamanlarda ise özellikle sosyal medya etkisi ile kalp için sağlıklı olarak görülmektedir.

Kırmızı: Ana renklere aittir ve kanı temsil etmektedir. Ayrıca coşku, enerji ve tehlike anlamına gelmektedir. Kırmızının ateşin rengi olması mahşeri çağrıştırmaktadır. Kırmızı rengin iştah açıcı özelliği bulunmakta ve insanlarda satın almayı teşvik etmektedir. (Özdemir, 2019).

Renk Algısına Etki Eden Unsurlar

Renkler, gıdalar üzerinde etkili olmanın yanı sıra bireylerin tüketim tercihlerini belirlemede rol oynamaktadır. Doğal renkler, kendi öz yoğunluklarına sahiptir. Gıdaların renkleri, üretim teknikleri, saklama koşulları, ortam ısısı ve depolama gibi çevresel koşullardan etkilenebilmektedir. Günümüzde son zamanlarda gıdalarda doğallık aranmakta ve doğal yollar dışında gıdaların renklerinin değişmesi tercih edilmemektedir. Bu çağrışım bireylerin sağlıklı besinleri tercih etmesine ve doğal ürünleri tercih etmesine etki etmektedir. Tüketiciler doğal beslenirken ürünün doğal renginden ve lezzetinden uzaklaşmamasını seçmektedir (Erkocaaslan, 2024).

Fizyolojik Etkiler: Renkler; insanlar için sevinç, korku, endişe, heyecan ve sakinlik gibi duyguları uyandırmaktadır. Renklerin insanlarda oluşturduğu enerji ve hisler psikolojik etkilerden kaynaklanmaktadır. Renkler psikolojik olarak pozitif veya negatif etkiler göstermektedir. Örneğin kırmızı renk bazı insanlar için sevecenlik ve aşk çağrışırsa da bazı insanlar için şiddet ve savaşı ifade etmektedir. Kişilerin yaşlarının artması da renk algılarını değiştirmektedir. Tecrübeler, alışkanlıklar ve yaşanmışlıklar bu noktada önemli etkiler gösterir. Yine insanların cinsiyetleri de renklerin algılanmasında etki göstermektedir. Kadınlar daha sıcak tonları tercih ederken, erkekler daha koyu ve soğuk tonları seçmektedir (Çukur, 2011).

Psikolojik Etkiler: Bireylerin değerleri insanların tüketimlerinde ve alışkanlıklarında etkili olmaktadır. İnsanların değerleri tutumlarından daha öne gelmektedir. Bireylerin kişilikleri farklı davranışlar göstermelerinde etkili olmaktadır. Bu farklı davranışlar da farklı tüketim tercihlerini ortaya çıkarmaktadır (Yüce ve Kerse, 2018). Sosyal sınıflar bireylerin beslenme tercihlerini etkilemektedir. Eğitim düzeyi, geliri de bireylerin gıda tercihlerini etkileyici faktörlerdendir.

Ekonomik Faktörler: Bireylerin gelir düzeyleri tüketim tercihlerinde farklılık göstermelerine etken olmaktadır. Düşük gelirli kişiler besinlerin tok tutma özelliğini ön planda tutarken, geliri yüksek bireyler kaliteli ve yüksek besin değerine sahip doğal ürünleri tercih etmektedir. (Erkocaaslan, 2024).

Renklerin Gastronomideki Sembolizmleri

Renk sembolizmi, renklerle olan psikolojik çağrışımların kültürel evrimini ifade etmektedir. Geçmişten beri renkler belirli anlamlara gelmiş ve yaşamsal olayları simgelemiştir. Bu anlamlar evrensel olarak paylaşılanın yanı sıra kültürle göre kendine özgü anlamlar kazanmaktadır. Renklerin çağrışımları arasındaki farklar, farklı toplumların sosyo-kültürel yapılarına göre değişmektedir (Fussel, 2023).

Renkler, günlük hayatımızda vazgeçilmez bir unsurdur. Farklı duyguların açığa çıkmasında kullanılan renkler insanların kendilerini ifade etmelerinde kullanıldığı bir yöntemdir. Renklerin psikoloji üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir. Kültürden kültüre göre taşıdıkları anlamlar değişmekte ve farklı toplumlarda farklı çağrışımları ifade etmektedir. Bu farklılıklar gastronomi içinde geçerlidir. Ancak bu noktada renklerin gastronomideki sembolizmi kültürel olarak oluşturduğu izlerden farklı olmaktadır (Çelik, 2021).

Yiyecek ve içeceklerin lezzet ve tat algılarında ipucu veren önemli unsurlardan biri renklerdir. Gıdaların renkleri yoğunluk, doygunluk ve değişimi simgelemekte ve tüketicilerin beklentilerini ve deneyimlerini etkilemektedir. Renklerin tat ile eşleşmediği durumlarda tüketicide olumsuz bir durum oluşmaktadır. Gıdaların renklerinin farklı anlamları bundan dolayı insanlarda farklı beklentilere yol açmaktadır. Farklı toplumlarda yiyeceklerin renklerinin oluşturduğu duyuşsal beklentiler de değişmektedir. Renkler yiyeceklerin duyuşsal lezzet algılarını etkilemekte ve iştah açıcı veya kapatıcı etki göstermektedir. Bu durum da gıda tüketim davranışlarımızı daha iyi anlamaya yardımcı olmaktadır (Çelik ve Evren 2024).

Gastronomi alanında görsel unsurların psikolojik etkileri sıkça kullanılmaktadır. Yemeklerin sunumlarında, işletmelerin tasarımlarında, menü planlamalarında ve kullanılan ekipmanlarda renklerin etkilerinden yararlanılmaktadır. Gastronomide renk uyumu birden fazla şekilde sağlanabilmektedir. Bu uyum yakalanırken armoni, harmoni, ana-ara renk, sıcak-soğuk renk, nötr ve kontrast renkler kullanılmaktadır (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

Tüketicilerin satın alma davranışlarında kullanılan renklerin uyumluluğu satın alma davranışlarını artırmaktadır. Doğada bulunmayan ve insanların daha önce görmediği renklerdeki yiyecekler iştah kapatıcı özellik göstermektedir. Bu durum da satın alma davranışını olumsuz etkileyebilmektedir. Gıdaların renklerinin oluşturduğu ilk çağrışımlar deneyimlenerek öğrenilmektedir. Farklı kültürlerde ve farklı mutfaklarda genel çağrışım yapabilmektedir.

Gastronomi alanında kullanılan beyaz renk, gıdalarda dondurulmuş hissi vermekte ve saflığı ve sağlıklı kalmayı ifade etmektedir. Ayrıca beyaz renkli yiyecekler düşük kaloriyi çağrıştırmaktadır (Uçar, 2004). Sarımsak ve soğan gibi doğal antibiyotik olarak değerlendirilen gıdalar beyaz rengi sağlıklı ilişkilendirmektedir. Gastronomide kullanılan sarı renk ise, dikkat çekici ve iştah açıcı özelliğe sahiptir (İçli ve Çopur, 2008). Özellikle fast food tarzı işletmeler sarı rengi tercih etmektedir. Gıdaların ambalajlarında kullanılan sarı renk neşe ve keyif verici bir etkiye sahiptir. Gastronomide siyah renkli yiyecekler enerji vermekte ve uyarıcı etki göstermektedir. Örnek olarak kahve, çikolata ve kahve verilebilmektedir (Yılmaz ve Erden, 2017). Siyah renk acı tat algısı oluşturmakta ve iştah kapatıcı özellik göstermektedir. Son zamanlarda ise renklendiriciler ile yapılan siyah yiyecekler görüntülerinden dolayı merak uyandırmakta ve tüketilmektedir. Gastronomi alanında yeşil renk doğallık ve tazelik etkisi göstermektedir. Bahar ve doğayı canlandırdığından sağlıklı bir hayatı anımsatmaktadır. Ayrıca verimliliği ve üretkenliği artırıcı etkisi ile mutfaklarda sıkça kullanılmaktadır (Olgaç, 2016). Özellikle işletme mutfaklarında yaratıcılık etkisinden yararlanılmak istenmektedir. Gastronomide mavi renk ise iştah kapatıcı bir etki oluşturmaktadır. Doğada bulunan mavi renkli yiyecek olmamasından dolayı mutfaklarda çok yer almamaktadır. Mor rengin de yine iştah kapatıcı özellikle olduğu görülmektedir (Türker ve Yılmaz, 2023). Gözümüzde en iyi algılanan renk kırmızıdır (Akgül ve Güneş, 2015). Gastronomi alanında iştah açma eğilimi gösterdiğinden birçok işletme bu rengi kullanmaktadır. Ayrıca gıdalarda enerjik ve sevimli bir etki oluşturmak için paketlemelerde kırmızı renk sıkça kullanılmaktadır.

Renkler ve Gastronomi

Günümüzde bireyler, yeme-içme davranışlarında yenilik ve farklılık aramaktadır. Geçmişte hayatı devam ettirmek için zorunlu ihtiyaç olarak değerlendirilen yeme-içme davranışı günümüz şartlarında sosyal yaşam içinde önemi artan bir tutum haline gelmiştir. Bu duruma gelir düzeyinin

artması, teknolojinin gelişmesi, statü göstergesi olması gibi etkenler yol açmıştır. İnsanlar artık sosyalleşmek için de yeme-içme faaliyet göstermektedir. Değişen tüketici tutumları ile birlikte, farklı görüntüye sahip ürünleri deneyimleme isteği de artmaktadır. Yemek yeme faaliyeti artık hoş vakit geçirilen, farklı deneyimler kazılan ve eşsiz anıların yaşandığı aktiviteler haline gelmiştir. Gastronomi alanında her geçen gün değişen yeni yaklaşımlar ve farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan biri de renkli gıdalardır. Siyah hamburgerler, mor baklavalara, yeşil makarnalar örnek olarak verilebilmektedir. Gıda boyaları ile renklendirilen gıdaları tercih etmeyen tüketiciler doğal yollarla renklendirilen gıdaları tercih etmektedir (Roque vd., 2018).

Yiyecek-içecek beklentilerinde en önem verilen durum görselliktir. Yemeğin görselindeki bütünlük, tüketiciyi yemekle bağ kurmaya yönlendirmektedir. Yemeklerin tabakta sunumu, renk uyumu, besin değerleri bireylerin tercihlerini hedonik açıdan etkilemektedir (Roque, 2018). Renk olgusu tüketici tercihlerini etkileyen önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Öyle ki tüketicilerin satın alma davranışlarında renklerin etkisi büyüktür (Tepecik, 2021).

Renklerin etkili kullanım alanlarından biri de mutfaklardır. Renklerin iştah ve besin tercihleri üzerinde kullanıldığı bilinmektedir. Renkler yiyecek-içeceklerin lezzeti hakkında bilgiler vermekte ve duygulara hitap ederek daha keyifli yemeyi sağlamaktadır. Güzellik ve sanat arasında kurulan ilişki, gastronomi aşanında renkler ile kurulmaktadır. Gastronomik eser oluşturulmasında tüm maddelerin estetik olması ve renk uyumu içinde yer alması gerekir. Tabaklarda kullanılan renkler görsel olarak daha ilgi çekici olmakta ve tercih edilmektedir. Yemek sunumunda kullanılan renkler, yemeğin beğenilme ve tüketilme değerini artırmaktadır. Renkler tabak ile ilgili bilgi aktaran önemli detaylardır. Bu sebeple tüketici tarafından tek seferde algılanabilecek bir kullanımda olmalıdır. Aşırıya kaçmadan kullanılan renkler tüketicide lezzet, zevk ve tekrar yeme isteği uyandırmaktadır. Müşterilerin yemekleri önce gözleri ile yediği düşünüldüğünde renkler kullanılarak yapılacak sunumlar çarpıcı bir etki yaratmaktadır. Örneğin yeliş renkte bir gıda nane aroması uyandırmakta iken, sarı renkli bir gıda ekşi olma hissi yaratmaktadır. İnsanlar renkleri ilk akla gelen yiyecekler ile bağdaştırarak algılamaktadır.

Bir ürünün en az sunumu kadar etkili olan görünüşüdür. Öyle ki insanların tercihlerini etkileyen önemli bir unsurdur. Kötü görünen bir yemek kimse tarafından tercih edilmeyeceği için yemeğin sunumunda görünüş önemlidir. Bu noktada yemeğin sunumunda renkleri oldukça önemli bir de-

ğerdir. Renkler gıdanın tanınmasında, güven oluşturmada ve lezzet tahmini yapmada fikirler vermektedir. Dolayısıyla yiyeceklerin renkleri kişilerin tat algısını etkileyebilmektedir. Renkler insanların yaşamlarında göz ardı edilmez bir etkiye sahiptir. İnsanların zihinlerinde geçmişten beri kodlanmış ve anlam ifade eden renkler vardır. Ayrıca insanlar üzerinde psikolojik etki oluşturan renkler duygularına da hitap etmektedir. İnsanlar önce rengi algılar, sonra hisseder ve en sonunda deneyimleme imkânı bulur. Bu doğrultuda gastronomi alanında da renkler pozitif veya negatif simgeler oluşturmaktadır (Çelik ve Evren 2024). Ayrıca yemek yenen mekânların tasarımları, atmosferi, masa örtülerinin renkleri, tabakların dizaynları, renkler ile kombine edilmekte ve yiyecek hakkında bilgi vermektedir. Yiyeceklerin acı-tatlı-ekşi olması, itici veya çekici olması gibi düşünceler oluşturmada renkler ön plandadır. Bu sebeple birçok işletmede renklerin etkilerini göz önünde bulundurarak tasarlanmaktadır. Renklerin gastronomi alanında pozitif ilişkiler için kullanılmaya devam edeceği düşünülmektedir.

Renkler ve Gastronomi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yiyecekler üzerindeki çoklu duyuşsal algılamalardan en önemlisi görme duyusudur. Yeme seçimleri iç ve dış birçok etkenden etkilenmektedir. Görme duyusu yeme davranışını etkilemenin yanı sıra yemekten sonraki tatmin duygusunu da etkilemektedir. Van Der Laan ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan çalışmada, yemek seçiminde ilk önce görsel sistemin uyarıldığını tespit etmiştir. Rhin ve Lav (2018) yaptıkları benzer bir çalışma ile bireylerde yemek tüketim sürecinin görsellik ile başladığını ifade etmiştir. Dolayısıyla her iki çalışma, görseli iyi olan yemeklerin daha çekici olduğunu ve insanları onu yemeye ittiğini, çekici olmayanların insanların tüketimden uzaklaştırdığı sonucunu göstermiştir.

Yiyecek-içecekler için görsel özelliklerin en önemlisinin renk olduğunu vurgulayan Spence (2020), yiyecek ve içeceklerin renginin tat ve aromalarına dair beklenti oluşturduğuna dair sonuçlara ulaşmıştır. Renklerin yiyeceklerdeki etkileri tarih boyunca güvenilir olup olmadığı yönünde izler vermektedir. Bu konuya ilişkin ilk çalışma Moir (1936), gıdaların renklerinin değişmesinin tat ve lezzet algısına etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonuçları gıdaların renkleri değiştikçe, farklı tat değerlendirmelerin yapıldığını ve lezzetin değiştiğini tespit etmiştir. Evren (2022) yaptığı benzer bir çalışmada, yiyeceklerin renginin değişmesi halinde lezzet algısının da farklılaştığı sonucuna ulaşmıştır.

Wan ve arkadaşları (2014), renkler ve gıda ilişkileri üzerine yaptıkları araştırmada 11 farklı rengi temel tatlar ile eşleştirmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda katılımcılar için siyah renk acı, yeşil renk ekşi, pembe renk tatlı ve beyaz renk ise tuzlu algısı oluşturmuştur. Eva Heller benzer bir çalışma yapmış ve rengin psikolojik etkilerini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre yeşil ve sarı renk ekşi, pembe, turuncu, kırmızı renk tatlı, beyaz, gri ve mavi tuzlu, siyah ve kahverengi ise acı tat ile ilişkilendirilmiştir (Spence, 2015). Paakki ve arkadaşları (2016), insanların doğal renklerde olmayan yiyeceklere karşı tepkilerini ölçmek için yaptığı araştırma da, katılımcılara mavi ve normal sarı renkli patatesler sunmuş ve tercihlerini gözlemlemiştir. Katılımcıların çoğu normal patatesi seçmiş olsa da mavi renkli patatesi seçenler doğallık dışındaki tüm olumlu duyuşsal ve haz nitelikleri daha yüksek değerlendirmiştir. Çalışma sonucu doğallığın yiyecek tercihinde önemli kriter olmadığını göstermiştir.

Yılmaz ve Erden (2017), renklerin tat algıları üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada katılımcılara farklı renklerde çorbalar sunulmuştur. Katılımcılar soğuk renklerden olan yeşil renkli çorbanın iştah açıcı gözüktüğü yönünde görüş belirtmiştir. Bunun sebebinin yeşil renginin sağlık ile ilişkilendirildiği için olumlu yaklaşıldığını düşündürmektedir. Bununla birlikte doğal olmayan renklerde çorbaların ise iştahı olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır. Suzuki (2017), yiyeceklerin renkleri ile ilişkili bir çalışma yapmış ve katılımcılara sıcak çorba renklerinin kabul edilebilirliğini ve iştaha etkisini araştırmıştır. Çalışma sonucunda mavi çorbanın yeme isteğini, lezzet ve rahatlık derecelerini azalttığı, beyaz ve sarı çorbaya oranla mavi çorbanın kaygı duygularını artırdığını ve daha az tokluk hissi oluşturduğunu tespit etmiştir.

Paakki (2019), öğle yemeklerinde tercih edilen yiyecekleri renkle ilişkisi bakımından incelemiştir. Araştırmada insanların yemek estetiğine dair görüşlerinin cinsiyetlere göre değiştiğini kadınların tabakların görselliği ile erkeklere oranla daha fazla ilgilendiğini ifade etmiştir. Çalışma sonucu estetik ve renk algısının yemeklerde önemli olduğunu ancak öğle yemeğinde tercihini birinci derecede etkilemediğini göstermiştir. Schifferstein ve arkadaşları (2019), farklı renklerdeki havuçların tüketicilerde oluşturduğu farklılığı tespit etmek üzere bir çalışma yapmışlar ve katılımcıların hepsi aşına oldukları turuncu renkteşi havuçları tercih etmişlerdir. Alışık olunmayan renklerdeki havuçlar daha sağlıksız, daha az çekici olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca

farklı renklerdeki havuçlar farklı tatlar ile ilişkilendirilmiş ve katılımcılar alışkın olunmayan renkteki havuçları tüketmek istememişlerdir.

Jang ve arkadaşları (2021), pişmiş renkli pirinçlerin sağlık işlevselliği bakımından tüketicilerde oluşan duyuşsal tepkileri ölçmek için bir çalışma yapmış ve kültürlerarası bir inceleme gerçekleştirmiştir. Koreli ve Amerikalı katılımcılar üzerinde gerçekleşen araştırmada beğenilerinin aşinalık ile ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Türker ve Yılmaz (2023), yetişkinlerin renkli ürünleri tercih etmesi üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Katılımcılara farklı renklerde pastalar gösterilmiş ve renklerin yeme arzusunu etkilediği sonucuna varmışlardır. Velasco ve arkadaşları (2023), renkler ve tat algıları ilişkisini incelemek üzere bir deney yapmışlar ve bireylerin belirli renkleri acı veya tatlı olarak nitelendirdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Farklı bir deneyde ise daha geniş bir renk yelpazesi sunulan katılımcıların sarı rengi tatlı, yeşil rengi ekşi olarak algılamışlardır.

Çelik ve Evren (2024), renklerin yeme tercihlerine etkisini incelediği araştırmada Türk ve Alman tüketicilerin farklı renklere farklı tepkiler gösterdiğini tespit etmişlerdir. Türk katılımcılar parlak ve canlı renkleri daha lezzetli olarak algılanırken, Alman katılımcılar nötr renkli ürünleri tercih etmişlerdir. Peng ve arkadaşları (2024), renklerin tat ile ilgisini inceledikleri çalışmada görsel algılar ile tat bilgilerinde renklerin işlevlerini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda renklerin görsel dikkati önemli olarak etkilediğini, tat ve renk ilişkisini bilişsel düzeyde etkilediğini tespit etmişlerdir. Çalışmada parlak renklerin daha hızlı dikkati çektiğini, koyu renklerin ise dikkati baskılamakta olduğunu vurgulamışlardır.

SONUÇ

Gastronomi multidisipliner olması sebebiyle birçok bilim dalı ile ilişkilidir. Bu bilim dallarından biri de sanattır. Sanatın ve gastronominin önceliklerine bakıldığında görsellik, estetik ve haz her ikisinde de ortak noktalardır. Toplulukların değişmesi ile birlikte yemek artık yalnızca fizyolojik ihtiyaç karşılamak için değil, haz duyulan ve sosyalleşme sağlayan bir faaliyet haline gelmiştir. İnsanların yemekten aldıkları hazzı artıran önemli unsur ise görselliktir. Bu noktada renklerin etkisini ise göz ardı edilemez.

Renkler toplumlarda ve kültürlerde farklı anlamlar üstlenmektedir. Bu anlamlar gastronomi alanında da kullanılmaktadır. Ürün ve sunumda estetiği artırmak için renk faktörü önemli bir rol üstlenmektedir. Renkler insanlarda farklı duygular uyandırmakta ve gıda tercihlerini önemli ölçüde etkileyebilir.

bilmektedir. Bu noktada kullanılan renkler işletmeler içinde büyük avantajlar sağlamaktadır. Sunumlarda farklı renklerde tabak kullanılması ve ürünlerin farklı renklerde olması tüketicinin yemek beklentisine etki etmektedir. Tüketiciler yemeği ilk olarak gözleri ile deneyimledikleri için canlı renklerde hazırlanmış, estetik duygulara hitap eden tabaklar ilk tercihleri olacaktır. Bu sebeple hazırlanan tabaklarda renk kombinasyonlarının ve kontrastlarının iyi yapılması gerekmektedir. Yine mekân seçimlerinde renklerin etkilerinden yararlanılmaktadır. İşletmelerin renkleri tüketicilerin tercihlerini etkilemekte çekici veya itici bulma konusunda rol oynamaktadır.

Günümüzde insanların yeme içme tercihleri birçok unsurdan etkilenebilmektedir. Bunların başında gelen görsellik unsurunda renk, tüketici için yiyeceğe dair bilgi kaynağı olmaktadır. Ayrıca yemeğin görüntüsü ve rengi ilk etapta lezzete ilişkin değerlendirme boyutudur. Her renk her yiyecek için kabul görmemektedir. Bu durum insanların kültürleri ile farklılaşmakta ve farklı çağrışımlar uyandırarak tercih edilebilirliğini etkilemektedir. Ayrıca renkler, gıda güvenliği konusunda da bilgi veren bir faktördür. Bilimde yaşanan gelişmeler ile birlikte mutfaklarda yenilikler ortaya koymakta ve ürün çeşitlendirmelerinde farklılıklar yaşanmaktadır. Öncelerde gıda boyaları ile renklendirilen gıdalar tercih edilmezken günümüzde teknoloji kullanılarak doğal yollarla yapılan renkli ürünler artık tercih edilebilir olmaktadır.

Tüketicilerin ilk olarak görsel olarak algıladıkları yiyeceklerin renk uyumları, çekicilikleri ve estetik sunumları daha fazla ilgi görmelerinde etkilidir. Çünkü bu durum lezzet ve kalite algısını şekillendirmektedir. Renkler, işletmeler tarafından müşterilerin algısını şekillendirmek, tercihlerini etkilemek ve beklentilerini yönlendirmek için ürün pazarlamasında kullanılan önemli bir pazarlama stratejisidir. İşletmeler, doğru renk tercihleri ile müşterilerin memnuniyetlerini artırmaktadır. Bu durumun doğal getirisi de işletme gelirlerinin artması şeklinde gerçekleşmektedir. Müşteri memnuniyet seviyesinin artması aynı zamanda işletme imajında olumlu etkiler oluşturmaktadır. Tüketici açısından ele alındığında ise renkler, bireylere bilgi vererek daha bilinçli bir alışveriş yapma imkânı sunmaktadır. Müşteri beklentilerini etkileyerek daha kaliteli hizmet sunulmasını ve farklı pazarlama stratejilerini oluşmasına katkı sağlamaktadır.

Tüm bu bilgiler neticesinde işletmeler ve sektör için bazı önerilerde bulunmak mümkündür. Öncelikle yemek sunumlarında karmaşıklık olmaması gerekmektedir. Ayrıca sunumların gözü yormaması, renklerin uyum içinde tabakta yer almasına dikkat edilmelidir. Aksi takdirde oluşacak uyumsuzluk

tüketicide olumsuz düşünce oluşturabilir ve yemeği deneyimleme isteğini etkileyebilir. Yine renkli yiyeceklerin sağlıksız olma düşüncesi oluşacağından yemeklerde sağlanan rengin kaynağı hakkında bilgi verilmesi tüketicinin tercihlerini etkileyecektir. Renklerin insanlarda oluşturduğu çağrışımların kültürlerle ve toplumlara göre farklılık göstermesinden dolayı işletmeler renk tercihlerinde bu unsurları da göz önünde bulundurmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akdeniz, D., & Bayesen, D. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Ürün Estetiği, Temeloğlu, E., Akdeniz, D. (Ed.), *Yiyecek İçecek İşletmelerinde Atmosfer* (35-55) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akgül, D., & Güneş V. (2015). *Renkler, anlamları ve marka bilinirliği üzerindeki etkisi: Kırşehir örneği*. 14. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Aksaray, Türkiye.
- Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü, *Bitlis Eren Üniversitesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(1), ss. 97-124.
- Çalışkan, N. ve Kılıç, E. (2014). Farklı Kültürlerde ve Eğitimsel Süreçte Renklerin Dili. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 15-3, 69-85.
- Çekinmez, V. (2016). *Farklı Kültürlerde Renklerin Anlamları*. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 1-20.
- Çelik, E. ve Evren, S. (2024). Renklerin Yemek Tercihleri ve Algıları Üzerindeki Etkisi: Türk ve Alman Kültürleri Karşılaştırması. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences*, 7-2, 367-393.
- Çelik, E. (2021). Yemek renklerinin insanların algıları ve tercihleri üzerindeki etkisi: Kültürlerarası bir araştırma Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. (Yüksek Lisans Tezi). Merkezi.
- Çılgınoğlu, H. v Çılgınoğlu, Ü. (2022). Nörogastronomi ve Duyuların Lezzet Algısına Etkisinin Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerle Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (2), 837-855.
- Doğan, E. (2023). Gastrofizik perspektifinden mutfak çalışanlarının renk algısı: Nitel bir araştırma, (Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Dokumacı, M. (2020). Renklerin İnsan Yaşamındaki Etkileri ve Renklerin Tarih Boyunca Yolculuğu. *Takvim-i Vekayi*, 8-2, 120-131.
- Erkocaaslan, E. (2024). Renk Algısının Gıda Seçimlerine Etkisi. İstanbul Topkapı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, (Yüksek Lisans Tezi).
- Evren, S. (2022) Nörogastronomi. S. Derinalp Çanakçı (Ed.), *NeoGastronomik Akımlar* içinde (77–102). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Fussell, G. (2023). *Dünyadaki Kültürlerde Renklerin Anlamı*. <https://www.shutterstock.com>. Erişim Tarihi: 28.04.2025
- Güngörmüş, K., Okanlı, A., & Kocabeyoğlu, T. (2015). Hemşirelik öğrencilerinin psikolojik dayanıklılıkları ve etkileyen faktörler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 6(1), 9-14.
- İçli, G., & Çopur, E. (2008). Pazarlama iletişimde renklerin rolü. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 22-33.
- Jang, J.A., Oh, J.E., Na, Y., Yeo, G.E., & Cho, M.S. (2021). Emotions evoked by colors and health functionality information of colored rice: A cross-cultural study. *Foods*, 10(2), 231.
- Moir, H.C. (1936). Some observations on the appreciation of flavour in foodstuffs. *Journal of the Society of Chemical Industry*, 55(8), 145-148.
- Muslu, M. ve Gökçay, G.F. (2021). Lezzet Algısının Oluşmasında Çevresel ve Genetik Faktörlerin Etkileri. *Med J West Black Sea*, 5(1): 19-26
- Olgaç, S. (2016). *Menü Tasarımı, Menü Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- Özdemir, S.D. (2019). *Türk halk anlatılarında dev motifi*, (Doktora Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Ökmen, K. ve Satıcı, B. (2021). Renk ve Işığın Kullanıcı Üzerindeki Psikolojik Etkileri Üzerine Örnek Mekan İncelemesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 4-11, 33-46.
- Paakki, M., Sandell, M., & Hopia, A. (2016). Consumer's reactions to natural, atypically colored foods: An investigation using blue potatoes. *Journal of Sensory Studies*, 31(1), 78-89.
- Paakki, M., Aaltojärvi, I., Sandell, M., & Hopia, A. (2019). The importance of the visual aesthetics of colours in food at a workday lunch. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100131.
- Peng C., Liang X., Guo S. & Qian Y. (2024). Study on willingness to pay and impact mechanism of gutter oil treatment: taking urban residents in Sichuan province as an example. *Frontiers in Psychology*, 11;12: 711218.
- Rhind, J.P. & Law, G. (2018). *Cooking for the Senses: Vegan Neurogastronomy*. London: Singing Dragon.
- Roque, J., Guastavino, C., Lafraire, J., & Fernandez, P. (2018). Plating influences dinner perception of culinary creativity. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 11, 55-62.
- Schifferstein, H.N., Wehrle, T., & Carbon, C.C. (2019). Consumer expectations for vegetables with typical and atypical colors: The case of carrots. *Food Quality and Preference*, 72, 98-108.
- Spence, C. (2015). On the psychological impact of food colour. *Flavour*, 4, 21.

- Spence, C. (2020). Multisensory flavor perception: A cognitive neuroscience perspective. K. Sathian & V.S. Ramachandran (Ed.), *Multisensory Perception* (221-237). London: Academic Press.
- Tepecik, A. (2021). *Uygarlık Tarihinde Renk*. Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu, (2023). *Renk?* <https://sozluk.gov.tr>. Erişim Tarihi: 28.04.2025
- Türker, A. & Yılmaz, İ. (2023). Yetişkin bireylerde renklerle yeme arzusu ilişkisinin araştırılması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1).
- Uçar, T.F. (2004). *Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Ünker, Ü. (2017). *Önce Rengini Seç, Sonra Sat*. <https://umitunker.wordpress.com/tag/pazarlamada-hangi-renkler-kullanilir>. Erişim Tarihi: 28.04.2025
- Van Der Laan, L.N., De Ridder, D.T., Viergever, M.A., & Smeets, P.A. (2011). The first taste is always with the eyes: a meta-analysis on the neural correlates of processing visual food cues. *Neuroimage*, 55(1), 296-303.
- Wan, X., Woods, A.T., van den Bosch, J.J., McKenzie, K.J., Velasco, C., & Spence, C. (2014). Cross-cultural differences in crossmodal correspondences between basic tastes and visual features. *Frontiers in psychology*, 5, 1-13.
- Yılmaz, H. & Erden, G. (2017). Renklerin çorbaların tat algısı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 265-275.
- Yıldız, S. (2019). Fotoğraf ve Sinema. Ünalın, H.T. (Ed.), *Güzel Sanatlar* (255-286). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Yüce, A. & Kerse, Y. (2018). Kişiliğin kompulsif satın alma davranışı üzerindeki etkisi: Ampirik bir çalışma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(1), 143-156.

UZAY YEMEKLERİ ve GASTRONOMİ

Gölseli EVLİAOĞLU*

Samuray Hakan BULUT**

GİRİŞ

Son yıllarda uzay araştırmalarının gelişimiyle birlikte, astronotların beslenmesi giderek daha büyük bir önem kazanmıştır. Uzay yemekleri, yalnızca besin ihtiyacını karşılamakla kalmaz, aynı zamanda astronotların fiziksel sağlığını koruyarak uzun süreli görevlerde performanslarını sürdürebilmelerini sağlar. Mikro yerçekimi, radyasyon, kapalı yaşam alanları ve sınırlı kaynaklar gibi faktörler, uzayda beslenmeyi dünyadakinden farklı bir hale getirmektedir (Kim ve Rhee, 2020). Uzay yemekleri, ilk insanlı görevlerden günümüze kadar büyük bir evrim geçirmiştir. 1961 yılında Sovyet kozmonot Yuri Gagarin, tüp içerisinde püre haline getirilmiş gıdalar tüketerek uzayda yemek yiyen ilk insan oldu. Benzer şekilde, NASA'nın Mercury programında astronotlara tüp ve dondurularak kurutulmuş gıdalar sunuldu. 1960'ların sonlarında Apollo programıyla birlikte yiyeceklerin kalitesi artırıldı ve sıcak su kullanarak rehidre (yeniden sulandırarak) edilebilen yemekler geliştirildi (Perchonok ve Bourland, 2002). Skylab ve Uzay Mekiği programlarıyla birlikte menüler genişletildi, daha iyi ambalajlama teknikleri geliştirildi ve yemeklerin duysal özellikleri iyileştirildi (Jiang vd., 2020). Günümüzde ise Uluslararası Uzay İstasyonu'nda (ISS) astronotlar, 300'den fazla farklı uzay yemeği arasından seçim yapabilmektedir (Kumar ve Gaikwad, 2023).

* Arş. Gör., Avrasya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, gulseli.evliyaoglu@avrasya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9705-1263

** Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, samuraybulut@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8368-1769

Uzay beslenmesi, uzun raf ömrü, besin değerlerinin korunması, mikrobiyolojik güvenlik, taşınabilirlik ve psikolojik faktörler gibi çeşitli gereklilikleri içermektedir. Gıdaların uzun süre tazeliğini koruyabilmesi için dondurarak kurutma, ışın sterilizasyonu ve termal stabilizasyon gibi işlemler uygulanmaktadır. Kapalı bir yaşam alanında herhangi bir mikrobiyal kontaminasyon büyük sağlık riskleri taşıdığı için HACCP gibi güvenlik protokolleri devreye sokulmaktadır (Kim ve Rhee, 2020). Ayrıca, astronotların moralini ve motivasyonunu korumak amacıyla yemeklerin lezzeti ve çeşitliliği artırılmaktadır (Tsuboyama-Kasaoka vd., 2022). Uzay görevlerinin daha uzun ve karmaşık hale gelmesi, geleneksel uzay yemeklerinin ötesine geçen çözümleri gerektirmektedir. Gelecekte, Mars misyonları gibi uzun süreli görevler için sürdürülebilir gıda üretimi, uzayda bitki yetiştirme, 3D gıda baskısı ve biyoreaktör teknolojileri gibi yenilikçi yaklaşımlar üzerinde çalışılmaktadır (Pilles vd., 2024). Bu gelişmeler hem uzay araştırmalarına hem de dünyadaki gıda teknolojilerine önemli katkılar sunmaktadır. Bu doğrultuda uzayda yemek ve beslenme uygulamaları gastronomi perspektifinden ele alınarak açıklanmaktadır.

UZAYDA YEMEK VE BESLENME

Uzay yemekleri, astronotların sağlıklı ve dengeli beslenmesini sağlamak amacıyla özel olarak geliştirilmiş gıdalardır. Uzayda tüketilecek yemeklerin besin değeri, uzun raf ömrü, kolay taşınabilirliği ve mikro yerçekimi ortamında güvenli tüketimi gibi kriterleri karşılaması gerekmektedir (Mandal vd., 2024). Astronotlar için geliştirilen beslenme sistemleri, uzun süre tazeliğini koruyabilen ve kolay tüketilebilen gıdalar sunmayı amaçlar. İlk uzay görevlerinde astronotlar, tüp içinde saflaştırılmış püreler ve sıkıştırılmış gıda küpleri tüketirken, günümüzde Uzay İstasyonu'nda rehidre edilebilir yemekler, termal olarak stabil hale getirilmiş konserve yiyecekler, düşük nem içeriğine sahip gıdalar ve doğal formunda tüketilebilen taze yiyecekler bulunmaktadır (Jiang vd., 2020). Uzay yemeklerinin üretim sürecinde, dondurarak kurutma, ışın sterilizasyonu, yüksek basınçlı işlem görme ve termal stabilizasyon gibi yöntemler kullanılmaktadır. Bu teknikler, gıdaların mikroorganizmalar tarafından bozulmasını önlerken aynı zamanda tat, doku ve besin değerlerini koruma amacı taşımaktadır (Perchonok ve Bourland, 2002).

Günümüzde NASA, ESA, Roscosmos ve JAXA gibi uzay ajansları, astronotların beslenme sistemlerini sürekli geliştirmektedir. Mars gibi uzun vadeli görevler için sürdürülebilir beslenme sistemleri büyük önem taşımakta-

dır. Uzayda bitki yetiştirme projeleri, 3D gıda baskısı ve kapalı döngü tarım sistemleri gibi teknolojiler, uzay yemeklerini gelecekte daha sürdürülebilir hale getirebilir (Pluchon vd., 2024). Uzay yemekleri, sadece beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp astronotların moral ve psikolojisi açısından da kritik bir rol oynar. Yiyeceklerin lezzetli ve çeşitli olması, astronotların iştahını artırarak besin eksikliğinin önlenmesine yardımcı olmaktadır (Kumar ve Thakur, 2025). Bu nedenle menüler, astronotların kişisel tercihlerine göre düzenlenmekte ve uluslararası görevlerde kültürel yemek çeşitliliği de göz önünde bulundurulmaktadır.

UZAYDA BESLENMENİN ZORLUKLARI

Uzayda beslenme, dünyadan oldukça farklı koşullarda gerçekleşir ve birçok teknik, biyolojik ve psikolojik zorluk içerir. Mikro yerçekimi, kapalı sistemlerde yaşam, sınırlı kaynaklar ve gıdaların uzun süre muhafaza edilmesi gibi faktörler, astronotların sağlıklı beslenmesini karmaşık hale getirmektedir (Kim vd., 2024). Uzayda en büyük beslenme zorluklarından biri, mikro yerçekiminin insan fizyolojisi üzerindeki etkileridir. Mikro yerçekimi kemik mineral yoğunluğunun azalmasına ve kas kaybına neden olur. Bu durum, astronotların kalsiyum, D vitamini ve protein açısından zengin bir diyetle desteklenmesini zorunlu kılar (Liu ve Zhang, 2025). Ayrıca, bağışıklık sistemi mikro yerçekimi ortamında zayıflayabilir ve bu da gıda kaynaklı enfeksiyon riskini artırır (Zaccaria vd., 2024).

Bir diğer büyük zorluk ise uzun raf ömrü gereksinimidir. Uzay yemekleri aylar hatta yıllarca bozulmadan saklanabilmelidir. Bu nedenle, gıdalar genellikle dondurarak kurutma, ışın sterilizasyonu ve vakum ambalajlama gibi yöntemlerle işlenir (Pluchon vd., 2024). Ancak, uzun süre saklanan gıdaların besin değerlerinde kayıplar yaşanabilir ve lezzet değişimleri meydana gelebilir (Brawley vd., 2025).

Uzay ortamında lezzet ve duyuşsal algıdaki değişiklikler, astronotların iştahını azaltabilir. Mikro yerçekimi, tat alma duyusunda değişikliklere neden olabilir ve birçok astronot, dünyada tükettiklerinden daha baharatlı yiyeceklere ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir (Mandal vd., 2024). Bu nedenle, NASA ve diğer uzay ajansları, daha güçlü tatlara sahip yiyecekler geliştirmek için çalışmalar yapmaktadır. Mikrobiyolojik güvenlik, uzayda bir diğer kritik faktördür. Kapalı bir ortamda kontaminasyon büyük sağlık sorunlarına yol açabilir. Bu yüzden uzay yemekleri, bakterilerin üremesini önlemek için sıkı mikrobiyolojik testlerden geçirilmekte ve HACCP sistemleri uygulanmaktadır (Chen, 2024).

Son olarak, psikolojik etkiler, astronotların beslenme alışkanlıklarını doğrudan etkileyebilir. Uzayda uzun süre kalan mürettebat için yemek, sadece beslenme aracı değil, aynı zamanda moral ve motivasyon kaynağıdır. Monoton diyetler astronotların iştahını azaltabilir ve psikolojik durumlarını olumsuz etkileyebilir (Drougard-Isae-Supaero ve Gateau-Isae-Supaero, 2025). Bu nedenle, menüler astronotların bireysel tercihlerine göre düzenlenmekte ve kültürel çeşitlilik göz önünde bulundurulmaktadır. Bu bağlamda uzayda beslenmenin zorlukları, gelecekte daha uzun sürecek misyonlar için yeni teknolojik çözümler gerektirmektedir. Sürdürülebilir gıda üretimi, biyoteknoloji tabanlı beslenme sistemleri ve 3D baskı gibi yenilikçi yaklaşımlar, bu sorunların üstesinden gelmek için geliştirilmektedir (Jeyabalan vd., 2025).

UZAY YEMEKLERİNDE PAKETLEME TEKNOLOJİLERİ

Uzay yemeklerinin güvenli, uzun raf ömürlü ve taşınabilir olması için gelişmiş paketleme teknolojileri gereklidir. Uzay ortamında yiyeceklerin bozulmaması, mikrobiyolojik kontaminasyona uğramaması ve besin değerlerini koruması büyük önem taşımaktadır (Singh vd., 2024). Gelişen uzay misyonlarıyla birlikte, gıda paketleme teknolojileri de daha sürdürülebilir, hafif ve dayanıklı hale gelmektedir.

Uzay yemekleri için kullanılan paketleme sistemleri genellikle vakumlu paketleme, ışın sterilizasyonu, oksijen emici kaplamalar ve biyo-bozunur malzemeler gibi tekniklerden oluşmaktadır. Vakumlu ve gaz kontrollü ambalajlar, oksidasyonu önleyerek yiyeceklerin daha uzun süre taze kalmasını sağlar (Kumar ve Thakur, 2025). Ayrıca, ışın sterilizasyonu ve termal işleme tabi tutulan paketler, patojenlerin ve zararlı mikroorganizmaların yok edilmesine yardımcı olur (Jiang vd., 2020).

Gelecekte uzay yemekleri için biyo-bozunur ve geri dönüştürülebilir ambalaj çözümleri daha fazla önem kazanacaktır. Uzun süreli misyonlarda, geri dönüşüm sistemleriyle entegre edilebilen ambalajlar geliştirilerek atık yönetimi optimize edilebilir (Pluchon vd., 2024). Ayrıca, yenilikçi akıllı ambalajlar, gıdaların bozulma durumunu gösteren sensörlerle donatılabilir ve bu sayede astronotlar yiyeceklerin tazelik seviyesini kontrol edebilir (Khan, 2024).

Mars ve Ay misyonları için, uzayda üretilen gıdalar için yerinde paketleme sistemleri geliştirilmesi gerekmektedir. Bu sistemler, 3D baskı ile üretilmiş ambalajlar ve biyoteknolojik kaplamalar gibi yeni nesil teknolojileri içerebilir (Kim vd., 2024). NASA ve ESA, sürdürülebilir uzay yemekleri için ye-

nilikçi ambalaj çözümleri geliştirmek amacıyla farklı malzemeler ve üretim yöntemleri üzerine araştırmalar yürütmektedir (Pitts vd., 2024). Dolayısıyla gıda paketleme teknolojileri, uzay ortamının zorlu koşullarına uyum sağlamalıdır. Aşırı sıcaklık değişimleri, radyasyon ve mikro yerçekimi gibi faktörler, uzay gıdalarının güvenli bir şekilde saklanması zorlaştırmaktadır (Shi ve Anuar, 2024). Bu nedenle, yeni nesil paketleme teknolojileri hem gıda güvenliğini sağlamak hem de atık yönetimini optimize etmek için geliştirilmeye devam etmektedir.

UZAYDA GIDA ÜRETİMİ

Uzay misyonlarının süresi uzadıkça, astronotların dünya dışı ortamlarda kendi gıdalarını üretme gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Ay, Mars ve diğer gök cisimlerine yönelik uzun süreli keşif görevlerinde sürdürülebilir beslenme sistemleri geliştirmek kritik bir öneme sahiptir (Mir vd., 2022). Bu bağlamda, uzayda tarım ve gıda üretimi konusunda çeşitli yaklaşımlar ve teknolojiler geliştirilmektedir.

Uzay tarımı, kapalı ekosistemlerde bitki yetiştirme, mikro yerçekiminde bitki büyümesi ve geri dönüştürülebilir kaynakların kullanımı gibi faktörleri içermektedir (Singh vd., 2024). Bitkiler, astronotlara sadece besin sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda psikolojik destek, oksijen üretimi ve karbondioksit geri dönüşümü gibi ekosistem hizmetleri de sunmaktadır (López-Quílez, 2025). Geleneksel toprak bazlı tarım yerine, uzay tarımı genellikle hidropo-nik (topraksız tarım), aeroponik (sis ortamında kök yetiştirme) ve aquaponik (balık ve bitki simbiyotik yetiştiriciliği) sistemlerini kullanır. Bu sistemler, su tüketimini minimuma indirerek kapalı döngüde çalışabilen ekosistemler oluşturmayı amaçlamaktadır (Singh vd., 2025).

Mikro yerçekimi ortamında bitki büyümesi, bilim insanlarının ilgisini çeken bir diğer önemli konudur. Yapılan araştırmalar, bitkilerin uzayda hücre büyümesi, kök gelişimi ve su alımında değişiklikler yaşadığını göstermektedir. NASA'nın Veggie Projesi ve Avrupa Uzay Ajansı'nın (ESA) MELiSSA (Micro-Ecological Life Support System Alternative) programı, mikro yerçekiminde bitki yetiştirmenin zorluklarını ve çözümlerini araştırmaktadır (Liu vd., 2025). Uzayda tarımın başarısı, yalnızca bitkilerin yetiştirilmesiyle sınırlı değildir. Aynı zamanda su ve besin geri dönüşüm sistemleri ile entegre edilmesi gerekmektedir. NASA, Mars ve Ay görevleri için gelişmiş biyoreaktör sistemleri, su geri kazanım teknolojileri ve kapalı döngü ekosistemleri üzerinde çalışmaktadır (Soltani vd., 2025).

Son olarak, uzayda 3D gıda baskısı ve hücrenel tarım gibi ileri teknolojiler de giderek önem kazanmaktadır. Laboratuvar ortamında üretilen et, alg bazlı proteinler ve biyosentetik gıdalar, gelecekteki uzun süreli uzay misyonlarında astronotlara sürdürülebilir gıda kaynakları sağlayabilir (Soltani vd., 2025).

UZAY GIDALARININ DÜNYADAKİ UYGULAMALARI

Uzay araştırmaları için geliştirilen gıda teknolojileri, yalnızca astronotların beslenme ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayıp, dünyadaki gıda güvenliği, sürdürülebilir tarım ve gıda işleme teknolojilerine de önemli katkılar sunmaktadır. NASA ve diğer uzay ajanslarının uzayda gıda üretimi ve muhafazası için geliştirdiği yenilikler, uzun raf ömrüne sahip gıdalar, sürdürülebilir tarım yöntemleri, gelişmiş ambalaj teknolojileri ve beslenme optimizasyonu gibi birçok alanda dünya genelinde kullanılmaktadır (Raj vd., 2022).

Uzay gıdalarının dünyadaki en büyük etkilerinden biri, gelişmiş koruma ve işleme teknolojileridir. Dondurarak kurutma (freeze-drying) yöntemi, uzay görevleri için geliştirilen bir teknik olarak başlamış ve daha sonra askeri kumanyalar, kampçılık gıdaları ve acil durum gıda depolarında yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Rathor, 2024). Bu yöntem sayesinde besinler uzun süre bozulmadan saklanabilmekte ve kolay taşınabilir hale gelmektedir.

Bir diğer önemli uygulama alanı, sürdürülebilir tarım ve dikey tarım teknolojileridir. Uzay istasyonları ve gelecekteki Mars kolonileri için geliştirilen hidroponik ve aeroponik sistemler, su tasarrufu sağlamak ve sınırlı alanlarda verimli tarım yapmak amacıyla dünya genelinde benimsenmeye başlanmıştır (Lozano, 2024). Şehir içi tarım projeleri, gıda üretimini şehir merkezlerine daha yakın hale getirerek gıda lojistiğini optimize etmekte ve karbon ayak izini azaltmaktadır. Gıda ambalajlama teknolojileri de uzay araştırmalarından doğrudan etkilenmiştir. Vakumlu ambalajlama, oksijen emici kaplamalar ve ışın sterilizasyonu, gıdaların daha uzun süre taze kalmasını sağlamak için kullanılmaktadır (Rathor, 2024). Bu teknolojiler, süpermarketlerdeki hazır gıdalardan tıbbi beslenme ürünlerine kadar geniş bir yelpazede uygulanmaktadır. Uzay araştırmalarından elde edilen bir diğer önemli kazanım ise beslenme optimizasyonu ve fonksiyonel gıdalardır. Astronotların sağlığını korumak için geliştirilen yüksek proteinli, vitamin destekli ve özel formüle edilmiş gıdalar, sporcu beslenmesi, yaşlı bakımı ve hastane hastaları için tıbbi beslenme çözümleri gibi alanlarda kullanılmaktadır (Domingos vd., 2024).

Gelecekte, uzay gıdalarından elde edilen deneyimler, küresel gıda krizini çözmek, kıtlıkla mücadele etmek ve daha sürdürülebilir gıda sistemleri geliştirmek için önemli bir kaynak olmaya devam edecektir. Özellikle laboratuvar ortamında üretilen et ve biyoteknolojik proteinler, geleneksel hayvancılığın çevresel etkilerini azaltmak için büyük bir potansiyel taşımaktadır (Demattê vd., 2025). Uzay araştırmaları, yalnızca insanlığın uzaydaki varlığını sürdürmesini sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda dünyadaki gıda güvenliğini artıran ve geleceğin tarım sistemlerini şekillendiren yenilikçi çözümler sunmaktadır. Uzay gıdalarından elde edilen bilgi ve deneyimler, dünya genelindeki gıda üretim süreçlerini daha verimli, sürdürülebilir ve erişilebilir hale getirme konusunda kritik bir rol oynayacaktır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Uzay yemekleri ve astronot beslenmesi, insanlığın uzaydaki varlığını sürdürebilmesi için stratejik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Uzun süreli uzay görevleri ve derin uzay yolculukları, insan vücudunun ve psikolojisinin korunması adına gelişmiş beslenme sistemleri ve sürdürülebilir gıda üretimi gerektirmektedir. Bu alanda yapılan bilimsel ve teknolojik çalışmalar, yalnızca uzay araştırmalarına değil, dünyadaki gıda güvenliği, sürdürülebilir tarım ve beslenme sistemleri üzerine de doğrudan etki etmektedir (Ripley, 2025).

Özellikle dondurarak kurutma, ışın sterilizasyonu, akıllı ambalajlama, biyoteknolojik protein üretimi ve kapalı döngü tarım sistemleri gibi teknolojiler, uzayda başarılı bir şekilde uygulanabilirliğini kanıtlamıştır. Bu teknolojiler, dünyada acil durum gıda stokları, askeri gıdalar, sporcu beslenmesi, yaşlı bakımı ve tıbbi diyetlere kadar geniş bir uygulama alanı bulmuştur (Rathor, 2024).

Gelecek uzay görevleri göz önünde bulundurulduğunda, gıda sistemlerinin daha sürdürülebilir, yenilenebilir ve kendi kendine yetebilir yapıya kavuşturulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. 3D gıda baskısı, hücresel tarım, biyoteknolojik protein üretimi ve alg bazlı beslenme sistemleri bu anlamda umut vadeden teknolojiler arasında yer almaktadır. Aynı zamanda, uzay madenciliğiyle elde edilecek minerallerin gıda üretimine entegre edilmesi, hem uzayda hem de dünyada tarım ve beslenme süreçlerine yeni bir boyut kazandıracaktır (Shafik, 2025).

Dünya ölçeğinde düşünüldüğünde ise, uzaydan elde edilen teknolojiler ve bilgi birikimi, küresel gıda krizinin çözümünde, kıtlıkla mücadelede ve

daha sürdürülebilir gıda sistemleri oluşturulmasında kullanılabilecek önemli araçlar sunmaktadır. Uzay araştırmalarında geliştirilen ileri seviye üretim ve işleme tekniklerinin şehir içi tarım projeleri, iklim değışikliğine dayanıklı tarım uygulamaları ve gıda israfının azaltılması gibi alanlarda kullanımı artırılmalıdır (Demattê vd., 2025). Tüm bu gelişmeler ışığında; uzay yemekleri ve uzay tarımı alanındaki çalışmalara daha fazla yatırım yapılması, elde edilen teknolojilerin sivil alana aktarılması ve bireylerin ihtiyaçlarına göre özelleştirilebilen beslenme çözümlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. İnsanlığın hem uzayda hem de dünyada sürdürülebilir bir şekilde beslenebilmesi için bu alandaki bilimsel çalışmaların stratejik önemi her geçen gün daha da artmaktadır.

KAYNAKÇA

- Brawley, H.N., Smith, S.M., & Zwart, S.R. (2025). Spaceflight precision nutrition. *In Precision Medicine for Long and Safe Permanence of Humans in Space* (47-55). Academic Press.
- Chen, C. (2024). Opportunities in commercial space food system. *Aerospace Medicine & Human Performance*, 95(8), 156-158.
- Chouhan, G. S., & Kumar, A. (2025). Chapter 9: Importance of agriculture and agricultural resources available in India. In *Agricultural Heritage* (pp. 196-272). Newai Tonk, India: Navjeevan Publishers.
- Demattê, J. A. M., Rizzo, R., Rosin, N. A., Poppiel, R. R., Novais, J. J. M., Amorim, M. T. A., Rodriguez-Albarracín, H. S., Rosas, J. T. F., Bartsch, B. A., Vogel, L. G., Minasny, B., Grunwald, S., Ge, Y., Ben-Dor, E., Gholizadeh, A., Gomez, C., Chabrilat, S., Francos, N., Fiantis, D., ... Shepherd, K. D. (2025). A global soil spectral grid based on space sensing. *Science of the Total Environment*, 968, 178791.
- Drougard-Isae-Supaero, N., & Gateau-Isae-Supaero, T. (2025). *Crop Optimization in Space with Machine learning & Offline computation of Strategies-COSMOS*. https://www.isae-supero.fr/IMG/pdf/phd_proposal_isae-supero_full_2025.pdf Erişim Tarihi: 15.05.2025
- Jeyabalan, J., Rohan, K., & Shanthalakshmi, M. (2025). Food and Industry 5.0: Transforming the Food System for a Sustainable Future: Industry 5.0 Technologies for Sustainable Food Production. Dutta, P.K., Hamad, A., Haghi, A.K., & Prabhakar, P.K. (Ed.), *Food and Industry 5.0: Transforming the Food System for a Sustainable Future* (155-169). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Jiang, J., Zhang, M., Bhandari, B., & Cao, P. (2020). Current processing and packing technology for space foods: A review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 60(21), 3573-3588.

- Khan, S. (2024). *Bioactive systems for real-time food quality monitoring and preservation to improve food safety and reduce waste*, (Doctoral dissertation). McMaster University Libraries Institutional Repository.
- Kim, H.W., & Rhee, M.S. (2020). Space food and bacterial infections: Realities of the risk and role of science. *Trends in Food Science & Technology*, 106, 275-287.
- Kim, J., Martinson, K., Gonzalez-Martin, A., Singh, W., & Hitchens, L. (2024). *Miniaturized reagent regenerative ion analyzer for elemental analysis*. 53rd International Conference on Environmental Systems, 21-25 July, Louisville, Kentucky.
- Kim, K., Tor, B., & Schubert, D. (2024). *Concept study of a centralized test facility for advancing space food systems*. 45th COSPAR Scientific Assembly. Held 13-21 July, 45, 382.
- Kumar, L., & Gaikwad, K.K. (2023). Advanced food packaging systems for space exploration missions. *Life Sciences in Space Research*, 37, 7-14.
- Kumar, M., & Thakur, S. (2025). Culinary Horizons: Exploring Space Food in the Era of Space Tourism. Rana, V.S., Raina, A., & Bathla, G. (Ed.), *Global Sustainable Practices in Gastronomic Tourism* (pp. 137-154). IGI Global Scientific Publishing.
- Liu, D., & Zhang, Y. (2025). Activating lunar in situ resource utilization for space farming by diatoms. *Biogeotechnics*, 100162.
- Liu, Y., Shen, G., & He, T. (2025). Cropping and transformation features of non-grain cropland in Mainland China and policy implications. *Land*, 14(3), 561.
- López-Quílez, A. (2025). AI, IoT and remote sensing in precision agriculture. *Applied Sciences*, 15(6), 2890.
- Mandal, O., Sinha, G., & Makwana, J. (2024). Space foods: Technological developments and challenges. *The Agriculture Magazine*. 3(4), 59-62.
- Mir, M.S., Naikoo, N.B., Kanth, R.H., Bahar, F.A., Bhat, M. A., Nazir, A., Mahdi, S. S., Amin, Z., Singh, L., Raja, W., Saad, A.A., Bhat, T.A., Palmo, T. & Ahngar, T.A. (2022). Vertical farming: The future of agriculture: A review. *The Pharma Innovation Journal*, 11(2), 1175-1195.
- Morrow, R., Wetzel, J., Moffatt, S., Bair, M., & Kelsey, L. (2023). *The roles of plants in a commercial space habitat*. 2023 International Conference on Environmental Systems. Calgary, Canada.
- Perchonok, M., & Bourland, C. (2002). NASA food systems: Past, present, and future. *Nutrition*, 18(9), 913-920.
- Pilles, E., Nicklin, R.I., & Pearce, J.M. (2024). How we can mine asteroids for space food. *International Journal of Astrobiology*, 23, e16.
- Pitts, R.P., Kelley, M.D., & Smith, J.L. (2024). *Extraction of aluminum from astronaut waste food packaging for in-space manufacturing*. 53rd International Conference on Environmental Systems ICES-2024-11. 21-25 July 2024, Louisville, Kentucky.

- Pluchon, P.F., Aubry, B., & Oliver, P.H. (2024). *Plant cultivation system in space environment: Towards food autonomy for lunar and Martian missions by 2050*. 53rd International Conference on Environmental Systems, 21-25 July, Louisville, Kentucky.
- Raj, E.F.I., Appadurai, M., & Athiappan, K. (2022). Precision farming in modern agriculture. Choudhury, A., Biswas, A., Singh, T.P., & Ghosh, S.K. (Ed.), *Smart agriculture automation using advanced technologies: Data analytics and machine learning, cloud architecture, automation and IoT* (61-87). Singapore: Springer Singapore.
- Rathor, V. (2024). *Management of major lepidopteran pests through entomopathogenic fungi in soybean crop (Glycine max L. Merrill)*, (Master thesis). Master of Science in Agriculture (Entomology), Udaipur, Rajasthan.
- Ripley, S. (2025). What's Next: UNH Experts Forecast Key Industry Trends for the New Year. <https://www.unh.edu/unhtoday/2025/01/whats-next-unh-experts-forecast-key-industry-trends-new-year>, Erişim Tarihi: 15.05.2025
- Shafik, W. (2025). Sustainable Agriculture and Diet in the Metaverse Era: Sustainable Farming and Nutritious Eating in the Metaverse. In *Food in the Metaverse and Web 3.0 Era: Intersecting Food, Technology, and Culture*. IGI Global Scientific Publishing. 159-184.
- Shi, Y.T., & Anuar, T.F.T. (2024). The application of augmented reality technology in food packaging. *International Journal of Business and Technology Management*, 6(4), 311-321.
- Singh, R., Ravisankar, N., & Kumar, S. (2025). On-Farm Research in integrated farming systems: Addressing challenges of small farms at the field level. *The Indian Journal of Agricultural Sciences*, 95(3), 342-348.
- Singh, S., Negi, T., Sagar, N.A., Kumar, Y., Kaur, S., Thakur R., Verma, K., Sirohi, R., & Tarafdar, A. (2024). Advances in space food processing: From farm to outer space. *Food Bioscience*, 61, 104893.
- Soltani, Z., Goodarzi, M., & Mosavi, S. (2025). Analysis of the role of rural women's entrepreneurship in sustainable agricultural development with an emphasis on food products (Case study: Ramhormoz County). *Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development*. Advance online publication.
- Tsuboyama-Kasaoka, N., Hamanaka, K., Kikuchi, Y., & Nakazawa, T. (2022). Similarities between Disaster Food and Space Food. *Journal of Nutritional Science and Vitaminology*, 68, 460-469.
- Zaccaria, T., Bulut, Ö., Valido Ferreira, A., Dominguez-Andres, J., de Jonge, M. I., Netea, M., Beblo-Vranesevic, K., & Rettberg, P. (2024). *Immune response to human pathogens exposed to simulated mars conditions- implications to human health on mars*. Cospar 2024 45th Scientific Assembly, 2024-07-13 – 2024-07-21, Bexco, Busan, Korea.

YAPAY GIDALAR ve GASTRONOMİ

Serkan SEMİNT*

Vildan TÜYSÜZ**

GİRİŞ

Sanayileşmenin başlangıcından itibaren dünya genelinde meydana gelen teknolojik ilerlemeler, birçok endüstrinin gelişiminde kritik bir rol oynamıştır. Özellikle “Endüstri 4.0” olarak adlandırılan dönemle birlikte teknoloji, yeni bir aşamaya ulaşmıştır. Endüstri 4.0; yapay zekâ, nesnelerin interneti ve robotik sistemler gibi alanlardaki hızlı gelişmeleri kapsamaktadır (Suleiman vd., 2022). Bu teknolojiler, günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. Dijitalleşme süreci, yapay zekâ teknolojisinin yalnızca bilgi teknolojileri sektöründe değil; sağlık, ulaşım, savunma sanayi ve eğitim gibi birçok alanda etkin bir şekilde kullanılmasına olanak tanımaktadır (Nagaraj, 2020). Küreselleşmeyle gerçekleşen teknolojik gelişmeler, insan yaşamının her alanında etkili olduğu gibi, geleneksel gıda üretim yöntemleri ve hizmet sağlama süreçleri üzerinde de dönüşüme neden olmuştur. Gıda endüstrisinin önemli bir bileşeni olan yiyecek ve içecek sektörü, karmaşık üretim süreçlerinde bu teknolojik ilerlemelerden faydalanmıştır. Tüketici tercihlerinde meydana gelen değişimler, işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmek, sektörel trendlere uyum sağlamak ve rekabet avantajı elde edebilmek amacıyla teknoloji kullanımına yönlendirmiştir. Bununla birlikte, bireylerin gıda ile etkileşiminin geliştirilmesinde teknolojinin önemli bir rolü bulunmaktadır.

* Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, serkansemint@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6305-1898

** Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, vildantuelsuz@outlook.com, ORCID: 0000-0002-4674-5628

Bu durum bireysel yiyecek ve içecek deneyimlerinin çeşitlenmesinde duysal bir yönelim öne çıkarken, bu deneyimi şekillendiren temel unsurların görsel, işitsel ve dokunsal öğeleri içeren duysal deneyimlerden oluştuğu görülmektedir (Velasco vd., 2018).

Yiyecek sektörü, diğer sektörlerde olduğu gibi teknoloji ve yenilikçi uygulamaların önemli bir rol oynadığı bir alandır. Teknolojinin uygulanması belirli bir maliyet gerektirmekle birlikte, aynı zamanda işletmelerin gelir ve kârlılığını artırma potansiyeline sahiptir (Oğan, 2022). Bu doğrultuda, bir restoran işletmecisinin belirli bir teknolojik sistemi benimsemeden önce, söz konusu sistemin hem müşteri deneyimine hem de işletmeye sağlayacağı olası faydaları değerlendirmesi ve bu faydaları sistemin maliyetleri ile karşılaştırması gerekmektedir. Günümüzde bireyler, temel ihtiyaçlarından biri olan beslenme sürecini yalnızca fiziksel bir gereklilik olarak değil, aynı zamanda keyifli bir deneyim olarak yaşamak istemektedir. Teknolojinin bu alanda kullanımı, yiyecek sektörüne önemli katkılar sağlamış ve müşteri deneyimlerini iyileştirmeye yönelik çeşitli imkânlar sunmuştur (Öztürk, 2020). Mil ve Dirican (2018) çalışmalarında, bireylerin duysal deneyimlerinin ve hislerinin elektronik ortamda karşı tarafa aktarılmasını sağlayan teknolojilerin geliştirildiğini belirtmektedir. Bu teknolojik ilerlemeler, gastronomi ve restoran sektörlerinde artırılmış gerçeklik uygulamalarının kullanımını mümkün kılacak olup, sunulan hizmetin niteliğinde önemli değişimlere yol açacaktır. Bu değişimlerin, işletmelerin maliyet yapıları ve satış hacimleri üzerinde de etkili olacağı öngörülmektedir. Gastronomi ve yapay gıdalar, günümüz gıda endüstrisinin dönüşüm sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Gastronomi alanında bu yeniliklerin benimsenmesi hem gıda üreticileri hem de tüketiciler için yeni fırsatlar yaratırken aynı zamanda sektörün geleceğini şekillendiren önemli bir adım niteliğindedir. Bu doğrultuda gastronomi ve yapay gıdalar arasındaki dinamik ilişkiye odaklanılarak, konunun özgün değerini ve geleceğe yönelik etkilerini kapsamlı bir şekilde açıklanmaktadır.

GASTRONOMİNİN GELECEĞİNDE TEKNOLOJİ

Gastronomi alanında yapay zekânın sınıflandırma ve tahmin olmak üzere iki temel uygulama alanı bulunmaktadır. Sınıflandırma süreçlerinde yapay sinir ağları, makine öğrenmesi ve derin öğrenme yöntemleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yöntemler; kalite kontrol sınıflandırması, ürün tanıma ve gıda güvenliği tespiti gibi alanlarda etkin bir şekilde uygulanmaktadır (Ergün ve Öztürk, 2018). Teknolojik gelişmeler, gastronomi alanında giderek

daha etkin bir rol oynamaktadır. Gastronomi ile teknoloji arasındaki ilişkinin güçlenmesi, gıda işleme ve sunum süreçlerini daha pratik hâle getirmektedir. Özellikle, yiyecek ve içecek üretiminde kullanılan makinelerin dijitalleşmesi, mutfak, servis ve sipariş aşamalarında teknolojik araçların artan kullanımıyla bu ilişkinin daha da derinleşmesini sağlamaktadır (Şahin ve Hamarat, 2023). Örneğin, pirinç üretimi yapılan fabrikalarda, üretim sürecinde hasar görmüş veya kırılmış pirinç tanelerinin ayrıştırılması işlemi, işletmeler açısından hem zaman kaybını önlemekte hem de hatalı veya eksik ürünlerin piyasaya sürülmesini engellemektedir. Tahmin modellerine yönelik çalışmalarda ise bulanık mantık, regresyon analizi ve optimizasyon yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yaklaşımlar; gıdaların pişirme süresinin belirlenmesi, ürün rekolte tahmini ve gıdaların satış sürelerinin öngörülmesi gibi tahmine dayalı süreçlerde uygulanmaktadır (Şahin ve Ağaoğlu, 2020).

Günümüzde yeme içme eylemi yalnızca biyolojik ve fiziksel bir ihtiyaç olmaktan çıkmış; psikolojik, sosyolojik, kültürel, estetik ve sembolik anlamlar taşıyan bir olgu hâline gelmiştir. Gastronominin kazandığı derin boyutlar nedeniyle, bireyler yemek yeme eylemiyle duyuşal keşiflerde bulunmak, sosyal anlamda bir anlatım ve iletişim kurmak amacıyla daha farklı ve kaliteli deneyimler yaşama ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyacın karşılanabilmesi adına, gastronomi alanında teknolojik uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır. Yiyeceklerin lezzetini ve sağlığını artırmak, yemeyi daha cazip hale getirmek, pişirme ve üretim tekniklerinde yenilikler yapmak ve tüketicinin farklı duyularına hitap etmek amacıyla restoran atmosferlerinde etkileşimli teknolojiler kullanılmaktadır (Kızıltaş, 2024). Gastronomi 4.0 ile birlikte yiyecek ve içecek alanında inovasyon süreci başlamış ve dijitalleşme denemeleri gerçekleştirilmiştir. Bu denemeler, üretimden tüketime kadar tüm süreçlerde teknolojinin etkin bir şekilde kullanılabileceğini göstermiştir. Gastronomi alanında gerçekleştirilen teknolojik uygulamalarla birlikte dijital gastronomi kavramını ortaya çıkarmıştır. Dijital gastronomi, yemeklerin hazırlanma süreçlerine ve fiziksel/kimyasal yapılarına yönelik üretim teknolojilerinin mutfakla entegrasyonunu ifade etmektedir (Çaylak Dönmez ve Sevim, 2024).

Teknolojik ve dijital gelişmeler sayesinde, insanlığın her alanda daha fazla ilerlemesi ve insan odaklı iş gücünün azalması hedeflenmektedir. Bu hedefler gerçekleştirilirse, bireylerin daha fazla boş zaman elde etmesi sağlanabilir ve bu da kültürel ve sosyal anlamda çeşitli kolaylıklar sunabilir. Küresel etkileşimin arttığı bu dönemde, başta turizm sektörü olmak üzere, gastronomi sektörü de dijitalleşme ve endüstrinin gücünden önemli ölçüde

etkilenmiştir. Özellikle yiyecek ve içecek işletmelerinin temelini oluşturan gastronomi sektörü, teknoloji ve bilimin sunduğu fırsatları kullanarak işletme bazında gelişmeye devam etmektedir (Aktepe ve Demirci, 2022). Yiyecek içecek sektörü, restoran işletmelerinin temelini oluşturan önemli bir alan olup teknoloji ve bilimsel yenilikleri kullanarak işletmelerin verimlilik ve kalite seviyelerini artırmaktadır. Bu gelişmeler, sektörün daha sürdürülebilir, yenilikçi ve müşteri odaklı bir hale gelmesini sağlamaktadır.

Yapay Zekâ Teknolojileri

Yapay zekâ, bilgisayar sistemlerinin insan zekâsına benzer şekilde düşünme ve karar verme yetileri kazanmasını amaçlayan bir bilim dalıdır. Bu sistemler, çeşitli algoritmalar, matematiksel modeller ve öğrenme yöntemleri kullanarak veri analizi, karar alma ve problem çözme gibi işlevleri gerçekleştirebilmektedir (Poole vd., 1998). Endüstri 4.0 veya diğer adıyla Dördüncü Sanayi Devrimi'nin temel bileşenlerinden biri olan yapay zekâ, çok disiplinli yapısı nedeniyle farklı perspektifler doğrultusunda çeşitli şekillerde tanımlanmıştır. Genel olarak yapay zekâ; insan beyninin gerçekleştirdiği bilişsel işlevleri yerine getiren, belirli hedefler doğrultusunda gerçek veya sanal ortamlara yönelik tahminler, öneriler ve kararlar üretebilen makine tabanlı bir sistem olarak ifade edilebilmektedir (Önder, 2020).

Günümüzde yoğun bir ilgi odağı hâline gelen yapay zekâ, bilgisayar bilimi ile birlikte birçok alanda yeni bir perspektif kazandırmıştır. Yapay zekâ, insan zekâsını modelleyebilmek amacıyla akıl yürütme, anlam yükleme, genelleme yapma ve geçmiş deneyimlerden öğrenme gibi bilişsel yetilerin bilgisayar ya da makinelerle kazandırılmasını ifade etmektedir. Yapay zekânın "*Yapay Sinir Ağları, Bulanık Mantık, Genetik Algoritma ve Uzman Sistemler*" gibi alt disiplinlere ayrılmakta olup geniş bir araştırma ve uygulama alanına sahiptir. Bu teknolojiler, veri analizi, görselleştirme, temel matematiksel işlemler, algoritma geliştirme ve uygulama tasarımı gibi alanlarda ileri düzeyde grafiksel ve görsel araçlar sunarak yapay zekânın etkinliğini artırmaktadır (Özata Şahin ve Ağaoğlu, 2020).

Yiyecek içecek sektöründeki teknolojik yenilikler; robotik, veri teknolojileri, yeni işleme teknikleri ve yeni uygulama alanlarının yaratılmasını kapsamaktadır. Tarım sektöründe ise dronlar ve robotlar kullanılarak çiftçilere kolaylık sağlanmakta, iklime dayanıklı ürün çeşitliliği geliştirilmekte, balık yetiştiriciliği iyileştirilmekte, yeni protein kaynakları üretilmekte ve biyoteknoloji ile gıda güvenliği sağlanmaktadır. Bu uygulamalar, yüksek verimlilik

ve düşük çevresel etki sağlama amacı taşımaktadır. Yiyecek içecek sektörü açısından hedef, yüksek kaliteli ürünler üretmek ve maliyetleri düşük tutmaktır. Kısa vadede robotlar, veri işleme teknolojileri ve yeni işleme teknikleri önemli gelişmeler sağlarken, uzun vadede nano ölçekli içerikler, yiyecek üretiminin kişiselleştirilmesi ve 3D baskı, hücre teknolojileri gibi yenilikler sektörde umut verici bir potansiyele sahiptir (Çerkez ve Kızıldemir, 2020).

Biyoteknoloji ve Laboratuvar Üretimli Gıdalar

Biyoteknoloji, 1970'lerin başında geliştirilen modern teknikler sayesinde, canlıların genetik yapısında geleneksel ıslah yöntemleri ve doğal üreme süreçleriyle elde edilemeyen değişikliklerin yapılabilmesini mümkün kılmıştır. Bu teknikler, bir canlı türüne başka bir türden gen aktarılması veya mevcut genetik yapıya müdahale edilerek yeni genetik özellikler kazandırılmasına olanak tanımaktadır. Genetik mühendislik yoluyla, doğal süreçlerle elde edilemeyen yeni özellikler kazandırılan organizmalar, Genetik Yapıları Değiştirilmiş Organizma (GMO) veya uluslararası kullanımda Living Modified Organisms (Değiştirilmiş Canlı Organizmalar) olarak adlandırılmaktadır. Türkiye'de, genetik yapısı değiştirilmiş ürünler için genellikle "*Transgenik Ürün veya Genetik Modifiye (GM)*" gıda terimleri kullanılmaktadır (Küçüköğlu ve Küplülü, 2006). Biyoteknoloji, olağanüstü bir hızla ilerleyerek yalnızca bir araştırma alanı olmanın ötesine geçmiş ve sağlık, beslenme (Bilen ve Özel, 2012), tüketilen ürünler, evcil hayvanlar gibi birçok alanda günlük yaşamımıza entegre olmuştur. Biyoteknolojinin en dikkat çeken ve son yıllarda en fazla tartışılan konularından biri, genetik olarak değiştirilmiş organizmalar (GDO) olmuştur. Bu konu, günümüzde dünya gündeminde önemli bir yer tutmaya devam etmektedir (Kaynar, 2009).

Biyoteknoloji sayesinde, geleneksel bitkisel üretim yöntemlerine başvurmada çeşitli ürünlerin in vitro koşullarda üretilmesi mümkün hale gelmiştir. Bu ilerleme, yalnızca gıda maddelerinin genetik kalitesinin tüketicilerin talepleri doğrultusunda geliştirilmesini sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda domates püresi, portakal suyu veya elma sosu gibi ürünlerin laboratuvar ortamında üretilmesine de olanak tanıyacaktır. Ayrıca, sekonder metabolitlerin biyoteknolojik yöntemlerle büyük miktarlarda üretilmesi mümkün olmuştur. Örneğin, ishal aşısı içeren muz çeşitleri, kan proteini içeren patates çeşitleri, kuduz aşısı içeren mısır çeşitleri ve monoklonal antikor üreten mısır çeşitleri geliştirilmiştir. Bu gelişmeler, yalnızca yeni istihdam fırsatları yaratmakla kalmayacak, aynı zamanda tarım alanları üzerindeki üretim baskısını azaltma potansiyeli de sunmaktadır (Kurt ve Şavşatlı, 2005).

İnsanlar, mikroorganizmaların doğal faaliyetlerini farkında olmadan veya bilinçli olarak yüzyıllardır gıda üretiminde kullanılmaktadırlar. Bira, şarap, ekmek ve peynir üretimine dair tarihsel referanslar, binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Günümüzde, söz konusu gıdaların üretim süreçleri bir dereceye kadar değişmiş olsa da biyoteknoloji bu süreçlerde verimliliği artıran önemli bir araç haline gelmiştir. Ayrıca, biyoteknoloji uzmanları tarafından geliştirilen yeni teknolojiler sayesinde pek çok yeni ve faydalı gıda üretilmiştir. Biyoteknoloji, modern gıda endüstrisinin gelişiminde kritik bir rol oynamıştır (Mehta ve Gair, 2001).

3D Yazıcı Teknolojisiyle Üretilen Gıdalar

3D yazıcı teknolojisi, başlangıçta malzeme mühendisliği alanında geliştirilmiş bir teknoloji olmasına rağmen, günümüzde tekstil, gıda, sağlık, elektronik, otomotiv ve moda gibi birçok sektörde ürün üretmekte ve sürekli olarak büyüyerek hem akademik çevrelerin hem de endüstrinin ilgisini çekmektedir. 2016 yılında tüm üretim kategorilerinde 3D yazıcılardan elde edilen toplam gelir 5 milyar dolar iken, bu gelirin 2020 yılında 21 milyar doları aşması beklenmektedir (Değerli, 2020).

Gıda sektöründe 3D yazıcı teknolojisi kullanılması gıdanın bileşenlerini, yapısını ve yoğunluğunu, farklı yaş, cinsiyet ve meslek gruplarındaki tüketicilerin tercihlerine ve ihtiyaçlarına göre ayarlayarak beslenme düzenlerine tam uyum sağlayan bir dizi ürün sunmaktadır. Bu sayede, her birey için kişiselleştirilmiş gıda ürünleri üretilmekte ve pazarda farklılaştırılmış gıda seçenekleri olarak yer almaktadır. Ancak, bu tür gıda ürünlerinin üretimi ve tasarımı genellikle özel zanaatkarlık gerektiren bir süreç olup, yüksek maliyetler de içermektedir. 3D yazıcı teknolojisi, bu noktada mutfak sanatları ile profesyonel olmayan gıda zanaatkarları arasında bir köprü işlevi görmektedir ve maliyetleri düşürerek üretim süreçlerini daha erişilebilir hale getirmektedir (Meral ve Demirdöven, 2022).

Gıda yazıcıları, temel olarak bir XYZ üç eksen kademesi (Kartezyen Koordinat Sistemi), dağıtma/sinterleme üniteleri ve kullanıcı arayüzünden oluşmaktadır. Bilgisayarla kontrol edilen üç eksenli motorlu kademe ve malzeme besleme sistemi aracılığıyla bu platformlar, gıda maddelerini gerçek zamanlı olarak manipüle etmektedir. Gıda bileşenleri, bilgisayarla tasarlanmış modeller ve yol planlaması doğrultusunda, genellikle noktadan noktaya ve tabakadan tabakaya çöktürülerek veya sinterlenerek üretilmektedir. Bu süreçte yalnızca geleneksel gıda üretim süreçlerinin otomatikleştirilmesi de-

ğil aynı zamanda yeni gıda ürünlerinin yaratılması ve kişiselleştirilmesi amacıyla, ölçme, karıştırma, dağıtma ve pişirme (ısıtma veya soğutma) gibi en az dört işlem gerçekleştirilmektedir (Aldanmaz ve Sever, 2017).

3D gıda baskı teknolojisi, özellikle istenilen formda, lezzette, şekilde, boyutta ve kişisel tercihlere göre özelleştirilebilen yiyeceklerin tasarlanmasında kullanılmaktadır. Bilgisayar destekli bir üretim yöntemi olan bu teknoloji, yemek hazırlama sürecini dijital bir boyuta taşımaktadır. 3D gıda baskısı hem kişiselleştirilmiş hem de standart gıda üretimi için kullanılabilen bir teknolojidir. Ayrıca, çok çeşitli şekiller, dokular ve dekorasyonlar oluşturma imkânı sunarak, karmaşık tasarımlar ve süslemelere sahip yiyeceklerin elle hazırlanmaktan daha kolay ve standart bir şekilde üretilmesini sağlar. Bu durum, gıda sektöründe önemli bir avantaj sağlamaktadır. 3D gıda baskı, veri odaklı bir otomatik yiyecek üretim yöntemi olarak, çeşitli niteliklerde özelleştirilmiş ürünler sunma olanağına sahiptir (Singh ve Raghav, 2018).

YAPAY GIDALAR

Yapay gıdalar, genellikle laboratuvar ortamında geliştirilen ve ileri teknolojiler kullanılarak üretilen, yüksek besin değerine sahip ve çevresel etkileri en aza indirilmiş alternatif besin kaynaklarıdır (Bakhtiyar vd., 2011). Bu alternatifler; et, süt ürünleri, bitki bazlı proteinler ve tatlandırıcılar gibi farklı kategoriler altında incelenmektedir (Zang vd., 2023). Yapay gıdaların sürdürülebilirlik açısından potansiyeli, kaynak kullanımının azaltılması, gıda israfının en aza indirilmesi ve su tüketiminin düşürülmesi gibi alanlarda önemli katkılar sunmaktadır (Popova ve Serebryakova, 2020). Aşağıda yapay gıda örnekleri görselleriyle detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Her bir görsele URL-1 adresinden ulaşılmıştır.

Et

Yapay et kavramı, son yıllarda daha fazla ilgi görmeye başlasa da aslında kökeni 1912'lere kadar uzanmaktadır. Günümüzde ise dünya çapında birçok yapay et üretim şirketi faaliyete geçmiştir. Örneğin, ABD merkezli Memphis Meats firması, hayvan hücrelerinden dana, tavuk ve ördek eti üret-



meyi başarmıştır. Ayrıca, Rus Deneysel Veterinerlik Enstitüsü 2017 yılında ilk yapay etini üretmiştir. Bu süreçte, bir ay içinde küçük parçalar halinde 10 gram et üretilmiştir. Enstitü, yapay etin hızlı ve maliyet etkin üretimi için 2025-2030 yılları arasında büyük biyolojik reaktörlerin tasarlanacağını öngörmektedir (Farhoomand vd., 2022). Yapay etin dünya genelinde tanınması, 2013 yılı Ağustos ayında Londra merkezli bazı medya organlarında yayımlanan bir habere dayanmaktadır. Haberde, bir şefin laboratuvar ortamında üretilen in vitro et kullanarak hamburger yaptığına yer verilmiştir. Yapay sığır etinin üretimi ise Maastricht Üniversitesi'nden Dr. Post tarafından gerçekleştirilmiş olup bu projeye Google'ın ortak kurucusu Sergey Brin'in mali desteği sağlanmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, son yıllarda bu alanda faaliyet gösteren pek çok yeni şirket kurulmuş ve araştırmalar hız kazanmıştır (Post vd., 2020; Wosczyzna ve Rando, 2018).

Yumurta

Yumurta, yüksek besin değeri ve ekonomik erişilebilirliği nedeniyle günlük beslenmede yaygın olarak tercih edilen bir gıda maddesi olup, tüketimi giderek artış göstermektedir. Ancak, üretimden pazara ulaşım sürecinde yumurta kabuğunda meydana gelebilecek kırık ve çatlaklar hem işletmeler hem de yumurta en-



düstrisi açısından önemli bir sorun teşkil etmekte ve ciddi ekonomik kayıplara yol açabilmektedir (Balcı vd., 2021). Yapay yumurta, doğal yumurtaların yerine geçebilecek şekilde tasarlanmış ve genellikle plastik veya kauçuk gibi dayanıklı malzemelerden üretilen bir üründür. Bu tür yapay yumurtalar, özellikle kümes hayvanlarının doğal yumurtlama alışkanlıklarını yönlendirmek, eğitim süreçlerini desteklemek ve hayvanların yumurtalarla temasını güvenli hale getirmek amacıyla kullanılmaktadır. Doğal yumurtaların fiziksel özelliklerini taklit edecek şekilde tasarlanan yapay yumurtalar, renk, boyut ve doku açısından gerçeğe oldukça benzer yapıya sahiptir. Ancak, içerik bakımından tamamen sentetik malzemelerden oluşmaktadır. Bu ürünler, kümes hayvanları yetiştiriciliğinde yumurtlama düzenini teşvik etmek, eğitim amaçlı uygulamalarda kullanılmak ve dekoratif amaçlar doğrultusunda değerlendirilmek üzere geliştirilmiştir (URL-2).

Bal

Bal, yaklaşık 200 farklı bileşeni içeren kompleks bir yapıya sahiptir. İçeriğinde bulunan vitaminler, mineraller, organik asitler, flavonoidler, fenolik asitler, aminoasitler ve enzimler sayesinde sindirimi kolay, besleyici ve sağlık açısından koruyucu etkilere sahip fonksiyonel bir gıda olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, çeşitli



hastalıklara karşı önleyici ve tedavi edici potansiyel özellikler taşımaktadır (Mutlu vd., 2017). Arının herhangi bir katkısı olmaksızın, tamamen kimyasal yöntemlerle farklı şeker şuruplarından üretilen ballar “*yapay bal*” olarak tanımlanmaktadır. Bal, elde edildiği nektar kaynağına bağlı olarak renk, tat, koku ve kimyasal bileşimi açısından çeşitlilik göstermektedir. Orijinine göre bal çeşitleri, çiçek balı (bitki nektarlarından elde edilen) ve salgı balı olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Ulusal ve uluslararası mevzuatlara göre bala herhangi bir yabancı madde eklenmemeli ve bileşenlerinden herhangi biri çıkarılmamalıdır. Bal, kaynağı, mevsimi, coğrafi kökeni, fiziksel durumu ve elde ediliş yöntemine göre farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Bitkisel kaynağı açısından bal, tek bir bitkiden veya farklı bitkilerden elde edilebilmektedir (URL-3).

Tatlandırıcı

Yapay tatlandırıcılar, “*besleyici olmayan*,” “*düşük kalorili*” veya “*nonnutritive*” tatlandırıcılar olarak da bilinmektedir. İlk olarak üretim maliyetlerini düşürme amacıyla geliştirilen bu tatlandırıcılar, daha sonraki süreçte kalori alımını azaltma amacıyla yaygın



olarak kullanılmaya başlanmış ve hızla çeşitlendirilmiştir. Kalori içermemeleri veya çok düşük kalorili olmaları nedeniyle, enerji alımını kontrol etmek isteyen bireyler ve diş çürüklerini önlemeyi hedefleyen kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir. Yapay tatlandırıcılar, şekersiz, şekeri azaltılmış veya

düşük kalorili gıda ve içeceklerin üretiminde yaygın şekilde kullanılmakta olup, ayrıca tablet veya sıvı formda tatlandırıcı olarak da piyasada bulunmaktadır (Özdemir vd., 2014). Yapay tatlandırıcılardan sakkarinin aşırı gıda tüketimine yol açtığı, glukagon benzeri peptid-1 (GLP-1) gibi bazı hormonların salınımını azalttığı ve kan glukoz düzenlemesinde bozulmalara neden olduğu belirtilmektedir. Ayrıca, tatlandırıcıların hem kemirgenlerde hem de insanlarda bağırsak mikrobiyotasını değiştirerek kan glukoz seviyeleri üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Tatlandırıcılar ile sukroz tüketiminin enerji alımı üzerindeki etkilerini karşılaştıran, 30 sağlıklı erkek bireyin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmada, yapay tatlandırıcı içeren içecekleri tüketen bireyler ile sukroz içeren içecekleri tüketen bireyler arasında toplam enerji alımı açısından anlamlı bir fark tespit edilmemiştir (Durmaz ve Keser, 2018).

Çikolata

Yapay çikolata, orijinal çikolatanın yerine geçmesi amacıyla daha düşük kaliteli malzemeler kullanılarak üretilen ve gerçek çikolatanın özgün özelliklerinden yoksun olan bir üründür. Genellikle kakao yağı yerine daha çok bitkisel yağlar veya margarin gibi alternatif yağlar tercih edilmektedir. Bu tür çikolataların kakao oranı ya düşük



olabilmekte veya hiç kakao içermemektedir. Yapay çikolatalar, tat, doku ve erime özellikleri açısından gerçek çikolatadan belirgin şekilde farklıdır ve genellikle yapay bir lezzet sunmaktadır. Ayrıca, bu ürünler genellikle sağlıksız katkı maddeleri ve koruyucular içerdiği için sağlık üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmekte ve çikolatanın doğal tadından uzaklaşmasına yol açabilmektedir (URL-4).

Peynir

Peynir, yağlı süt, kısmen veya tamamen yağı alınmış süt, süt yağı, ya-yık altı gibi süt türevlerinin veya bunların belirli oranlardaki karışımlarının, peynir mayası olarak adlandırılan enzimler ve/veya insan sağlığına zararlı olmayan organik asitler aracılığıyla koagüle edilmesi sonucunda elde edilen bir süt ürünüdür. Koagülasyon işlemiyle oluşan pıhtının süzülmesi, şekillen-



dirilmesi ve tuzlanmasıyla üretilen peynir, taze olarak tüketilebildiği gibi belirli bir olgunlaştırma sürecinin ardından da tüketilmektedir. Yüksek besin değeri ile öne çıkan bu gıda maddesi, hem beslenme açısından önemli bir protein kaynağı hem de gıda teknolojisi açısından geniş bir üretim yelpazesine sahiptir (Akarca, 2013). Yapay

peynir, genellikle taklit peynir veya peynir benzeri olarak adlandırılmakta olup bitkisel yağlar (örneğin palmye veya ayçiçeği yağı), gıda boyaları, emülgatörler ve yapay tatlandırıcılar gibi çeşitli bileşenlerin belirli oranlarda işlenmesiyle üretilmektedir. Bu bileşenler, duyuşal özellikler açısından geleneksel peynirin görünümünü, dokusunu ve lezzetini taklit edecek şekilde formüle edilse de besin içeriği ve organoleptik özellikleri bakımından doğal peynirden önemli ölçüde farklılık gösterebilmektedir. Bununla birlikte, vegan peynirler de yapay peynir kategorisinde değerlendirilmekle birlikte özellikle hayvansal kaynaklı bileşenlerden arındırılmış alternatifler olarak üretilmektedir. Soya, fındık (örneğin kaju veya macadamia) ve diğer bitki bazlı protein kaynaklarından elde edilen bu ürünler, süt bazlı peynirlerin fonksiyonel ve duyuşal özelliklerini taklit etmek amacıyla çeşitli teknolojik işlemlerden geçirilmektedir (URL-5).

Sebze ve Meyve

Yapay aydınlatma ile kontrol-lü ortamlar (CEAL), bitki fabrikaları ve büyüme odaları gibi yapay olarak düzenlenen koşullar altında bitki yetiştiriciliğinin gerçekleştirildiği, hava geçirmez tesislerdir. Bu tesisler, ticari ölçekli yapraklı sebze ve meyve üretimi, bitki bilimi araştırmaları ve yüksek kaliteli



fide üretimi gibi çeşitli amaçlarla giderek daha yaygın şekilde kullanılmaktadır. CEAL sistemlerinde gerçekleştirilen bitki üretiminin potansiyel avantajları arasında, homojen ve öngörülebilir büyüme ve gelişme, birim üretim alanı başına yüksek ürün verimi ve kısa üretim süresi yer almaktadır. Ayrıca,

CEAL sistemleri, sera veya açık alan tarımına kıyasla taze sebze üretimi açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Öncelikli olarak, bitki yetiştirme ortamı yüksek hassasiyetle kontrol edilebilmekte ve çevresel koşulların optimize edilmesi yoluyla bitki büyüme hızının artırılması mümkün olmaktadır (Ahmed vd., 2020).

SONUÇ

Yiyecek ve içecek sektörü, rekabetin giderek arttığı dinamik bir yapıya sahiptir. Günümüz teknoloji çağında sürekli değişen ve gelişen rekabet koşulları, işletmeler açısından inovasyonu zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, yiyecek ve içecek işletmelerinde teknolojik inovasyon uygulamalarının yaygın şekilde kullanıldığı görülmektedir. Özellikle hizmet ve müşteri odaklı faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmeleri, farklı alanlarda inovasyon süreçlerini benimseyerek işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamayı, maksimum işletme performansına ulaşmayı ve hedef pazara uygun ürün ve stratejiler geliştirmeyi amaçlamaktadır. Yiyecek ve içecek işletmelerinde inovasyon, misafirlere farklı ürün ve hizmetler sunarak müşteri memnuniyetini artırmanın yanı sıra işletme maliyetlerini düşürme açısından da stratejik bir öneme sahiptir (İbiş, 2022). Gelişen teknolojiyle birlikte hizmet sektöründe de önemli dönüşümler meydana gelmiştir. Bu bağlamda, hizmet inovasyonları, ürünün üretim aşamasından müşteriye sunumuna kadar olan süreçte müşteri ilgisini artırmayı hedeflemektedir. Bu inovasyon süreçlerinin yaygın olarak uygulandığı alanlardan biri de moleküler gastronomidir. Moleküler gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ve tüketimi sırasında meydana gelen fiziksel, kimyasal ve yapısal değişimleri daha iyi anlamak amacıyla bilimsel yöntemlerin kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Bu disiplin, gıda bileşenleri arasındaki etkileşimleri analiz ederek yenilikçi pişirme teknikleri ve sunum yöntemleri geliştirmeye odaklanmaktadır (Alpaslan vd., 2018).

Sonuç olarak, gastronomi alanında yaşanan yenilikler ve gıda teknolojilerindeki ilerlemeler, yapay gıdaların geliştirilmesini ve kullanımını giderek daha yaygın hale getirmektedir. Beslenme alışkanlıklarının değişmesi, sürdürülebilir gıda üretimine duyulan ihtiyaç ve gıda güvenliği gibi faktörler, yapay gıdaların gastronomi ile entegrasyonunu önemli bir konu haline getirmiştir. Bu bağlamda, yapay gıdalarla ilgili sürdürülebilirlik, maliyet etkinliği ve besin içeriği açısından avantajlar sunarken tüketici algısı, etik boyutlar ve sağlık üzerindeki etkileri gibi konular da tartışılmaya devam etmektedir. Bu bağlamda gastronominin bilimsel ve yenilikçi yaklaşımlarla yapay gıdalarla nasıl şekilleneceği, gelecekte gıda sektörünün dinamiklerini belirleyen temel unsurlardan biri olacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahmed, H.A., Yu-Xin, T., & Qi-Chang, Y. (2020). Optimal control of environmental conditions affecting lettuce plant growth in a controlled environment with artificial lighting: A review. *South African Journal of Botany*, 130, 75-89.
- Akarca, G., Çağlar, A., & Tomar, O. (2013). Mozzarella peyniri: Tanımı, üretim yöntemleri ve kalite parametreleri. *Akademik Gıda*, 11(3-4), 91-95.
- Aktepe, B., & Demirci, B. (2022). Gastronomi ve Dijitalleşme. Ersan, E. (Ed), *Gastronomi Eğilimleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aldanmaz, E.A., & Sever, R. (2017). *Gıdaların dizaynında 3 boyutlu yazıcı teknolojisi uygulamaları*. 19. Akademik Bilişim Konferansı (AB'17), Aksaray Üniversitesi, Aksaray.
- Alpaslan, K., Tanrısever, C., & Tütüncü, B. (2018). Dağcılık turizminde moleküler gastronomi kullanılabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 104-122.
- Bakhtiyar, Y., Langer, S., Karlopiya, S.K., & Ahmed, I. (2011). Growth, survival and proximate body composition of labeo rohita larvae fed artificial food and natural food organisms under laboratory condition. *International Journal of Fisheries and Aquaculture*, 3(6), 114-117.
- Balcı, Z., Yumurtacı, M., Yabanova, İ., & Ergin, S. (2021). Yumurta kabuğundan alınan akustik sinyalin dalgacık paket dönüşümü ve entropiye dayalı olarak işlenmesi ve yapay sinir ağlarıyla çatlağın belirlenmesi. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 8(1), 125-135.
- Bilen, K., & Özel, M. (2012). Üstün yetenekli öğrencilerin biyoteknolojiye yönelik bilgileri ve tutumları. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 6(2), 135-152.
- Çerkez, M., & Kızıldemir, Ö. (2020). Yiyecek-içecek işletmelerinde yapay zekâ kullanımı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1264-1278.
- Değerli, C., & El, S.N. (2017). Üç boyutlu (3d) yazıcı teknolojisi ile gıda üretimine genel bakış. *Türk Tarım-Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(6), 593-599.
- Dönmez, Ö.Ç., & Sevim, B. (2024). Geleceğin Gastronomi Uzmanları ve Yiyecek-İçecekleri Üzerine Bir Bakış. Çelen O., Aydın, Ü., & Çilesiz E. (Ed), *Turizm ve Destinasyon Araştırmaları VI*. Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Durmaz, S.E., & Keser, A. (2018). Yapay tatlandırıcıların vücut ağırlığı ve insülin direnci üzerine etkileri. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(2), 8-15.
- Ergün, Ö.Ö., & Öztürk, B. (2018). *Türk mutfağı için ontoloji tabanlı semantik gösterim*. In 26th IEEE Signal Processing and Communications Applications Conference, (1-4).
- Farhoomand, D., Okay, A., Aras, S., & Büyük, İ. (2022). Yapay et üretimi ve gelecek vizyonu. *Food and Health*, 8(3), 260-272.

- Gücükoğlu, A., & Küplülü, Ö. (2006). Genetik modifiye gıdalar. *Veteriner Hekimler Derneği Dergisi*, 77(2), 30-38.
- İbiş, S. (2022). Gastronomi ve inovasyon ilişkisi üzerine kavramsal bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 288-298.
- Kaynar, P. (2009). Genetik olarak değiştirilmiş organizmalar GDO'da genel bir bakış. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 66(4), 177-185.
- Kızıldaş, M.Ç. (2024). Endüstri 4.0'ın gastronomi sektörüne yansımaları. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(3), 779-790.
- Kurt, O., & Şavşatlı, Y. (2005). Bitkisel biyoteknolojiye genel bir bakış. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 20(3), 129-133.
- Mehta, M.D. & Gair, J.J. (2001), Social, political, legal and ethical areas of inquiry in biotechnology and genetic engineering, *Technology in Society*, 23(2), 241-264.
- Meral, H., & Demirdöven, A. (2022). Gıdanın özelleştirilmesi ve detaylandırılmasında üç boyutlu (3D) yazıcının kullanımı. *Gıda*, 47(1), 91-106.
- Mil, B. & Dirican, C. (2018). Endüstri 4.0 teknolojileri ve turizme etkileri. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Mutlu, C., Erbaş, M., & Tontul, S. A. (2017). Bal ve diğer arı ürünlerinin bazı özellikleri ve insan sağlığı üzerine etkileri. *Akademik Gıda*, 15(1), 75-83.
- Nagaraj, S. (2020). Marketing analytics for customer engagement: A viewpoint. *International Journal of Information Systems and Social Change*, 11(2), 41-55.
- Oğan E. (2022). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Dijital Vizyon. Oğan Y. (Ed.) *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar II* (132-142). Konya: Çizgi Kitapevi
- Önder, M. (2020). Yapay zekâ: Kavramsal Çerçeve. Demir (Ed.), *Yapay Zekâ Stratejileri ve Türkiye* (3-10). Ankara: Uluslararası İlişkiler ve Stratejik Araştırmalar Enstitüsü.
- Özdemir, D., Başer, H., & Çakır, B. (2014). Tatlandırıcılar. *Türkiye Klinikleri Journal of Endocrinology*, 9(2), 60-70.
- Öztürk, H.M. (2020). Teknolojik gelişmeler ve gastronomi alanına yansımaları: Gastronomi 4.0. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 222-239.
- Poole, D., Mackworth, A., & Goebel, R. (1998). *Computational Intelligence: A logical Approach*. Oxford University Press.
- Popova, O., & Serebryakova, A. (2020). Artificial Food Products: The Need for Legal Regulation. Kolmykova, T., & Kharchenko, E. (Ed.), *Digital Future Economic Growth, Social Adaptation, and Technological Perspectives* (579-585). Springer
- Post, M.J., Levenberg, S., Kaplan, D.L., Genovese, N., Fu, J., Bryant, C.J., Negowetti, N., Verzijden, K., & Moutsatsou, P. (2020). Scientific, sustainability and regulatory challenges of cultured meat. *Nature Food*, 1, 403-415.
- Singh P., & Raghav A (2018) 3D food printing: A revolution in food technology. *Acta Scientific Nutritional Health*, 2(2), 11-12.

- Suleiman, Z., Shaikholla, S., Dikhanbayeva, D., Shehab, E., & Turkyilmaz, A. (2022). Industry 4.0: Clustering of concepts and characteristics. *Cogent Engineering*, 9(1), 2034264.
- şahin E.Ö., & Ağaoğlu, B. (2020). Gastronomi alanında bulanık mantık kullanarak etin pişme oranını tahmin eden sistem tasarımı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Special Issue* (4), 334-346.
- şahin, H., & Hamarat, H. (2023). Yeni Nesil Gastronomi Deneyimleri Dijital Teknolojilerin Gastronomi Sektöründe Kullanımı ve İnovasyonları. Yayla Ö. (Ed.). *Turizmde Güncel Gelişmeler ve Araştırmalar (185 -197)*. Çizgi Kitabevi, Konya.
- URL-1, (2025). <https://www.google.com> Erişim Tarihi: 10.03.2025.
- URL-2, (2025). https://www.trendyol.com/yapay-yumurta-y-s79824?utm_source=chatgpt.com Erişim Tarihi: 10.03.2025.
- URL-3, (2025). <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/aricilik/Belgeler/makale/balces.pdf> Erişim Tarihi: 10.03.2025.
- URL-4, (2025). <https://www.nin.com.tr/blog/> Erişim Tarihi: 12.03.2025.
- URL-5, (2025). <https://cheeseorigin.com/fake-cheese/> Erişim Tarihi: 18.03.2025.
- Velasco, C., Obrist, M., Petit, O., & Spence, C. (2018). Multisensory technology for flavor augmentation: A mini review. *Frontiers in Psychology*, 9, 26.
- Wosczyina, M.N. & Rando, T.A. (2018). A muscle stem cell support group: Coordinated cellular responses in muscle regeneration. *Development. Cell*, 46, 135– 143.
- Zang, E., Jiang, L., Cui, H., Li, X., Yan, Y., Liu, Q., & Li, M. (2023). Only plant-based food additives: an overview on application, safety, and key challenges in the food industry. *Food Reviews International*, 39(8), 5132-516.

YOKSULLUK ve YEMEK KÜLTÜRÜ

Hami ÜNLÜ*

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin en karmaşık ve çok boyutlu sorunlarından biri olan yoksulluk, sadece ekonomik açıdan bir yoksunluk hali değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve psikolojik boyutları da içeren bir olgudur (Güneş ve Yenihan, 2023). Birleşmiş Milletler, yoksulluğu insanların temel ihtiyaçlarını karşılayamaması, fırsatlara erişimde eşitsizlik yaşaması ve toplumsal hayata katılımı sınırlamalarla karşılaşması durumu şeklinde tanımlamaktadır (Tireli, 2009). Bu bağlamda yoksulluk, bireylerin ve toplumların yaşam biçimlerini derinden etkileyerek, kültürel pratiklerden beslenme alışkanlıklarına kadar geniş bir yelpazede kendini gösterir (Baysal, 1981). Bunlar içerisinde yoksulluğun en belirgin özellikleri ise toplumların yemek alışkanlıkları ve yemek kültürüne olan yansımaları şeklinde gerçekleştiği söylenebilir. Bu kapsamda çalışmanın odak noktası, yoksulluğun yemek kültürü üzerindeki dönüştürücü etkisini incelemek ve yoksulluk koşullarında şekillenen özgün yemek pratiklerini anlamaktır.

Yemek kültürü, bir toplumun coğrafi konumu, iklimi, tarihi, dini inançları ve ekonomik koşulları gibi çeşitli faktörlerin etkisiyle şekillenir. Yoksulluk, bu faktörler arasında özellikle belirleyici bir rol oynayarak, toplumların yemek alışkanlıklarını, kullanılan malzemeleri, pişirme tekniklerini ve sofrada düzenlerini önemli ölçüde etkiler (Mintz ve Nayak, 1985). Yoksulluk koşullarında temel gıda maddelerine erişimdeki kısıtlamalar, insanların daha

* Dr. Öğr. Üyesi, Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, hamipunlu@bayburt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8436-8704

ucuz, kolay erişilebilir ve besleyici alternatiflere yönelmesine neden olur. Bu durum, yerel ve mevsimsel ürünlerin kullanımının artmasına, baklagiller, tahıllar ve sebzelerin yemeklerde daha sık yer almasına yol açar (Aksan, 2012). Yoksulluğun yemek kültürü üzerindeki etkileri, yalnızca malzeme seçimiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda yemek hazırlama pratiklerini de şekillendirmektedir. Enerji verimliliğini ön planda tutan, yalın ve pratik pişirme yöntemleri, düşük gelirli hanelerde sıklıkla tercih edilmektedir. Haşlama, buharda pişirme ve tek kap yemekleri, hem zaman tasarrufu sağlamakta hem de enerji tüketimini minimize etmektedir (Çaycı, 2019). Bununla birlikte, yoksulluk, yemeklerin hazırlanmasında özgün yaklaşımların geliştirilmesine zemin hazırlamaktadır. Kısıtlı malzeme çeşitliliği karşısında, farklı baharat kombinasyonları ve pişirme teknikleri kullanılarak, besleyici ve çeşitli yemekler üretilmektedir. Bu durum, yoksulluk koşullarında yaşayan bireylerin mutfak becerilerini geliştirmesine ve yemek kültürlerinin çeşitlenmesine katkıda bulunmaktadır. Yoksulluk ve yemek kültürü arasındaki etkileşim, bireysel ve ailesel boyutların ötesinde, toplumsal düzeyde de önemli sonuçlar doğurmaktadır. Yoksulluk, toplumsal dayanışma ve yardımlaşma mekanizmalarını harekete geçirerek, bireylerin yemek tariflerini paylaşmasına, ortak yemek hazırlama etkinliklerine katılmasına ve komşuluk ilişkilerini güçlendirmesine olanak tanımaktadır (Macit ve Kıran, 2022). Ek olarak, yoksulluk, gıda israfının azaltılması ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarının teşvik edilmesinde rol oynayabilmektedir. Sınırlı kaynaklarla yemek hazırlama zorunluluğu, bireylerin gıdaya daha özenli yaklaşmasına ve israfı minimize etmesine yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada, yoksulluğun yemek kültürü üzerindeki etkileri, farklı coğrafyalardan ve kültürlerden örnek yemekler incelenmektedir. Yemekleri incelemek yoksulluğun yemek kültürünü nasıl şekillendirdiğini ve insanların sınırlı kaynaklarla nasıl yaratıcı çözümler üretebildiğini göstermesi açısından önemlidir. Bu doğrultuda Türkiye’den tarhana çorbası ve bulgur pilavı, Meksika’dan tortilla, Hindistan’dan daal, İtalya’dan minestrone çorbası gibi farklı yemekler yoksulluğun simgesel bir özelliği olan yemekleri ele alınmaktadır. Bu yemeklerin ortak özelliği ise ucuz, kolay erişilebilir ve besleyici malzemelerle hazırlanmaları ve yoksul toplumların temel beslenme ihtiyaçlarını karşılamalarıdır. Dolayısıyla çalışma kapsamında yoksulluk ve yemek kültürü ile ilgili temel unsurlara yer verilerek örnek yemeklerin referans alınmasıyla yoksulluğun yemek kültürü üzerine etkisi açıklanmıştır.

YOKSULLUK

Yoksulluk, insanlık tarihi boyunca yaşanan en büyük toplumsal sorunlardan birisi olmuştur. Yoksulluk kavram, maddi kaynaklardan yoksun kalma durumu olarak ifade edilmektedir (Marshall, 1999). Dünya Bankasının 2000 yılında yoksulluk ile ilgili yaptığı tanımında ise *“toplumun refah durumundan belirgin bir şekilde mahrum olma durumu”* vurgulanmıştır. Burada toplumun kendi temel ihtiyaçlarını karşılayacak kaynaklardan yoksun olma durumu söz konusudur (Altay, 2005). Bu bağlamda, yoksulluk genellikle bireyin gelirinin veya tüketim düzeyinin, yoksulluk sınırı olarak tanımlanan belirli bir eşik ile karşılaştırılması yoluyla değerlendirilmektedir. Bu, yoksulluğun en temel çerçevesini sunmakta olup, yoksulluğun finansal bir kavram olarak algılanmasına yol açmakta ve birçok yoksulluk analizi için bir başlangıç noktası teşkil etmektedir (Gölçek ve Organ, 2023).

Yoksulluk, bireylerin belirli nitelikli tüketim biçimleri çerçevesinde yeterli gıda, barınma, sağlık hizmetleri veya eğitim fırsatlarına erişimlerinin sorgulanması biçimi olarak da ifade edilmektedir. Bu perspektifte yoksullukla ilgili daha geleneksel finansal ölçütlerin ötesine geçilmesi gerekmektedir. Örneğin, besin yoksunluğu, çocukların yeterli gıda tüketip tüketemediklerinin değerlendirilmesiyle; eğitim yoksunluğu ise bireylerin okuryazarlık durumlarının incelenmesi veya aldıkları resmi eğitim miktarının ölçülmesi yoluyla belirlenebilir (Yücel, 2011). Yoksulluğu, yalnızca maddi kaynakların eksikliği ile sınırlı kalmayıp, günümüz toplumlarında var olabilmek için gerekli olan belirli unsurlardan ve hizmetlerden yoksun olma durumu bağlamında ele alan bu yaklaşım, yoksulluk olgusunun ekonomik boyutlarının yanı sıra önemli sosyal boyutlara da işaret ettiğini açıkça ortaya koymaktadır (Köroğlu, 2022). Yoksulluğun tanımları incelediğinde kimlerin yoksul sayılacağı sorunu da ortaya çıkmaktadır. Bu konudaki yaklaşımlar temel iki kategori altında sınıflandırılmıştır. İlk yaklaşım, belirli bir süre zarfında gelir veya harcamaları önceden belirlenmiş bir miktarın altında kalan bireylerin yoksul olarak kabul edildiği mutlak yoksulluk çizgisi modelidir. Diğer bir yaklaşım ise yoksul bireyler ile yoksul olmayanlar arasındaki ayrımı belirleyen sınır değerini ifade eden yoksulluk çizgisinin, gelir dağılımının belirli bir oranı olarak belirlenmesi gerektiğini ileri süren göreceli yoksulluk modelidir (Narinç, 2022). İlk bakışta, birinci yaklaşım daha mantıklı, işlevsel ve yoksulluk sorununu daha ciddi bir şekilde ele alıyormuş gibi görünse de, ikinci yaklaşımın yöntemsel eleştirileri göz ardı edilemez. Bu durum, mutlak yoksulluk yaklaşımı çerçevesinde yoksulluk çizgisi belirlemenin zorlukları göz

önünde bulundurulduğunda daha da belirginleşmektedir (Yaşar ve Taşar, 2019).

Yoksulluk çizgisinin, ortalama gelirden bağımsız olarak her alanda uygulanabilir kesin bir değer olarak belirlenmesinde üç temel yaklaşım öne çıkmaktadır:

Asgari gıda harcaması yaklaşımı: Mutlak yoksulluk sınırı, bireyin günlük kalori ihtiyacını karşılayan bir besin sepetinin maliyetine dayalı olarak tanımlanmakta ve yaş, cinsiyet ve ikamet edilen yer gibi faktörlere bağlı olarak farklı şekillerde hesaplanabilmektedir.

Temel gereksinimler yaklaşımı: Bu yaklaşım, asgari gıda harcamasının yanı sıra gıda dışı harcamaları da dikkate alması bakımından bir önceki yaklaşımdan ayrılmaktadır.

Gıda oranı yaklaşımı: Hane halkı gıda harcamalarının toplam gelire oranının bir yoksulluk göstergesi olarak kullanılabileceği fikriyle, gelirin belirli bir yüzdesinden (~%40) fazlasını gıda harcamalarına ayıran hane halkları yoksul olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım mutlak yoksulluk çizgisinin belirlenmesinde üçüncü bir yöntem olarak ortaya çıkmaktadır (Malak, 2023).

Görelî yoksulluk, bireyin toplumsal bir varlık olma durumundan yola çıkarak, minimum kalori ihtiyacının ötesinde, toplumsal olarak kendini yeniden üretebilmesi için barınma, eğitim, sağlık gibi kültürel ve sosyal gereksinimlerinin asgari düzeyde karşılanmaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Refah ölçütü olarak tüketim düzeyi veya gelir düzeyi tercih edilebilir. Ancak, yoksullukla ilgili gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilen birçok araştırmada, yoksulluğun belirlenmesinde tüketim yerine toplam gelir kullanılmaktadır. Toplam geliri belirli bir miktarın (yoksulluk çizgisi) altında olan bireyler veya hane halkları, yoksul olarak tanımlanmaktadır (Özcan, 2018). Yoksul insanların çoğu kırsal alanlarda yaşayan, tarım sektöründe çalışan ve eğitim düzeyi yetersiz olanlardır.

Dünyanın birçok bölgesinde milyonlarca yoksul insan bulunmaktadır. 1990-2015 döneminde dünya genelinde aşırı yoksul nüfusun değişimi ile 2015-2030 yılları arasında aşırı yoksulluk sınırının altında kalması beklenen insan sayısı, Tablo 1’de sayısal verilerle sunulmuştur.

Tablo 1. Bölgeler açısından gelire göre yoksulluk

Bölge	Yoksul İnsan Sayıları (milyon kişi)				
	1990	2000	2010	2015	2030
Doğu Asya ve Pasifik	987	362	221	47	3
Avrupa ve Orta Asya	13	23	11	7	2
Latin Amerika ve Karayipler	63	55	36	26	19
Orta Doğu ve Kuzey Afrika	14	9	8	19	26
Güney Asya	536	510	401	216	5
Sahra altı Afrika	278	388	408	413	416
Dünyanı geri kalanı	4	5	6	7	8
Toplam	1895	1352	1091	735	479

Kaynak: World Bank, Open Data, 2023.

Tablo 1'deki verilere göre, 2030 yılında toplam 479 milyon insanın hâlâ aşırı yoksulluk koşullarıyla karşı karşıya kalacağı öngörülmektedir. Ancak, bu veriler incelendiğinde aşırı yoksulluğun azalmakta olduğu gözlemlenmektedir. Öte yandan, genel yoksulluk oranlarının artıyor olması dikkat çekicidir. Yoksulluk, genellikle temel ihtiyaçların karşılanmadığı durumları ifade ederken, aşırı yoksulluk, insanların günlük yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan asgari gelirin altında yaşamalarını ifade eder. Bu bağlamda, genel yoksulluktaki artış, toplumsal ve ekonomik durumların değişmesinin çözülmesi gereken başka sorunları da beraberinde getirdiğini göstermektedir.

Bilindiği üzere yoksulluğun birçok nedeni bulunmaktadır. Yoksulluğun nedenleri ülkelere ve toplumlara göre farklılık gösterse de bazı nedenler birçok toplumda görülmektedir. Bunlar arasında bireyler arası ayrımcılık, küreselleşme, gelir dağılımı adaletsizliği, han halkı yapısı, işsizlik, enflasyon, ekonomik krizler, nüfus artış hızı, sosyo-demografik nedenler ve eğitim birçok toplumda sıklıkla görülmektedir (Şenses, 2009). Özellikle az gelişme ülkelerde ekonomik büyüme ve gelir dağılımındaki eşitsizlik yoksulluğu etkileyen önemli unsurlardır. Bunların yanı sıra doğal afetler, ekonomik krizler, üretimden kaynaklanan sorunlarda yoksulluğun oluşumunu etkilemektedir (Uzun, 2001).

YEMEK KÜLTÜRÜ

Yemek, insanların yaşamlarını sürdürebilmeleri ve sağlıklı bir şekilde yaşayabilmeleri için gerekli olan bir ihtiyaçtır. İnsanlar için günlük yemek ihtiyacının karşılanması açlığı gidermenin yanı sıra sosyal ihtiyaçların da giderildiği karmaşık bir olgudur. Yemekler ait oldukları kültürel unsurlara uygun olarak hazırlanır, pişirilir, araç-gereç kullanılır ve belirli bir sofraya

adabına göre tüketimi gerçekleştirilir (Kittler ve Sucher, 2007). Fox (2014) bu durumu, yemeğin tamamen sosyal bir dürtü olması şeklinde açıklamıştır. Yemek veya mutfak kültürü, yalnızca karın doyurmakla sınırlı olmayan, çok daha derin bir anlam taşıyan bir olgudur. Bu kültürel pratik, toplulukların kültürel belleğini ve kimliğini yaşatırken, akışkan bir dünyada güvenli bir sığınak işlevi görmektedir (Bauman, 2019; Giddens, 2019). Yemek kültürü, yemeğe dair tüm unsurların kimliğin inşasında ve tanımlanmasında kritik bir rol oynadığını ortaya koyması açısından da büyük bir öneme sahiptir (Beşirli, 2010; Beşirli, 2011). Yemek kültürünü oluşturan ve diğer mutfaklardan farklılaştıran unsurların tamamı gastronomik kimlik olarak belirtilmektedir (Oğan, 2024) Gastronomik kimliğin oluşmasında en önde gelen unsurlardan biri olan yemekler, kültür ve kimlik bağlamında ele alındığında, sofraya geleneklerinden festivallere, beslenme alışkanlıklarından mutfak kültürüne kadar uzanan geniş bir toplumsal olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Sağır, 2016). Bu bağlamda bireylerin ve toplulukların kimliklerini şekillendiren ve kültürel pratiklerini yansıtan önemli unsur yemeklerdir. Şahin (2003) ve Wahlqvist ve Lee (2007) çalışmalarında, yemek kültürünün oluşumunda birçok unsurun etkili olduğunu ifade etmişler (Şekil 1).



Şekil 1. Yemek kültürünün oluşumunu etkileyen unsurlar

Şekil 1’de yer alan unsurlar, yemek kültürünün dinamik yapısını şekillendiren temel bileşenlerdir. Yemeğin oluşum sürecinde bir toplumun kültürel özellikleri temel yapı taşı niteliğindedir (Macit ve Kıran, 2022). Kültür, bir toplumun üyeleri tarafından benimsenmiş inançlar, tutumlar ve uygulamalar olarak ifade edilmektedir. Kültürün bireyleri dil, gelenekler, değer yargıları, normatif yapılar, kurallar, teknolojik gelişmeler, ürünler, organizasyonlar ve sosyal kurumlar bağlamında tanımlayan bir olgu olduğu belirtilebilir. Kültürün unsurları ise toplumların kimliğini ve sosyal dinamiklerini şekillendiren temel bileşenlerdir (Oğuz, 2011). Kültür, aynı zamanda ortak davranışlarla bağlantılı bir sosyal kimlik olarak tanımlanmakta; bu kimlik, yemek alışkanlıkları, giyim tarzı, dil, aile yapısı ve zaman zaman dini bağlı-

lık gibi unsurları içeren bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu unsurlar, bireylerin ve toplulukların kimliklerini ve sosyal etkileşimlerini şekillendiren önemli bileşenlerdir (Dalbay, 2024). Yemek, yalnızca besin değeri taşımakla kalmaz, aynı zamanda kültürel bir anlam da barındırır. Kültür, büyük ölçüde bireylerin tükettikleri gıdaları şekillendirirken, çevrede mevcut olan yemekler de toplumların kültürel yapılarının ve geleneklerinin temel unsurlarından birini oluşturur (Gürhan, 2017). Yemek kültürü, insanların gıdaları nasıl kullandıklarını, bu gıdaların nasıl elde edilip saklandığını, nasıl hazırlandığını, kime ve nasıl servis edildiğini, nasıl tüketildiğini ve bireylerin özel günlerini özel yemeklerle nasıl kutladıklarını kapsayan geniş bir yelpazeyi içerir (Solmaz ve Altınar, 2018).

Toplumdan topluma değişiklik gösteren yemek üretimi, yiyecek ve içeceklerin hazırlama ve tüketim süreçlerini kapsayan ve toplumların beslenme biçimlerinin kültürel olarak nasıl şekillendiğini inceleyen *“yemek kültürü”* çalışmaları sosyal bilimlerin sosyoloji, tarih ve antropoloji gibi disiplinlerinin ilgi alanına girmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen araştırmalar, bir toplumun yeme-içme alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların oluşumunda etkili olan faktörleri analiz ederek, toplumların sosyal, ekonomik ve politik yapılarına dair derinlemesine anlayışlar sunmaktadır (Samancı, 2012). Yemek yeme, yaşam tarzı ve sosyal eğilimler açısından önemli bir gösterge niteliğindedir. Beslenme eyleminin ötesinde, yemeğin kendine özgü kültürel normları bulunmaktadır; bu normlar, hangi yemeklerin tüketilmesi veya tüketilmemesi gerektiğini belirlemektedir. Bu ayrım, insanın gündelik yaşamında yaptığı bazı temel zıtlıklar (iyi-kötü, yapay-doğal, biz ve ötekiler gibi) ile ilişkilendirilebilir. Hem bireysel hem de toplumsal kimliklerin inşası sürecinde, *“biz”* ve *“öteki”* ayrımı, tüketilen veya tüketilmeyen gıdalar üzerinden şekillenmektedir (Beşirli, 2021).

Toplumsal iletişim, yalnızca karşılıklı konuşma ile sınırlı değildir; toplumsal kültürün oluşturulmasında en önemli kriter, benzer sembolik değerleri paylaşan ve bu değerlere aynı anlamları yükleyen bireylerin bir araya gelmesidir. Bu anlamların korunması ve gelecek nesillere aktarılması sürecinde, törensel ritüeller ve bu ritüellerdeki belirleyici yemekler önemli bir rol oynamaktadır. Yemeklerin hazırlanması, sunumu, yeme zamanı, şekli ve miktarı, kültürel geleneklerle belirlenmiştir. Bu durum, toplumsal beslenme alışkanlıklarının oluşumunu ve sürekliliğini sağlamış, dolayısıyla toplumsal ve bireysel kimliklerin gelişimine katkıda bulunmuştur. Toplumsal kimliğin inşası, tüketilen ve tüketilmeyen gıdalar ile sofraya düzeni üzerinden

şekillenmektedir. Vejetaryenlik veya domuz eti yememe gibi çeşitli nedenlere dayanan eğilimler, kültürel kodlar çerçevesinde bireysel veya toplumsal tercihlerin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Yeme içme dinamikleri, toplumsal ayırım konusunda da önemli bir rol oynamaktadır ve sınıfsal farklılıkların belirlenmesinde etkili olmaktadır. Yemek tüketimine dayalı olarak oluşan toplumsal hiyerarşi ve toplumsal hiyerarşiye dayalı olarak şekillenen yemek tüketimi, toplumsal yaşamın önemli bir unsurudur (Beardsworth ve Keil, 2002).

Mangır'ın (1987) belirttiği üzere, bireylerin seçim yapma imkânları olduğunda, tercih ettikleri yemekler, nerede ve nasıl tükettikleri, kendi toplumlarının alışkanlıkları, gelenekleri ve görenekleri doğrultusunda değişkenlik göstermektedir. Yemeklerin toplumsal işlevleri arasında gastronomik, kültürel, iletişimsel, ekonomik, statü belirleyici ve dini işlevler bulunmaktadır. Yemeklerin gastronomik özellikleri, bireylerin sevdikleri gıdaları belirli şekillerde tüketmeleri açısından önem taşımaktadır. Örneğin, Avrupa'da yumuşak yemekler, Afrika'da sert ve çiğnemeyi gerektiren yemekler, Ortadoğu ve Güneydoğu Asya'da ise baharatlı yemeklerin tercih edilmesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Yemekler, kültürel bir ayırt edici olarak da işlev görmektedir. Ayrıca, yemekleler sosyal statü ve zenginlik göstergesi olabilmektedir. Kültürlerin her birinde prestijli yemekler mevcuttur ve toplumsal olarak üst sınıfa ait bireylerin tükettiği yemekler ile alt sınıfa mensup bireylerin tercihleri arasında belirgin farklılıklar bulunmaktadır (Macit ve Kıran, 2022).

YOKSULLUĞUN YEMEK KÜLTÜRÜ ÜZERİNE ETKİSİ

Yoksulluk, bir toplumun ekonomik zorluklar ve kıt kaynaklar nedeniyle oluşan yaşam biçimi ve değerler bütünüdür. Bu durum toplumun yemek kültürünün oluşmasında ve şekillenmesinde etkili olmaktadır (Aksan, 2012). Toplumda yaşayan yoksul kesimler, çoğunlukla daha ucuz ve erişimi kolay malzemelerden yemek yapmaktadırlar.

Yoksul toplumlarda baklagiller, tahıllar, sebzeler ve yenilebilir yabani otlar gibi ürünler yemek yapımında çok fazla kullanılmaktadır. Özellikle baklagiller önemli protein kaynağı olarak yoksul toplumlarda yemek yapımında çok fazla kullanılır. Bu ürünlerden nohut, mercimek ve fasulye gibi gıda maddeleri besleyicilik özelliğinin yanı sıra ekonomik olmalarından dolayı da sıklıkla kullanılmaktadır. Başka bir ürün olan tahıl grubu içerisinde bulunan özellikle bulgur, pirinç ve mısır önemli karbonhidrat kaynakları olmaları ile

birlikte ekonomik açıdan erişilebilir olduklarından dolayı yemek yapımında kullanılmaktadır. Sebzeler ise mevsimsel olma özelliğinden ve ekonomik olmasından dolayı yoksul mutfaklarda çoğunlukla kullanılmaktadır. Patates, soğan ve havuç gibi kök sebzeler uzun saklama özelliğine sahip olmasından dolayı sıklıkla kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra bu sebzelerin birçok farklı iklim tipinde yetişmesi ve ekonomik değeri çok yüksek olmaması tercih nedeni olmaktadır. Yerel pazarlardan ve bahçelerden doğrudan temin edilen sebzeler maliyetleri düşürürken tazeliğı de ön plana çıkarmaktadır. Meyveler de yemek yapımında kullanılmaktadır. Genellikle tatlı yapımında kullanılır ve bazen ana yemeklerde de tercih edilmektedir (Tay vd., 2023).

Yoksul toplumlarda sınırlı olan gıda maddeleri, yemeklerde yaratıcılığı ortaya çıkarmaktadır. Bu durum yemek çeşitliliğinin artmasında katkı sağlamaktadır. Ekonomik zorluklar insanları bu kaynaklı verimli bir şekilde kullanmaya yönlendirir. Bu durum yemeklerde yenilikçi çözümleri de beraberinde getirmektedir. Sınırlı kaynaklarla hazırlanan çeşitli yemekler insanların hayal gücünün sonucunda ortaya çıkmaktadır. Birkaç temel malzeme ile farklı baharatların ve farklı pişirme yöntemlerinin kullanılması ile lezzetli ve besleyici yemekler ortaya çıkabilir (Çaycı, 2019). Örneğın, patates, soğan ve havuç gibi temel malzemeler, yoksulluğun yaygın olduğı toplumların mutfaklarında çorba, salata ve ana yemekler gibi çeşitli yemeklerin hazırlanmasında kullanılmakta; bu yemekler, kızartma, fırında pişirme ve buharda pişirme gibi farklı pişirme yöntemleriyle zenginleştirilmektedir. Sınırlı sayıdaki malzemelerle yemek yapmak yaratıcılığı artırmanın yanı sıra toplumsal dayanışmayı da güçlendirmektedir. İnsanlar birbirleri ile yeni tariflerini paylaşarak ve birlikte yemek yaparak hem sosyal bağlarını kuvvetlendirirler hem de paylaşımcılık duygusunu pekiştirirler. Bu durum, ekonomik zorlukların aşılmasına yardımcı olmanın yanı sıra, mutfak kültürünün çeşitlenmesine ve zenginleşmesine de önemli katkılarda bulunmaktadır (Macit ve Kıran, 2022). Ekonomik kısıtlamalar yemek pişirme yöntemlerini de etkilemektedir. Daha az enerji kullanılarak basit ve hızlı yemek pişirme teknikleri tercih edilmektedir. Haşlama yöntemi ve buharda pişirme yöntemi sıklıkla tercih edilmektedir. Dünyanın birçok yerinde yoksulluğun etkisiyle meydana gelen ve yemek kültürü içerisinde önemli bir yer tutan yemekler bulunmaktadır (Farmer vd., 2016). Bunlardan bazı Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Yoksulluk kaynaklı ortaya çıkan bazı yemekler

Yemek Adı	Ülke	Açıklama
Tarhana çorbası	Türkiye	Ekonomik malzemelerle hazırlanabilir ve besleyici bir öğün sunar. İçeriğindeki tarhana, su veya et suyu, sebzeler ve baharatlar, düşük maliyetle doyurucu bir çorba elde edilmesini sağlar.
Bulgur pilavı	Türkiye	Bulgur, soğan, domates ve biber ile yapılan bir pilav çeşididir. Uygun fiyatlı ve doyurucudur.
Tortilla	Meksika	Mısır unundan yapılan tortilla, bir gıda maddesidir. Genellikle fasulye ile birlikte tüketilir. Fasulye, protein kaynağı olarak düşük maliyetli bir alternatiftir ve yoksullar için önemli besin kaynağıdır.
Daal	Hindistan	Mercimek veya diğer baklagillerin pişirilmesiyle yapılır. Besleyici ve ekonomik bir yemektir. Genellikle pirinç veya ekmekle birlikte servis edilir ve yoksul kesimlerin temel gıda maddelerinden biridir.
Minestrone çorbası	İtalya	İtalya'da, sebzeler, fasulye ve makarna ile yapılan minestrone çorbası, ekonomik bir yemek olarak bilinir. Mevsimsel sebzeler kullanılarak hazırlanan bu çorba, hem doyurucu hem de besleyicidir.
Miso çorbası	Japonya	Miso çorbası, Japon mutfağında yaygın olarak tüketilen bir yemektir. Düşük maliyetli malzemelerle hazırlanması, onu yoksul aileler için uygun bir seçenek haline getirir.
Pap	Güney Afrika	Mısır unundan yapılan pap, Güney Afrika'da yaygın bir temel gıda maddesidir. Ekonomik olması nedeniyle yoksul kesimlerde sıkça tüketilir.
Arroz Caldo	Filipinler	Pirinç ve tavuk ile yapılan bu çorba, özellikle hastalık dönemlerinde tercih edilen besleyici bir yemektir. Düşük maliyetli malzemelerle hazırlanması, onu yoksul aileler için uygun hale getirir.
Feijoada	Brezilya	Siyah fasulye ve çeşitli etlerle yapılan feijoada, Brezilya'nın ulusal yemeği olarak bilinir. Yoksul kesimlerde, daha ucuz et parçaları ve baklagillerle hazırlanarak ekonomik bir alternatif sunar.
Fasolada	Yunanistan	Yunan mutfağında, fasulye, domates, soğan ve zeytinyağı ile yapılan fasolada, hem besleyici hem de ekonomik bir yemektir. Yoksul aileler için önemli bir protein kaynağıdır.
Borscht	Rusya	Kırmızı pancar, lahana, patates ve havuç ile yapılan borscht, Rus mutfağının ikonik bir çorbasıdır. Düşük maliyetli malzemelerle hazırlanması, onu yoksul kesimlerde popüler hale getirir.
Khao Soi	Tayland	Hindistancevizi sütü ve baharatlarla yapılan bir çorbadır. Genellikle erişte ve sebzelerle birlikte sunulur. Yoksul aileler, daha ucuz malzemelerle hazırlayarak besleyici bir alternatif oluştururlar.
Gazpacho	İspanya	Soğuk bir çorba olan gazpacho, domates, biber, salatalık ve soğan gibi sebzelerle yapılır. Mevsimsel sebzelerin kullanılması, yoksul aileler için ekonomik bir seçenek sunar.
Koshari	Mısır	Pirinç, makarna, mercimek ve domates sosu ile yapılan koshari, Mısır'ın ulusal yemeğidir. Düşük maliyetli malzemelerle hazırlanması, onu yoksul kesimlerin favorisi haline getirir.
Nasi Goreng	Endonezya	Kızarmış pirinç olarak bilinen nasi goreng, genellikle sebzeler ve bazen yumurta ile yapılır. Yoksul aileler, artan pirinci değerlendirerek bu yemeği hazırlayabilir.
Pho	Vietnam	Pirinç eriştesi ve etle yapılan pho, Vietnam mutfağının en bilinen yemeklerinden biridir. Yoksul kesimlerde, daha ucuz et parçaları ve sebzelerle zenginleştirilerek hazırlanır.
Khichuri	Bangladeş	Pirinç ve mercimeğin birlikte pişirilmesiyle yapılan khichuri, genellikle sebzelerle zenginleştirilen ekonomik bir yemektir.

Jollof Rice	Nijerya	Domates, biber ve soğan ile yapılan jollof rice, pirinçle birleştirilerek pişirilir. Yoksul aileler, bu yemeği sebzeler ve daha ucuz et parçaları ile hazırlayarak besleyici bir alternatif oluştururlar.
Pulë me Perime	Arnavutluk	Tavuk, sebzeler ve baharatlarla yapılan bu çorba, yoksul aileler için hem besleyici hem de ekonomik bir seçenektir. Genellikle artan malzemelerle hazırlanır.
Musakhan	Filistin	Tavuk, soğan ve zeytinyağı ile yapılan musakhan, ekmek üzerinde servis edilir. Yoksul aileler, bu yemeği daha ucuz malzemelerle hazırlayarak besleyici bir alternatif sunar.
Arepas	Kolombiya	Mısır unundan yapılan arepas, çeşitli malzemelerle doldurularak hazırlanır. Yoksul kesimlerde, arepas genellikle peynir veya sebzelerle zenginleştirilir.
Congee	Çin	Pirinçten yapılan bir tür lapadır. Genellikle su ile pişirilir ve çeşitli malzemelerle (sebzeler, tuzlu veya tatlı eklemeler) servis edilir. Düşük maliyetli olması, yoksul aileler için popüler bir seçenektir.
Causa	Peru	Patates, limon suyu ve baharatlarla yapılan causa, genellikle sebzelerle doldurulur. Yoksul aileler, bu yemeği mevsimsel malzemelerle hazırlayarak ekonomik bir alternatif oluştururlar.
Baleadas	Honduras	Un tortillaları, fasulye, peynir ve avokado ile doldurularak yapılan baleadas, hem doyurucu hem de ekonomik bir yemektir. Yoksul aileler için sıkça tercih edilen bir seçenektir.

SONUÇ

Yoksulluk, toplumların ekonomik zorlukları ve yaşadıkları çevredeki kıt kaynaklar nedeniyle şekillenen bir yaşam biçimi ve değerler bütünü olarak ifade edilebilir. Bu durum, toplumların yemek kültürünü doğrudan etkilemekte ve yoksul kesimlerin beslenme alışkanlıklarını belirlemektedir. Yoksul aileler, genellikle daha ucuz ve erişimi kolay malzemelerle yemek yapma eğilimindedir. Bu durum, mevsimsel ürünlerin kullanımını teşvik etmekte ve baklagiller, tahıllar, sebzeler ile yenilebilir yabani otların mutfaklarda yaygın olarak kullanılmasına yol açmaktadır. Tarhana çorbası, bu bağlamda önemli bir örnek teşkil etmektedir. Ekonomik malzemelerle hazırlanabilen tarhana çorbası, besleyici ve doyurucu bir öğün sunarak yoksul aileler için ideal bir seçenek haline gelmektedir. Tarhana, su veya et suyu, sebzeler ve baharatlarla zenginleştirilerek düşük maliyetle lezzetli bir çorba elde edilmesini sağlar. Bu çorba, hem ekonomik olması hem de besleyici özellikleri ile yoksul toplumların mutfak kültüründe önemli bir yer tutmaktadır.

Yoksulluk, sınırlı gıda maddeleri ile kısıtlı ürünlerle yapılan yemek çeşitliliğini zenginleştirmektedir. İnsanlar, sınırlı malzemelerle farklı pişirme yöntemleri ve baharatlar kullanarak lezzetli yemekler hazırlamaktadır. Bu süreç, toplumsal dayanışmayı güçlendirmekte ve bireyler arasında tarif paylaşımını teşvik etmektedir. Ekonomik kısıtlamalar, yemek pişirme yöntemlerini de etkilemekte; daha az enerji tüketen basit ve hızlı yemek pişirme tek-

nikleri tercih edilmektedir. Yoksulluğun etkisiyle meydana gelen yemekler, sadece ekonomik bir ihtiyaçtan doğmakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel bir mirasın da taşıyıcısıdır. Örneğin, Türkiye’de tarhana çorbası, bulgur pilavı gibi yemekler, yoksul kesimlerin beslenme alışkanlıklarını yansıtırken, aynı zamanda Türk mutfağının zenginliğini de gözler önüne sermektedir. Benzer şekilde, Meksika’da tortilla, Hindistan’da daal, İtalya’da minestrone çorbası gibi yemekler, yoksul ailelerin temel gıda maddeleri olarak öne çıkmakta ve bu kültürlerin gastronomik kimliğini oluşturmaktadır.

Yoksulluk, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı ve yardımlaşmayı da pekiştirmektedir. İnsanlar, sınırlı kaynaklarla hazırlanan yemekleri paylaşarak sosyal bağlarını güçlendirmekte ve birlikte yemek yapma geleneği, toplumsal dayanışmanın bir ifadesi haline gelmektedir. Bu durum, ekonomik zorlukların aşılmasına yardımcı olmasının yanı sıra, mutfak kültürünün çeşitlenmesine ve zenginleşmesine de önemli katkılarda bulunmaktadır. Yoksul kesimlerin yemek yapımında kullandıkları malzemeler, yerel pazarlardan ve bahçelerden temin edilerek maliyetleri düşürmekte ve tazeliği ön plana çıkarmaktadır.

Yemeklerin hazırlanmasında kullanılan malzemelerin mevsimsel olması, yoksul ailelerin beslenme alışkanlıklarını şekillendiren bir diğer önemli faktördür. Mevsimsel sebzeler, hem ekonomik olmaları hem de tazelikleri ile yoksulluğun hâkim olduğu mutfaklarda sıkça tercih edilmektedir. Patates, soğan ve havuç gibi kök sebzeler, uzun saklama süreleri sayesinde yoksul ailelerin mutfaklarında önemli bir yer tutmaktadır. Bu sebzelerin birçok farklı iklim tipinde yetişmesi ve ekonomik değerinin yüksek olmaması, onları tercih edilen malzemeler haline getirmektedir. Yoksulluk, sınırlı olan gıda maddeleri ile yemeklerde yaratıcılığı da ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, yemek çeşitliliğinin artmasında katkı sağlamaktadır. Ekonomik zorluklar, insanları kaynakları verimli bir şekilde kullanmaya yönlendirirken, yenilikçi çözümleri de beraberinde getirmektedir. Sınırlı kaynaklarla hazırlanan çeşitli yemekler, insanların hayal gücünün bir sonucudur. Birkaç temel malzeme ile farklı baharatların ve pişirme yöntemlerinin kullanılması, lezzetli ve besleyici yemeklerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Dünya genelinde yoksulluğun etkisiyle meydana gelen ve yemek kültürü içerisinde önemli bir yer tutan yemekler, bu kültürün zenginliğini ve çeşitliliğini göstermektedir. Tarhana çorbası, bulgur pilavı, fasolada, miso çorbası gibi yemekler, yoksul kesimlerin beslenme alışkanlıklarını yansıtırken, aynı zamanda bu kültürlerin gastronomik kimliğini oluşturmaktadır. Bu yemekler, ekonomik

zorlukların üstesinden gelmek için yaratıcı çözümler sunmakta ve toplumsal dayanışmayı güçlendirmektedir. Sonuç olarak, yoksulluğun sadece bir yaşam biçimi değil, aynı zamanda zengin bir mutfak kültürünün de temelini oluşturduğu söylenebilir. Yoksul kesimlerin yemek yapımında kullandıkları malzemeler, yerel ve mevsimsel ürünler ile sınırlı olsa da, bu durum yaratıcılığı artırmakta ve toplumsal bağları güçlendirmektedir. Yoksulluk kültürü, ekonomik zorlukların aşılmasına yardımcı olmanın yanı sıra, mutfak kültürünün çeşitlenmesine ve zenginleşmesine de önemli katkılarda bulunmaktadır. Bu bağlamda, yoksulluk, toplumların gastronomik kimliğini şekillendiren önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aksan, G. (2012). Yoksulluk ve yoksulluk kültürünün toplumsal görünümüleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (27), 9-19.
- Altay, A. (2005). Yoksulluk sadece devletin sorunu mu? Kamu harcamaları açısından bir değerlendirme. *Sosyoekonomi*, 2(2), 156-178.
- Bauman, Z. (2019). *Akışkan Modernite*. İstanbul: Can Yayınları.
- Baysal, A. (1981). Beslenme sorunlarının sosyal, kültürel, eğitim ve ekolojik etmenlerle ilgili nedenleri ve çözüm önerileri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 10, 50-62.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2002). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. Londra: Routledge.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Beşirli, H. (2011). Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaşî Veli Araştırma Dergisi*, 58, 139-152.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek Sosyolojisi: Yiyeceklere ve Mutfığa Sosyolojik Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Çaycı, A.E. (2019) *Küreselleşen yemek kültürünün dönüşümünde sosyal medyanın rolü: Instagram Gurmeleri* (Doktora Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dalbay, R.S. (2024). Kültürel kimlik kavramı ve kimliğin tanımlanmasında temel yaklaşımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (49), 325-356.
- Farmer, J., Minard, S., & Edens, C. (2016). Local foods and low-income communities: Location, transportation, and values. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 6(4), 41-53.
- Fox, R. (2014). *Food and Eating: An Anthropological Perspective*. Social Issues Research Centre. <http://www.sirc.org/publik/foxfood.pdf>. Erişim Tarihi: 15.05.2025

- Giddens, A. (2019). *Modernite ve Bireysel Kimlik/Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. İstanbul: Say Yayınları.
- Gölçek, A.G., & Organ, İ. (2023). Yoksulluk paradigmasının evrimi: Tarihsel ve kavramsal bir inceleme. *Politik Ekonomik Kuram*, 7(Özel Sayı), 69-93.
- Güneş, N., & Yenihan, B. (2023). Çok boyutlu yoksulluk çalışmalarının bir sivil toplum kuruluşu özelinde değerlendirilmesi: Aksaray İli İnsan Hak ve Hürriyetleri İnsani Yardım Derneği örneği. *Sosyolojik Düşün*, 8(2), 304-353.
- Gürhan, N. (2017). Yemek ve din: Yemeğin Dini simgesel anlamları üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1204-1223.
- Kitter, P. G., & Sucher, K. P. (2011). *Food and culture* (6th ed.). Cengage Learning (Wadsworth Publishing).
- Köroğlu, İ.S. (2022). Yeni yoksulluk türleri ve sosyal dışlanma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 100-116.
- Macit, N., & Kıran, Ö. (2022). Yemek ve toplum: Kültür, kimlik ve eşitsizlikler. *Olgu Sosyoloji Dergisi*, 3(2), 97-106.
- Malak, M. (2023). Türkiye kapsamında yoksulluk üzerine bir inceleme. *Kapanaltı Dergisi*, (3), 53-71.
- Mangır, M. (1987). Yiyecek alışkanlıkları. *Gıda Dergisi*, 12(1), 55-59
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*. İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Mintz, S., & Nayak, S. (1985). The anthropology of food: Core and fringe in diet. *India International Centre Quarterly*, 12(2), 193-204.
- Narınç, N.Ö. (2022). Türkiye’de subjektif yoksulluğu belirleyen faktörlerin genelleştirilmiş sıralı logit modelle analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 74-92.
- Oğan, Y. (2024). Gastronomik kimlik ve miras bağlamında bir bibliyometrik analiz. *Tourism and Recreation*, 6(1), 76-88.
- Oğuz, E.S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123-139.
- Özcan, A. (2018). Denizli’de mutlak yoksulluk sınırının belirlenmesi ve yoksullukla mücadele. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 1-14.
- Sağır, A. (2016). ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofrası pratikleri üzerine. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 271-298.
- Samancı, Ö. (2012). *Avrupa’da ve Türkiye’de Yemek Tarihçiliğine Kısa Bir Bakış. Yemekte Tarih Var Yemek Kültürü ve Tarihçiliği*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Solmaz, Y., & Altın, D. D. (2018). Türk Mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.

- Şahin, K. (2003). *Geleneksel Antakya yemek kültürünün beslenme antropolojisi açısından incelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Şenses, F. (2009). *Küreselleşmenin Öteki Yüzü Yoksulluk*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tay, J.E.F., Tung, S.E.H., Kaur, S., Gan, W.Y., Che'Ya, N.N., & Tan, C.H. (2023). Seasonal variation in food security, lifestyle, nutritional status and its associated factors of the urban poor adolescents in Kuala Lumpur, Malaysia: Research protocol of a prospective cohort study. *Nutrition*, 9(1), 24.
- Tireli, M. (2009). Küreselleşme ve yoksulluk: Birleşmiş Milletler (UNDP) ve Dünya Bankası göstergeleri ışığında bir analiz, (Sosyal Yardım Uzmanlık Tezi). Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Uzun, A. M. (2001). Yoksulluk Olgusu ve Dünya Bankası. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 155-174.
- Wahlqvist, M.L., & Lee, M.S. (2007). Regional food culture and development. *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 16(S1), 2-7.
- World Bank, (2023). *Open Data*. <http://www.worldbank.org/en/understanding-poverty> <http://amerikabulteni.com/2015/10/07/dunya-bankasi-yoksul-tanimini-nedendegis-tirdi/> Erişim Tarihi: 22.02.2025.
- Yaşar, S., & Taşar, M.O. (2019). Kavramsal olarak yoksulluk ve Türkiye’de yoksullukla mücadele politikalarının etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(38), 118-144.
- Yücel, D. (2011). Türkiye’de yoksulluk sorunu ve kamu sosyal transfer harcamalarının yoksulluğa etkileri üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 383-402.

GIDALARDA SESSİZ BİR DEVRİM: YENİLEBİLİR BÖCEKLER

Handan HAMARAT*

GİRİŞ

Dünya nüfusunun 2050 yılına kadar 9,7 milyara ulaşması beklenmektedir. Dünya nüfусundaki bu artış, küresel gıda güvenliği açısından ciddi bir tehdit oluşturmaktadır (FAO, 2017; Özdal ve Nakilcioğlu, 2024). Geleneksel yöntemlerle elde edilen hayvansal kaynaklı proteinler; yüksek su tüketimi, sera gazı salımı, ormansızlaşma ve biyolojik çeşitlilik kaybı gibi çeşitli çevresel sorunlara yol açmaktadır (FAO, 2024; Gamborg ve Gjerris, 2012). Bu bağlamda, alternatif protein kaynaklarına yönelmek bir zorunluluk haline gelmiştir (Selçuk ve Gencal, 2023; Ordoñez-Araque ve Egas-Montenegro, 2021).

Yenilebilir böcekler (entomofaji); yüksek protein, doymamış yağ asitleri, B12 vitamini, demir ve çinko içeriğiyle dikkat çeken, aynı zamanda düşük çevresel etkileriyle sürdürülebilirlik açısından da avantajlı bir alternatif gıda olarak değerlendirilmektedir (Van Huis vd., 2013; Bessa vd., 2020; Oonincx vd., 2015). Hayvansal proteinlere kıyasla, daha az kaynak kullanımı gerektirmeleri ve karbon ayak izlerinin düşük olması, bu canlıları geleceğin gıda sistemlerinde önemli bir konuma taşımaktadır (Premalatha vd., 2011; FAO, 2020). Tarihsel olarak birçok kültürde böcek tüketimi yaygın olmasına rağmen, özellikle batı toplumlarında bu alışkanlık sınırlı kalmıştır (Gahukar, 2020; Ramos-Elorduy vd., 2012). Bununla birlikte, artan bilimsel araştırmalar ve sürdürülebilir gıda sistemlerine olan ihtiyaç, böcek bazlı gıdaların gıda

* Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, hhamarat@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2306-3405

endüstrisinde daha fazla yer bulmasını sağlamaktadır (Kim vd., 2019; Güney vd., 2024). Örneğin çekirge ve karides gibi türler arasında biyolojik benzerliklerin bulunması, bu canlıların gastronomik olarak değerlendirilebilirliğine dair tartışmaları da genişletmektedir. Bu kapsamda yenilebilir böceklerin besin içeriği, çevresel etkileri ve tüketici algısı çerçevesinde değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Ayrıca Türkiye’deki mevcut durum ve olası gelişim alanları da açıklanmaktadır.

YENİLENEBİLİR BÖCEKLERİN GASTRONOMİK YERİ VE ÖNEMİ

Yenilebilir Böceklerin Besin Değeri

Yenilebilir böcekler içerdiği yüksek besin değerleri ve sağlığa olan potansiyel katkıları sayesinde alternatif protein kaynakları arasında dikkat çekmektedir. Çekirge gibi bazı türler %60–70 oranında protein içermekte ve amino asit profili bakımından hayvansal proteinlerle benzerlik göstermektedir (Ramos-Elorduy, 1998; Van Der Fels-Klerx vd., 2018). Aynı zamanda esansiyel yağ asitleri, B12 vitamini, riboflavin, demir, çinko ve magnezyum açısından da zengin olan bu canlılar, özellikle beslenme yetersizliği yaşayan toplumlar için önemli bir gıda kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Van Der Fels-Klerx vd., 2018; Rumpold ve Schlüter, 2013).

Böceklerin besin bileşimi böceğin türüne, beslenme şekline ve işlenme yöntemine göre değişiklik gösterebilir. Ancak genel olarak yüksek kaliteli protein, lösin gibi esansiyel amino asitler, omega-3 ve omega-6 yağ asitleri açısından oldukça zengindir (Tan ve House, 2018; Xiaoming vd., 2010). Bazı böcek türleri özellikle larva evresinde yağ içeriği %10 ile %50 arasında değişebilir ve bu dönemdeki böcekler enerji değeri açısından daha kullanışlıdır.

Yenilebilir böceklerin insan sağlığı üzerindeki olumlu etkileri çeşitli çalışmalarda ortaya konmuştur. Kitin, yağ asitleri ve glikozaminoglikan gibi bileşenler; bağırsak sağlığını desteklemekte, probiyotik bakterilerin gelişimini teşvik etmekte ve sindirim sistemine katkı sağlamaktadır (Özdal ve Nakilcioğlu, 2024; Vangsoe vd., 2018). Cırcır böceği glikozaminoglikanlarının anti-inflamatuar etkileri olduğu, artrit gibi kronik hastalıklarda koruyucu rol oynayabileceği belirtilmektedir (Ahn vd., 2014). Ayrıca böcek bazlı diyetlerin, diyabet hastalarında kan şekeri seviyelerini düşürdüğü, oksidatif stresi azalttığı ve bağışıklık sistemini desteklediği görülmüştür (Ahn vd., 2020; Özdal ve Nakilcioğlu, 2024). Kara asker sineği larvalarıyla beslenen tavuklarda kolesterol seviyelerinin azaldığı ve kalsiyum oranlarının arttı-

ğı da deneysel çalışmalarla ortaya konmuştur (Marono vd., 2017; Özdal ve Nakilcioğlu, 2024).

B12 vitamini açısından zengin türlerin, özellikle yaşlı bireylerde bilişsel gerilemeyi önlemede ve kardiyovasküler hastalıkların riskini azaltmada etkili olabileceği de vurgulanmaktadır (D'Antonio vd., 2023; Özdal ve Nakilcioğlu, 2024). Ancak bu bulguların insanlarda daha geniş kapsamlı klinik araştırmalarla desteklenmesi gerekmektedir. Yenilebilir böcekler yüksek protein, vitamin ve mineral içeriğine sahip olmalarının yanı sıra doymamış yağ asitleri bakımından da zengindir. Özellikle un kurdu, çekirge, cırcır böceği gibi türler, aminoasit profilleri bakımından hayvansal proteinlere benzerlik göstermektedir.

Yenilebilir Böceklerde Kültürel Yansımalar ve Tüketim Alışkanlıkları

Gıda güvenliği, sürdürülebilirlik ve protein kaynaklarının çeşitlendirilmesi gibi küresel meseleler, alternatif gıda kaynaklarına olan ilgiyi artırmıştır. Bu bağlamda, entomofaji (böcek tüketimi) potansiyel bir çözüm olarak öne çıkmakta; ancak Batı toplumlarında yaygınlık kazanması çeşitli psikolojik ve kültürel bariyerlerle sınırlanmaktadır. Özellikle kültürel önyargılar, iğrenme hissi ve yeni yiyeceklerle karşı duyulan korku (neofobi), böcek temelli gıdaların benimsenmesini olumsuz yönde etkilemektedir (La Barbera vd., 2023; Ruby ve Rozin, 2019). Avrupa ve Amerika gibi bölgelerde bu tür ürünler hâlen egzotik ve alışılmadık olarak algılanmakta, bu algı da tüketim eğilimleri üzerinde negatif bir etki yaratmaktadır (Schlup ve Brunner, 2018; Kraig, 2004). Bununla birlikte, son yıllarda geliştirilen işlenmiş böcek ürünleri, özellikle böcek unuyla üretilen atıştırmalıklar ile ekmekler ve unlu mameuller, tüketici direncini azaltmakta ve bu ürünlerin benimsenmesini kolaylaştırmaktadır (Ruby ve Rozin, 2019). Özellikle ambalajlı ve görünüm olarak tanıdık gıdalarla entegre edilen böcek içerikleri, böcek tüketimine yönelik önyargıyı yumuşatmaktadır.

Türkiye’de ise böcek tüketimi henüz yaygın değildir. Ancak son yıllarda bazı gastronomi etkinliklerinde, fuarlarda ve akademik projelerde bu konuya ilgi artmaktadır (Selçuk ve Gencal, 2023). Müslüman toplumlarda helal gıda normları sebebiyle entomofajiye karşı çekinceler bulunsun da gıda güvencesi, ekonomik nedenler ve iklim krizine karşı sürdürülebilir çözümler arayışı bu bakış açısının gelecekte değişebileceğini göstermektedir (FAO, 2014). Türkiye özelinde yapılan araştırmalar, gastronomi eğitimi almış bireylerin böcek bazlı gıdalara daha açık olduğunu ortaya koymaktadır (Özkan

ve Güneş, 2020). Özellikle genç bireyler arasında, çevresel sürdürülebilirlik kaygıları doğrultusunda böcek ve türevlerinin tüketime yönelik daha yenilikçi ve açık yaklaşımlarla karşılandığı gözlemlenmektedir (Karaman, 2019). Bu eğilim, alternatif protein kaynaklarının gastronomik uygulamalarla yeniden yorumlanmasına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, böcek tüketimine ilişkin kültürel algılar, coğrafi ve sosyo-kültürel bağlama göre önemli farklılıklar göstermektedir. Örneğin, Asya’da bazı böcek türleri yüksek gastronomik değere sahip lüks tüketim ürünleri olarak kabul edilirken, Batı toplumlarında bu tür gıdalar hâlen kültürel bir tabu olarak görülmekte ve geniş çapta kabul görmemektedir (Ramos-Elorduy vd., 2012; Bukkens, 1997). Bu durum, böcek tüketiminin sadece bir beslenme tercihi değil, aynı zamanda psikolojik, kültürel ve sosyolojik bir mesele olduğunu ortaya koymaktadır.

Yenilebilir Böceklerde Çevresel Etki ve Sürdürülebilirlik

Geleneksel hayvancılık sistemlerine kıyasla, böcek yetiştiriciliği çevresel açıdan çok daha sürdürülebilir bir alternatif sunmaktadır. Böceklerin yetiştirilmesinde daha az su, yem ve arazi gereksinim duyulmasının yanı sıra düşük düzeyde sera gazı ve amonyak emisyonları ile çevresel yükü önemli ölçüde azaltmaktadır (FAO, 2020; Oonincx vd., 2015; Muslu, 2020). Bu bağlamda, FAO’nun 2014 tarihli raporunda böceklerin, artan küresel nüfusa bağlı olarak ortaya çıkan gıda güvenliği sorunlarının çözümünde etkili bir rol oynayabileceği vurgulanmaktadır. Yenilebilir böceklerin çevresel etkileri ise geleneksel kırmızı et üretimi ile karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Örneğin, 1 kg sığır eti üretimi yaklaşık 15.000 litre su gerektirirken, aynı miktarda böcek bazlı protein üretimi için yalnızca yaklaşık 2.000 litre su yeterlidir (Van Huis vd., 2013; Gamborg vd., 2018). Bu veriler, böceklerin alternatif protein kaynağı olarak çevresel sürdürülebilirliğe katkı potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, cırcır böceği gibi türler, sığırlara oranla 12 kata kadar daha verimli yem dönüşüm oranına sahiptir ve düşük değerli organik atıklarla beslenebilme özellikleri sayesinde döngüsel ekonomi ilke-leriyle uyumludur (Tekeli, 2014; Van Huis vd., 2013). Ayrıca domuz ve sığır gibi geleneksel hayvanlarla karşılaştırıldığında böceklerin amonyak salınımı çok daha düşüktür. Örneğin *Acheta domesticus* (cırcır böceği), domuzlara göre sekiz ila on iki kat daha az amonyak emisyonu üretmektedir (Halloran vd., 2017).

Sürdürülebilirlik yalnızca çevresel değil, ekonomik ve sosyal boyutları da içeren bütüncül bir kavramdır (Gamborg vd., 2018). Bu doğrultuda bö-

cek yetiştiriciliği, özellikle gelişmekte olan ülkelerde düşük maliyetli üretim imkânı sunması ve hızlı döngülerle üretilebilmesi sayesinde ekonomik sürdürülebilirlik açısından avantaj sağlamaktadır (Selçuk ve Gencal, 2023; Ordoñez-Araque ve Egas-Montenegro, 2021). Yenilebilir böcek üreticiliği küçük ölçekli çiftçiler için alternatif gelir kaynağı oluşturmalarının yanı sıra, sosyal boyutu da desteklemektedir. Hayvansal protein üretiminin neden olduğu ekosistem değişiklikleri, orman tahribatı, su tüketimi ve sera gazı emisyonları gibi çevresel sorunlara karşılık; böcek bazlı üretim sistemleri, daha az kaynak tüketimi ile daha verimli üretim modelleri sunmaktadır (Gamborg vd., 2018). Bu kapsamda, yenilebilir böceklerin çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından geleceğin gıda sistemlerinde önemli bir rol üstlenebileceği öngörülmektedir.

Yenilebilir Böceklerin Gastronomide Kullanımı

Böcekler, protein, sağlıklı yağlar ve temel amino asitler açısından zengin olmalarının yanı sıra, çevresel etkileri düşük olduğu için sürdürülebilir mutfak anlayışının da önemli bir parçası haline gelmişlerdir (Gamborg vd., 2018). Böcekler farklı formlarda tüketilebilmektedir. Bunlar; tam böcek (yumurta, larva, pupa, yetişkin form), böcek bazlı ürünler (örneğin bal, polen, doğal renklendiriciler), gıda katkı maddeleri (kitin ve kitosan gibi), un ve yağ türevleri şeklinde gıdaya entegre edilmektedir (Güneş vd., 2017; Lucas vd., 2019). Özellikle kızartma yağları, mayonezler ve çeşitli gıda sınıfı yağlarda böcek yağlarının kullanılabilirliği artmaktadır.

Yenilebilir böcekler, özellikle moleküler gastronomi ve deneysel mutfaklar başta olmak üzere yaratıcı sunumlarda kullanılmaktadır. Ayrıca gastronomi eğitiminde farklı tat ve dokularla deneyim kazandırmak amacıyla ders içeriklerine dahil edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla yenilebilir böcekler, yalnızca yüksek besin değerleri ile değil, aynı zamanda çok yönlü gastronomik uygulamalarıyla dikkat çekmektedir.

Günümüzde böceklerin un, çikolata, protein barı, cips, kurabiye, kraker ve atıştırmalık formlarında işlenerek tüketiciye sunulması yaygınlaşmaktadır. Avrupa’da özellikle böcek unuyla yapılan ürünlerin yaygınlaşması dikkat çekicidir (Schlup ve Brunner, 2018). Araştırmalar, tüketicilerin doğrudan böcek tüketimine karşı mesafeli durduğunu, ancak un veya toz formundaki ürünleri daha fazla kabul ettiğini göstermektedir (Tan vd., 2017; Orkusz vd., 2020). Özellikle çekirgeler, yüksek protein içeriği ve düşük çevresel etkileri ile öne çıkmaktadır. Biyolojik yapılarının karideslere benzemesi nedeniyle,

özellikle deniz ürünlerine alışkın bireyler için alternatif bir besin kaynağı olarak değerlendirilmektedir (Ssepuuya vd., 2017; Hanboonsong ve Durst, 2014). Karides ise dünya genelinde yaygın olarak tüketilen bir eklembacaklı olup, hem besin değeri hem de gastronomik çeşitliliği açısından önemlidir (Simopoulos, 2008).

Böceklerin unlu mamullerle entegrasyonu da dikkat çekici bir alan oluşturmaktadır. Örneğin çekirge tozu içeren kurabiyeler, geleneksel unlu mamullere kıyasla daha yüksek protein ve besin değerleri sunmakta; daha yoğun aroma ve kırıntı doku kazandırarak tat profiline yenilik katmaktadır (Amoah vd., 2023; Semerci ve Özer, 2011). Çekirge tozunu %1 oranında içeren kurabiyeler üzerine yapılan çalışmada, bu ürünler duyuusal değerlendirmede en çok beğenilenler arasında yer almıştır (Güney vd., 2024). Bu bağlamda tüketici algısına ilişkin yapılan çalışmalar, böcek bazlı gıdalara olan ilginin giderek arttığını ortaya koymaktadır. Örneğin, akademik bir çalışmada katılımcıların %85'i çekirgeli kurabiyeyi satın alabileceğini ifade etmiş, bu da potansiyel pazar gelişimini desteklemektedir (Güney vd., 2024). Ancak özellikle Batı toplumlarında gıda neofobisi (yeni gıdalardan korku), entomofajinin yaygınlaşmasını yavaşlatmaktadır (Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019). Bu nedenle, böcek bazlı gıdaların görünmeyen ve işlenmiş formlarda sunulması, kabul düzeyini artırma açısından önemlidir.

YENİLENEBİLİR BÖCEKLERİN TOPLUMSAL ALGIDA KABUL SÜRECİ

Yenilebilir böceklerin gastronomi dünyasında yaygınlaşmasının önünde kültürel tabular, bilgi eksikliği ve algısal bariyerler yer almaktadır. Batı toplumlarında 'iğrenme' duygusuyla ilişkilendirilmesi tüketiminin önünde önemli bir engel teşkil etmektedir.

Küresel gıda güvenliği sorunlarının giderek artması, alternatif beslenme kaynaklarının araştırılmasını zorunlu kılmış ve bu kapsamda yenilebilir böcekler önemli bir çözüm olarak değerlendirilmiştir. Entomofaji, yani böcek tüketimi, yalnızca geleneksel beslenme kültürlerinin bir parçası olmakla kalmayıp, aynı zamanda sürdürülebilir protein kaynakları arasında yerini almaktadır. Araştırmalar, özellikle gelişmekte olan ülkelerde böceklerin, hem doğrudan gıda olarak hem de bileşen şeklinde kullanılarak beslenmeye entegre edildiğini göstermektedir (Asiltürk ve Okutan, 2024). Bununla birlikte, böceklerin protein, vitamin ve mineral içeriklerinin oldukça yüksek olduğu ve çevresel etkilerinin geleneksel hayvansal üretim sistemlerine göre çok daha düşük olduğu da vurgulanmaktadır. Ancak, entomofajinin yaygın-

laşmasının önündeki en büyük engel, tüketici algısı ve kültürel önyargılardır. Asiltürk ve Okutan (2024) tarafından Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencileriyle yapılan çalışmada, böcek tüketimine ilişkin algıların bireylerin etnik gıda deneyimleri ve gıda ürünü seçiminde önem verdikleri faktörlerle anlamlı şekilde farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Özellikle etnik gıdaya daha az aşına olan bireylerin entomofajiye karşı daha olumsuz tutumlar geliştirdikleri görülmüştür. Ayrıca, fiyat faktörü gibi pratik unsurların da böcek bazlı ürünlerin benimsenmesini etkileyebileceği saptanmıştır. Bu bulgular, entomofajinin yaygınlaşması için duyuusal eğitimler, ürünlerin işlenmiş formlarda sunulması ve pozitif medya temsillerinin önemini ortaya koymaktadır (Asiltürk ve Okutan, 2024).

Tüketicilerin bilinçlendirilmesi ve gastronomik olarak cazip sunumlarla bu algının dönüştürülmesi mümkündür. Bu bağlamda medya ve gastronomi dünyasındaki kanaat önderlerinin rolü büyüktür. Yenilebilir böceklerin besin değeri ve çevresel avantajları ön plana çıkarken, bu gıdaların tüketimiyle ilgili bazı güvenlik ve kültürel endişeler de gündemdedir. Öncelikle böceklerin toksikolojik ve alerjenik potansiyeli, türlerine, beslendikleri organik materyallere ve işleme yöntemlerine göre farklılık gösterebilir (Raheem vd., 2019). Kabuklu deniz ürünlerine alerjisi olan bireylerde, böcek proteinlerine karşı çapraz reaksiyon riski bulunduğu için özel dikkat gerekmektedir (Broekman vd., 2017). Kültürel ve dini inançlar da entomofajinin yaygınlaşmasını etkileyen önemli faktörlerdendir. Türkiye gibi Müslüman nüfusun yoğun olduğu toplumlarda helal gıda kriterleri nedeniyle böcek tüketimine mesafeli yaklaşıldığı gözlemlenmektedir. Ancak artan gıda yetersizliği ve ekonomik baskılar nedeniyle bu yaklaşımın gelecekte değişebileceği öngörülmektedir (FAO, 2014; Selçuk ve Gencal, 2023).

Psikolojik faktörler belki de entomofajinin benimsenmesini etkileyen önemli unsurlardır. Gıda neofobisi, yani yeni yiyeceklere karşı duyulan korku, özellikle Batı'daki tüketicilerde böcek bazlı ürünlere karşı mesafeli yaklaşımın temel nedenlerinden biridir (La Barbera vd., 2023; Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019). Yapılan çalışmalar, tüketicilerin doğrudan böcek formundaki ürünleri reddederken, un veya işlenmiş formatlardaki böcek bazlı gıdalara daha ılımlı yaklaştıklarını göstermektedir (Ruby ve Rozin, 2019; Orkus vd., 2020). Tüm bu veriler ışığında, böcek tüketiminin yaygınlaşması yalnızca ekonomik ve çevresel değil, aynı zamanda kültürel, psikolojik ve dini perspektiflerden de değerlendirilmelidir. Bu çok katmanlı yaklaşım, entomofajinin gelecekteki pozisyonunu daha iyi anlamak açısından önemlidir (Bukkens,

1997). Yapılan tüm bu çalışmalar incelendiğinde böcek tüketiminin zamanla başka alternatiflerde değerlendirilmesi ve kendi şekillerinin dışında bir formda işlenmeleri böcek tüketimini daha kabul edilir bir sürece evirmektedir. Dolayısıyla böcek tüketiminin zamanla artacağı öngörülmektedir.

NEOFOBİ GÖLGESİNDE YEME DAVRANIŞI: BÖCEK BAZLI GIDALARDA TÜKETİCİ BARIYERLERİ

Artan dünya nüfusu ve sürdürülebilir protein ihtiyacı, entomofaji yani böcek tüketimini giderek daha önemli bir alternatif haline getirmektedir. Entomofaji, çevre dostu üretim koşulları, yüksek protein içeriği ve düşük karbon ayak izi ile geleneksel hayvansal protein kaynaklarına güçlü bir rakip olarak öne çıkmaktadır (Güney vd., 2024). Ancak entomofaji yalnızca ekolojik ya da beslenme temelli bir konu değil; aynı zamanda kültürel, dini ve psikolojik faktörlerden de etkilenen çok katmanlı bir yaklaşımdır. Dünya genelinde 2 milyardan fazla insanın düzenli olarak böcek tüketmesine rağmen, Batı toplumlarında hâlâ böceğe yönelik tüketim isteksizliği yaygındır (Bessa vd., 2020; Ramos-Elorduy, 1998). Bununla birlikte, un haline getirilmiş böcek tozlarının unlu mamullerde kullanılmasıyla tüketici kabulünün arttığı, yapılan duyuşal değerlendirme çalışmalarıyla ortaya konulmuştur (Amoah vd., 2023; Semerci ve Özer, 2011). Batı toplumlarında ise böcek tüketimine karşı yaygın olan “iğrenme” refleksi, kültürel bariyerlerin bir yansımasıdır. Bu durum, entomofajiyi “uygunsuz” bir davranış olarak değerlendirme eğiliminden kaynaklanmaktadır (Kraig, 2004; Ramos-Elorduy vd., 2012; Karaman, 2019). Buna karşılık Asya gibi bazı bölgelerde böcekler, yüksek besin değeri ve geleneksel kökleri nedeniyle lüks bir gıda olarak kabul görmektedir (Schlup ve Brunner, 2018).

Gıda neofobisi, bireylerin tanımadıkları ya da alışık olmadıkları gıdaları tüketme konusunda isteksizlik yaşamasıyla karakterize edilen bir psikolojik durumdur (Koç Apuhan ve Kement, 2022). Bu eğilim, özellikle erken çocukluk döneminde yoğun olarak gözlemlenmekte ve bireyin yetişkinlikteki beslenme tercihlerine kadar etkisini sürdürebilmektedir (Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019). Gıda neofobisinin kökeni “hepçil ikilemi”ne dayandırılmakta; bireylerin bilinmeyen gıdalardan potansiyel zarar görebileceği düşüncesiyle temkinli davrandıkları öne sürülmektedir (Pollan, 2007). Araştırmalar, çekirge gibi böcek bazlı ürünlerin daha az tanınan, doğrudan görünmeyen formlarda (örneğin kurabiye ya da protein barı) sunulduğunda tüketiciler tarafından daha kabul edilebilir bulunduğunu göstermektedir (Orkusuz vd., 2020;

Güney vd., 2024). Bu da, entomofajinin yaygınlaşması için işlenmiş ürün formatlarının önemini ve neofobiyle mücadelede duyuşal deneyimlerin rolünü ortaya koymaktadır. Bunun yanında, bazı böcek türlerinin uygun hijyenik koşullarda yetiştirilmemesi ve yeterince işlenmeden tüketilmesi durumunda patojenik mikroorganizmalar taşıyabileceğı belirtilmektedir. Bu durum, gıda zehirlenmeleri ve mikrobiyolojik riskler açısından önem taşımaktadır (Van Der Fels-Klerx vd., 2018). Bu nedenle üretim zincirinin her aşamasında güvenlik standartlarına uygunluk, insan sağığının korunması açısından kritik öneme sahiptir.

SONUÇ

Yenilebilir böcekler, yüksek protein içeriğı, düşük çevresel etkileri ve ekonomik üretim avantajları sayesinde geleceğın sürdürülebilir gıda kaynakları arasında önemli bir yer edinmektedir (FAO, 2021; Selçuk ve Gencal, 2023; Huis, 2013). Artan dünya nüfusu, gıda güvenliğı sorunları ve geleneksel hayvancılığın çevresel yükü dikkate alındığında, alternatif protein kaynaklarına olan ihtiyaç gün geçtikçe artmaktadır (Muslu, 2020; Gamborg vd., 2018).

Böcekler, besin değerlerinin yanı sıra üretim sırasında daha az su ve yem kullanmaları, sera gazı salımının düşük olması ve organik atıklarla beslenebilmeleri gibi özellikleriyle çevre dostu bir seçenek sunmaktadır (Van Huis vd., 2013). Bununla birlikte, alerjen potansiyeli, mikrobiyolojik riskler ve gıda güvenliğı konularında daha fazla bilimsel çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Raheem vd., 2019; Broekman vd., 2017).

Tüketici algısı, entomofajinin yaygınlaşmasındaki en büyük engellerden biridir. Özellikle Batı toplumlarında kültürel önyargılar ve gıda neofobisi, böcek tüketimini sınırlamaktadır. Ancak yapılan araştırmalar, işlenmiş ve un formunda sunulan böcek bazlı ürünlerin kabul oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Tan vd., 2017; Orkusz vd., 2020; Akar Şahingöz ve Ceylan, 2019). Türkiye’de de benzer bir tablo söz konusudur. Helal gıda kriterleri, bilinç eksikliğı ve kültürel bariyerler nedeniyle böcek tüketimi sınırlı kalmaktadır. Ancak gastronomi eğitimleri, duyuşal deneyimler ve bilinçlendirme faaliyetleri, bu algının zamanla değişebileceğine işaret etmektedir (Özkan ve Güneş, 2020; FAO, 2014; Karaman, 2019).

Araştırmalar, çekirge tozu gibi işlenmiş ürünlerin tüketici kabulünü artırabileceğini ve gastronomi turizmi ile entegre edilmesi durumunda entomofajinin toplumda daha geniş kabul görebileceğini ortaya koymaktadır (Güney vd., 2024; Herbert ve Beacom, 2021).

Sonuç olarak, yenilebilir böceklerin gıda sistemine entegre edilebilmesi için şu adımlar kritik önemdedir:

- Tüketici farkındalığının artırılması,
- İşlenmiş ürünlerin teşvik edilmesi,
- Yasal ve güvenlik standartlarının oluşturulması,
- Gastronomik inovasyon ve pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi.

Bu unsurlar sağlandığında, böcek bazlı gıdalar hem gıda güvenliği hem de sürdürülebilirlik açısından güçlü bir alternatif olarak öne çıkacaktır (Kim vd., 2019; Tan ve House, 2018; Özdal ve Nakilcioğlu, 2024).

Yenilebilir böcekler, hem sürdürülebilirlik hem de besin değeri açısından gastronomi dünyası için bir alternatiftir. Bu potansiyelin tam anlamıyla hayata geçirilebilmesi için tüketici eğitimi, gastronomik inovasyonlar ve kültürel duyarlılık göz önünde bulundurulmalıdır. Bütün bu gelişmeler yaşanırken helal gıda hassasiyeti olan toplumlar için böcek bazlı ambalajlı ürünlerin etiket kodları ve gerekli açıklamalar yazılmalı ve bu hassasiyet göz önünde bulundurulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahn, M. Y., Han, J. W., Hwang, J. S., Yun, E. Y. & Lee, B. M. (2014). Anti-inflammatory effect of glycosaminoglycan derived from gryllus bimaculatus (A type of cricket, insect) on adjuvant-treated chronic arthritis rat model. *Journal of Toxicology and Environmental Health*, 77(22–24), 1332–1345. <https://doi.org/10.1080/15287394.2014.951591>.
- Ahn, M.Y., Kim, B.J., Kim, H.J., Jin, J.M., Yoon, H.J., Hwang, J.S., & Lee, B.M. (2020). Anti-diabetic activity of field cricket glycosaminoglycan by ameliorating oxidative stress. *BMC Complementary Medicine And Therapies*, 20(1): 232.
- Akar Şahingöz, S., & Ceylan, V. (2019). Yetişkin bireylerde gıda neofobi düzeyinin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7(2): 772-784.
- Amoah, I., Cobbinah, J.C., Yeboah, J.A., Essiam, F.A., Lim, J.J., Tandoh, M.A., & Rush, E. (2023). Edible insect powder for enrichment of bakery products – A review of nutritional, physical characteristics and acceptability of bakery products to consumers. *Future Foods*, 100251. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2023.100251>
- Asiltürk, Y., & Okutan, Y. (2024). Yeni nesil gastronomi: Yenilebilir böceklerin tüketimine ilişkin algıların ölçülmesi. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 11(2), 81–99. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12594033>.

- Bessa, L.W., Pieterse, E., Sigge, G., & Hoffman, L. C. (2020). Insects as human food: From farm to fork. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 100(14), 5017–5022.
- Broekman H.C.H.P., Knulst A.C., de Jong G., Gaspari M., den Hartog Jager C.F., Houben G.F., & Verhoeckx K.C.M. (2017). Is mealworm or shrimp allergy indicative for food allergy to insects?. *Molecular Nutrition and Food Research*, 61(9), 1601061.
- Bukkens, S. G. (1997). The nutritional value of edible insects. *Ecology of Food and Nutrition*, 36(2-4), 287-319.
- D'Antonio, V., Battista, N., Sacchetti, G., Di Mattia, C., & Serafini, M. (2023). Functional properties of edible insects: a systematic review. *Nutrition Research Reviews*, 36(1): 98–119. <https://doi.org/10.1017/S0954422421000366>
- FAO, (2014). *Food and Agriculture Organization of the United Nations*. Rome, Italy.
- FAO. (2017). *The future of food and agriculture: Trends and challenges*. Rome, Italy.
- FAO. (2020). *Insects For Food And Feed. The Contribution Of Insects To Food Security, Live-Lihoods and The Environment*. <http://www.fao.org/edible-insects/en/>. Erişim Tarihi: 16.04.2024.
- FAO. (2024). *Asian Migratory Locust*, <https://www.fao.org/locusts-cca/bioecology/asian-migratory-locust-lmi/es/> Erişim Tarihi: 16.04.2024.
- Gahukar R.T. (2020). Edible insects collected from forests for family livelihood and wellness of rural communities: A review. *Global Food Security*, 25, 100348.
- Gamborg, C., Röcklinsberg, H. & Gjerris, M. (2018). Sustainable proteins? Values related to insects in food systems. Halloran, A., Flore, R., Vantomme, P. & Roos, N. (Ed.), *Edible Insects in Sustainable Food Systems* (199-212), İsviçre: Springer International Publishing.
- Güneş, E., Sormaz, Ü. & Nizamlioğlu, H. F. (2017). Gıda ve turizm sektöründe böceklerle yer var mı? *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 63-75.
- Güney, S. K., Bedir, İ., & Sarıal, E. (2024). Yenilebilir böcek kavramı ve unlu mamulde kullanımı: Yenilebilir çekirge (*Locusta migratoria*) içeren kurabiyelerin duyu kalitesinin incelenmesi. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 12(s2), 2216–2221.
- Halloran, A., Hanboonsong, Y., Roos, N. & Bruun, S. (2017). Life cycle assessment of cricket farming in North-Eastern Thailand. *Journal of Cleaner Production*, 156: 83–94.
- Hanboonsong, Y., & Durst, P. B. (2014). *Edible insects in Lao PDR: Building on tradition to enhance food security*. Food and Agriculture Organization (FAO).
- Herbert, M., & Beacom, E. (2021). Exploring consumer acceptance of insect-based snack products in Ireland. *J. Food Products Market*. 27(6), 267–290.

- Karaman, R., & Bozok, D. (2019). Alternatif besin kaynağı olarak çekirge: Nitel bir uygulama. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1573-1587.
- Kim, T.K., Yong, H.I., Kim, Y. B., Kim, H.W., & Choi, Y.S. (2019). *Edible insects as a protein source: A review of public perception*, Processing Technology, and Research
- Koç Apuhan, A., & Kement, Ü. (2022). The effect of gastro-tourists locavorism and food personality features on local food purchase intention: Gaziantep province sample. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 211-223.
- Kraig, B. (2004). Entomophagy. In R. Hosking (Ed.), *Wild Food: Proceedings of the Oxford Symposium on Food and Cookery* (176-183). Prospect Books.
- La Barbera, F., Amato, M., & Verneau, F. (2023). Beyond Meat: Alternative Sources of Proteins to Feed the World. *Nutrients*, 15(13), 2–5. <https://doi.org/10.3390/nu15132899>
- Lucas, A.J.D.S., Oliveira, L.M.D., Da Rocha, M., & Prentice, C. (2019). Edible insects: An alternative of nutritional, functional and bioactive compounds. *Food Chemistry*, 311, 1-40.
- Marono, S., Loponte, R., Lombardi, P., Vassalotti, G., Pero, M. E., Russo, F., & Bovera, F. (2017). Productive performance and blood profiles of laying hens fed *Hermetia illucens* larvae meal as total replacement of soybean meal from 24 to 45 weeks of age. *Poultry Science*, 96(6): 1783–1790. <https://doi.org/10.3382/ps/pew461>
- Muslu M. (2020). Sağlığın geliştirilmesi ve sürdürülebilir beslenme için alternatif bir kaynak: Yenilebilir böcekler. *Gıda*, 45(5): 1009-1018.
- Oonincx, D.G.A.B., Van Broekhoven, S.V., Van Huis, A. & Van Loon, J.J.A. (2015). Feed conversion, survival and development, and composition of four insect species on diets composed of food by-products. *PLoS ONE*, 10, e0144601.
- Ordoñez-Araque R., & Egas-Montenegro E. (2021). Edible insects: A food alternative for the sustainable development of the planet. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 100304. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100304>.
- Orkusz, A., Wolanska, W., Harasym, J., Piwowar, A., & Kapelko, M. (2020). Consumers' attitudes facing entomophagy: Polish case perspectives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2427.
- Özdal, H.R., & Nakilcioğlu, E. (2024). Alternatif protein kaynağı olarak yenilebilir böcekler ve tüketici kabulü. *GIDA*, 49(3), 567-579.
- Özkan, M. & Güneş, E. (2020). Alternatif gıda kaynağı olarak yenilebilir böceklerin böceklerin kullanımına dair bakış açılarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 839-851.
- Pollan, M. (2007). *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*. London: The Penguin Press.
- Premalatha, M., Abbasi, T., Abbasi, T., & Abbasi, S. A. (2011). Energy efficient food production to reduce global warming. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 15(9), 4357-4360.

- Raheem, D., Raposo, A., Oluwole, O.B., Nieuwland, M., Saraiva, A., & Carrascosa, C. (2019). En-tomophagy: Nutritional, ecological, safety and legislation aspects. *Food Research International*, 126, 108672.
- Ramos-Elorduy, J. (1998) *Creepy Crawly Cuisine: The Gourmet Guide to Edible Insects*. Rochester, Paris: Park Street Press.
- Ramos-Elorduy, J., Moreno, J.M.P., Prado, E.E., Perez, M.A., Otero, J.L., & De Guevara, O.L. (2012). Nutritional value of edible insects from the state of Oaxaca, Mexico. *Journal of Food Composition and Analysis*, 10(2), 142-157.
- Ruby M.B., & Rozin, P. (2019). Disgust, sushi consumption, and other predictors of acceptance of insects as food by Americans and Indians. *Food Quality and Preference*, 74, 155-162.
- Rumpold, B.A., & Schlüter, O.K. (2013). Nutritional composition and safety aspects of edible insects. *Molecular Nutrition and Food Research*, 57: 802–823.
- Schlup, Y., & Brunner, T. (2018). Prospects for insects as food in Switzerland: A tobit regression. *Food Quality and Preference* 64: 37-46, 10.1016/j.foodqual.2017.10.010
- Selçuk, G.N., & Gencal, A. (2023). Alternatif gıda olan yenilebilir böcekler. *Gastro-Dünya Dergisi*, 2(2), 1-12.
- Semerci, A., & Özer, S. (2011). Türkiye’de ayçiçeği ekim alanı, üretim miktarı ve verim değerinde olası değişimler. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8 (3), 46-52
- Simopoulos, A.P. (2008). The importance of omega-6/omega-3 fatty acids in cardiovascular health. *Experimental Biology and Medicine*, 233(6), 674-688.
- Ssepuuya, G., Mukisa, I.M., & Nakimbugwe, D. (2017). Nutritional composition and quality of processed *Ruspolia nitidula*. *Food Science & Nutrition*, 5(1), 103-112.
- Tan, H.S.G., Verbaan, Y.T., & Stieger, M. (2017). How will better products improve the sensory liking and willingness to buy insect-based foods? *Food Research International* 92: 95-105, <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2016.12.021>
- Tan, H.S.G. & House, J. (2018). Consumer acceptance of insects as food: Integrating psychological and socio-cultural perspectives, Halloran, A., Flore, R., Vantomme, P. & Roos, N. (Ed.), *Edible Insects in Sustainable Food Systems* (375-386), *İsviçre: Springer Publishing*.
- Tekeli, A. (2014). Hayvan beslemede alternatif protein kaynağı olarak böceklerin kullanımı. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 1(4), 531-538.
- Van Der Fels-Klerx, H.J., Camenzuli, L., Belluco, S., Meijer, N., & Ricci, A. (2018). Food safety issues related to uses of insects for feeds and foods. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 17(5), 1172-1183. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12385>
- Van Huis, A., Van Itterbeeck, J., Klunder, H., Mertens, E., Halloran, A., Muir, G. & Vantomme, P., (2013). *Edible insects future prospects for food and feed security*. FAO.

- Vangsoe, M.T., Thogersen, R., Bertram, H.C., Heckmann, L.H.L., & Hansen, M. (2018). Ingestion of insect protein isolate enhances blood amino acid concentrations similar to soy protein in a human trial. *Nutrients*, 10(10).
- Xiaoming, C., Ying, F., & Hong, Z. (2010). Review of the nutritive value of edible insects. Edible insects and other invertebrates in Australia: Future prospects, proceedings of a workshop on Asia-Pacific resources and their potential for development, 19–21 February 2008, Bangkok 2010, pp. 85–92.

TABAKTA İKİNCİ BİR HAYAT: ATIKLARDA YENİ TATLARIN KEŞFİ

Yusuf BAYATKARA*

GİRİŞ

Günümüzde artan nüfus, değişen tüketim alışkanlıkları ve sanayileşmenin etkisiyle gıda israfı küresel ölçekte çevresel, ekonomik ve etik bir sorun haline gelmiştir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütüne (FAO) göre dünya genelinde her yıl 1,3 milyar ton gıda israf edilmekte, bu israfın büyük bir kısmı sebze ve meyve gibi kısa ömürlü ürünlerden kaynaklanmaktadır (Onur vd., 2025). Bu bağlamda, gıda atıklarının yalnızca bertaraf edilmesi gereken bir artık değil, yeniden değerlendirilebilecek bir kaynak olduğu fikri gastronomi literatüründe giderek daha fazla yer bulmaktadır (Tiku ve Matsubae, 2025).

Gastronomi disiplini, yalnızca yemek hazırlama sanatı olarak değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ilkelerinin pratiğe dönüştüğü bir alan olarak da yeniden tanımlanmaktadır. Circular gastronomy (döngüsel gastronomi) kavramı, bu dönüşümün merkezinde yer almakta olup üretimden tüketime, ardından atığın doğaya veya mutfağa yeniden kazandırılmasına kadar geçen süreci bütünsel bir döngü olarak ele almaktadır (Nyberg vd., 2022). Özellikle mutfaklarda ortaya çıkan sebze atıklarının – örneğin kabuk, sap, yaprak ve çekirdek gibi “*yenmeyen*” parçaların – yaratıcı gastronomik tekniklerle yeni ürünlere dönüştürülmesi bu döngüsellliği desteklemektedir (Şahanlık, 2023).

* Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, ybayatkarat@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8789-7006

Yaratıcılığın sürdürülebilirlikle birleştiği bu noktada, aşçı adaylarının eğitimi de büyük önem arz etmektedir. Öğrencilerin yalnızca teknik beceri değil; çevresel farkındalık, kültürel miras bilinci ve tüketici psikolojisi gibi disiplinler arası yetkinlikler geliştirmesi, sürdürülebilir gastronomi anlayışının geleceğini şekillendirecektir (Malinowska vd., 2024). Nitekim Onur ve arkadaşlarının (2025) yaptıkları araştırmada, yaratıcı mutfak uygulamaları ile gıda atığı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, öğrencilerin bu yöndeki farkındalığının israf azaltımına doğrudan katkı sunduğunu ifade etmektedir.

Bu kitap bölümü, mutfakta ortaya çıkan sebze atıklarının gastronomi açısından yeniden değerlendirilmesine odaklanmaktadır. Atığın tanımından işlevsel gıda dönüşümüne, eğitim kurumlarının rolünden tüketici kabulüne kadar farklı boyutları bütüncül bir şekilde ele almaktadır. Her bir alt başlık, ilgili bilimsel literatürle desteklenerek, tabakta ikinci bir hayat bulmuş sebze atıklarının nasıl yeni tatlara dönüştüğünü örneklerle ortaya koymaktadır.

ATIĞIN KAPSAMI ve MUTFAKTA DÖNÜŞÜM POTANSİYELİ

Atık Yönetimi Yönetmeliğine göre atık; “üreticisi veya fiilen elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişi tarafından çevreye atılan veya bırakılan ya da atılması zorunlu olan herhangi bir madde veya materyal” olarak tanımlanmaktadır. Atık gıda ürünü gıda kayıpları, gıda atıkları ve gıda israfı olmak üzere üç ayrı kavram olarak görülmektedir. Gıda kayıpları, tedarik zinciri boyunca insan tüketimine uygun yenilebilir gıdaların miktarında meydana gelen azalmayı ifade etmektedir. Bu kayıplar, genellikle tarımsal üretim süreçleri ile depolama, altyapı, paketlenme ve pazarlama aşamalarındaki teknik yetersizlikler nedeniyle ortaya çıkarken gıda atıkları, gıda tedarik zincirinin perakende ve nihai tüketim aşamalarında, perakendecilerin ve tüketicilerin davranışlarına bağlı olarak ortaya çıkan kayıplar olarak meydana gelmektedir. Gıda atıkları ise perakende ve tüketim aşamalarında, insan tüketimi için hâlâ uygun olan gıdaların israf edilmesiyle oluşan kayıplar olarak ifade edilmektedir (Çirişoğlu ve Akoğlu, 2021).

Atıkların azaltılması, geri dönüştürülmesi ve yeniden kullanılması temelli atık yönetimi uygulamaları, günümüz iş dünyasında işletmeler için kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu uygulamaların benimsenmesi, sürdürülebilirlik kapsamında işletmelerin temel sosyal sorumlulukları arasında yer almaktadır. Çevreye duyarlı politikalar geliştirmek, işletmelere hem kurumsal itibar kazandırmakta hem de çevre bilincine sahip tüketiciler tarafından tercih edilme olanağı sunmaktadır (Baytok vd., 2015).

Gıda israfı küresel düzeyde hem çevresel hem ekonomik etkileri olan ciddi bir sorundur. FAO'ya göre dünya genelinde yılda yaklaşık 1,3 milyar ton gıda kaybı veya israfı gerçekleşmektedir (FAO, 2020a). Bu bağlamda, sebze atıkları mutfaklarda en sık karşılaşılan ve genellikle doğrudan çöpe giden atık türüdür. Manizales Özerk Üniversitesinin mutfak atölyelerinde yapılan 18 haftalık gözlemde 351 kg sebze atığı tespit edilmiştir. Bu atıkların büyük çoğunluğu kabuk, çekirdek ve yaprak gibi “*geleneksel olarak tüketilmeyen*” kısımlardan oluşmaktadır (Rocha Ruiz vd., 2024).

Gıda israfını önlemek, yalnızca tek bir unsurla değil, tüm etkenlerin birlikte değerlendirilmesiyle mümkündür. Bu nedenle, gıda hizmeti sektöründe israfın önlenmesi ve yönetimi bütüncül bir yaklaşım gerektirir. Gıda israfı, bir işletmenin üretim sürecinin çeşitli aşamalarında ortaya çıkar ve alınan önlemler işletmenin farklı operasyonel noktalarını etkiler. Dolayısıyla, israfın kontrolü yalnızca belirli bir departmanın değil, organizasyonun tüm seviyelerinde alınan kararlar ve yürütülen faaliyetlerin bir sonucudur. Bu bağlamda, yetkin çalışanların rolünün tarif ve menü planlaması, porsiyon boyutlarının izlenmesi, yönetim ve planlama süreçleri ile tüm faaliyetlerin belgelenmesi gibi günlük liderlik uygulamaları özellikle önem kazanmaktadır (Heikkilä vd., 2016).

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) 2021 yılı Gıda Atık İndeks Raporunda 2019 yılı itibarıyla küresel düzeyde yaklaşık 931 milyon ton gıda israfı gerçekleştiğini ve bunun %61'inin hanelerden, %26'sının gıda hizmetleri sektöründen, %13'ünün ise perakende sektöründen kaynaklandığını ortaya koymuştur. Ayrıca aynı raporda toplam küresel gıda üretiminin yaklaşık %17'sinin tüketime ulaşmadan israf edildiğini ve özellikle tüketici düzeyindeki israfın, FAO'nun 2011 tahminlerinin en az iki katı olduğunu göstermektedir.

Gıda atıklarını sistematik biçimde yeniden değerlendirerek, sürdürülebilir geri kazanım yöntemleri, fermentasyon teknolojileri ve yaratıcı gastronomik uygulamalar gibi yenilikçi süreçler aracılığıyla besin değeri yüksek ve katma değeri artırılmış ürünlere dönüştürmek amaçlanmaktadır. Bu döngüsel yaklaşım, yalnızca gıda atıklarının çevresel etkilerini en aza indirmekle kalmayıp, aynı zamanda yeni gastronomik deneyimlerin, gıda inovasyonlarının ve ekonomik fırsatların oluşumunu da teşvik etmeyi hedeflemektedir (Martin- Gomez vd., 2024). Bu bağlamda “*circular gastronomy*” kavramı, diğer bir ifadeyle döngüsel gastronomi, mutfaklarda oluşan gıda atıklarının yeniden kaynak olarak değerlendirilmesi benimsemekte ve kavramsallaştırmak-

tadır (Nyberg vd., 2022). Tam da bu nokrada döngüsel gastronomi kavramı, toprağa ekilen ürünün sofraya uzanan yolculuğunu tamamlayarak doğaya geri dönüşünü, yani “*çevrimsel döngü*” yaklaşımı üzerinden şekillenmektedir.

Oosterveer (2006), gıda sistemlerinin yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal krizleri tetiklediğini belirtmekte, bu bağlamda gıda atıklarının döngüsel bir yaklaşımla yeniden değerlendirilmesinin önemine vurgu yapmaktadır. Benzer şekilde, “*Gastronomy and Beyond*” girişimi de gıda üretimi, tüketimi ve israfı gibi başlıklarda sürdürülebilirlik temelli dönüşüm ihtiyacını dile getirerek, bu dönüşümün toplumun tüm paydaşlarının katılımıyla mümkün olabileceğini savunmaktadır (Balderas-Cejudo vd., 2025).

Sürdürülebilir gastronomi, yalnızca gıda üretiminin çevresel etkilerini azaltmayı değil, aynı zamanda gastronomi sisteminin sosyal ve ekonomik etkilerini de dönüştürmeyi hedefler. Bu çerçevede gastronomi sektörü, besin hammaddelerinin işlenerek tüketiciye sunulması sürecinde ortaya çıkan israfı en aza indirmeyi, yani atığı dönüştürmeyi amaçlamaktadır (Arslan vd., 2023). Örneğin küresel ölçekte gıda güvenliğine kayda değer katkılar sunan su ürünleri endüstrisi, balıkların yaklaşık %30-%70’lik kısmını oluşturan pullar, yüzgeçler, iç organlar ve kemikler gibi tüketilmeyen bileşenlerin atık olarak değerlendirilmesi sonucunda yüksek miktarda endüstriyel atık üretmekte olup; yalnızca pullar ve kemikler, toplam atığın %14-%20’sine tekabül etmektedir; bu doğrultuda, yıllık su ürünleri üretiminin 200 milyon tona ulaşması ve bunun en az 50 milyon tonunun işlenmeden atık hâlinde kalmasının öngörülmesi, bu yan ürünlerin gastronomik süreçlere entegre edilerek sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde yeniden işlevselleştirilmesini zorunlu kılmakta ve mutfak dönüşümüne yönelik stratejik yaklaşımları her zamankinden daha elzem hâle getirmektedir (Dikel ve Dikel, 2024).

Fiziksel atığın doğrudan bertarafından ziyade, sürdürülebilirliğin bireysel farkındalık, anlam üretimi ve değer yaratımı boyutlarıyla ilişkilendirilmesi, gastronomik dönüşüm potansiyeline odaklanılmasını mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda gastronomi, bireylerin sürdürülebilirliğe ilişkin kavrayışlarını şekillendiren ve yemek aracılığıyla toplumsal düzeyde ileten bir araç olarak değerlendirilmekte; sürdürülebilir yemekler ise yalnızca malzemelerin çevresel uygunluğunu değil, aynı zamanda bireylerin duyuşal deneyimlerini ve kültürel bağlamlarını da içermektedir (Çavuşoğlu & Durmaz, 2020; Östergren vd., 2023).

GASTRONOMİDE YARATICILIK: ATIKLARDAN YENİ TARİFLERE

Gıda atıkları, yapısal olarak atık akışının önemli bir bölümünü oluşturmakta ve bu durum, son yıllarda çok sayıda akademik çalışmanın odağı haline gelmektedir. Avrupa Parlamentosu’nun (2017) verilerine göre, Avrupa’da üretilen gıdaların yaklaşık beşte biri israf edilmekte olup bu israf, yıllık 88 milyon ton gıdaya tekabül etmektedir. Bu durum, kişi başına yılda ortalama 92 kilogram gıdanın israf edildiğini göstermektedir. Avrupa Komisyonu’nun (2020) yayımladığı rapora göre, Avrupa Birliği Döngüsel Ekonomi Eylem Planı, 2030 yılına kadar perakende ve tüketici düzeyinde kişi başı gıda israfının yarıya indirilmesini ve üretim ile tedarik zincirlerinde meydana gelen gıda kayıplarının azaltılmasını hedefleyen Küresel Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarına ulaşılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır (Studnička, 2021).

Bu doğrultuda, yaratıcı mutfak uygulamaları gıda atıklarının değerlendirilmesinde etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Rocha Ruiz vd., (2024) yaptıkları araştırma kapsamında gerçekleştirilen “Reciclando Ando” adlı yaratıcı mutfak çalışmasında, öğrenciler tarafından 16 farklı tarif geliştirilmiş olup, bu tariflerde genellikle atık olarak değerlendirilen sebze atıkları —örneğin havuç, brokoli, kabak kabukları ve ananas kabuğu— kullanılarak un, pesto sos, baharat ve turşu gibi ürünler üretilmiştir. Örneğin, peynirli krakerler üzerinde sunulan sebze kabuğu turşusu, hem geleneksel kullanım biçimlerinin ötesine geçmekte hem de yaratıcı mutfak tekniklerinin atık malzemelerle nasıl uygulandığını sergilemektedir.

Modern gastronomik tekniklerden biri olan sifon yöntemiyle köpük üretimi, kurutulmuş sebze atıklarının patates püresi ile harmanlanarak köpüğe dönüştürülmesiyle hem gıda israfını azaltan hem de duyuşal çeşitlilik sağlayan yenilikçi bir uygulama sunmakta ve mutfaklarda atıklardan fonksiyonel ürünler üretebilecek şef adayları için eğitici bir örnek teşkil etmekle birlikte mutfakta yaratıcı düşünmenin ve yeni ürün geliştirme süreçlerinin israfla mücadelede etkin rol oynadığını kanıtlamaktadır. Şef adaylarının mutfaktaki yaratıcı potansiyelleri, yeni tarifler geliştirme, mevcut malzemeleri dönüştürme ve artıkları tekrar kullanma becerilerini kapsamaktadır (Şahanlık, 2023). Örneğin, yemek artıkları kullanılarak smoothie, çorba, stok ve köfte gibi ürünlerin yaratıcı tariflere dönüştürülmesi, sadece israfı azaltmakla kalmayıp aynı zamanda gastronomik inovasyonu da teşvik etmektedir (UFS, 2023). Bu tür uygulamalar, atıkların yeniden değerlendirilmesi yoluyla hem çevresel hem de kültürel anlamda değer yaratırken, mutfaklarda sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Yaratıcı tariflerin ve

gastronomik tekniklerin geliştirilmesi, yeni lezzetler ve deneyimler sunarak gastronominin evrimini desteklemektedir.

Döngüsel gastronomi, yalnızca israfı önlemeyi değil, aynı zamanda yemeklerin yeniden tasarımı yoluyla gastronomik inovasyonu teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu süreç, yeniden kullanım ve üretim yoluyla hem tat deneyimlerini hem de yemek sunumlarını çeşitlendirirken, gastronomiyi hem doğal hem de sosyal bilimlerle bütünleştiren bir alan olarak tanımlar ve yemek tasarımlarının bilgiyle harmanlanmasını sağlar (Nyberg vd., 2022). Örneğin Michelin yıldızlı şefler, atık malzemeleri yaratıcı tariflere dönüştürme konusunda ilham verici örnekler sunmaktadır. Nitekim Eneko Atxa ve Luciana Bianchi gibi şefler, restoran mutfaklarında gıda artıkları ile geliştirilen benzersiz ürünlerin tanıtımını yaparak döngüsel gastronomiye katkıda bulunarak sıfır atık mutfak prensiplerini estetik ve lezzet unsurlarıyla birleştiren yaratıcı çözümler olduğunu ortaya koymuşlardır (Balderas-Cejudo vd., 2025).

Sürdürülebilir gastronominin geleneksel mutfak mirasını koruma, yerel ürünleri öne çıkarma ve kültürel devamlılığı sağlama amacıyla yaratıcı süreçleri tetiklediğini belirtir. Sürdürülebilir gastronomi anlayışında, yeni nesil yemek hizmetleri artık yalnızca yiyecek sunumundan ibaret değil; aynı zamanda kültürel, eğitsel ve çevresel bir iletişim aracıdır (Rinaldi, 2017). Gastronomik yaratıcılık, sadece lezzet oluşturma süreciyle sınırlı kalmaz; aynı zamanda yemeklerin sunduğu deneyim aracılığıyla yeni anlamların üretimine de olanak tanır. Bu bağlamda, yemekler yalnızca fiziksel bir deneyim sağlamaz; aynı zamanda sürdürülebilirlik gibi toplumsal ve çevresel düşünceleri de tetikleyebilir. Bir yemek sunumu, yalnızca damak tadına hitap etmekle kalmaz, aynı zamanda bireyin düşünsel bir uyanış yaşamasına ve çevresindeki dünyaya farklı bir bakış açısıyla yaklaşmasına olanak tanır. Bu yaratıcı süreç, bireyin kişisel hafızasını, duygusal tepkilerini ve kültürel geçmişini içererek, yemeklerin yalnızca besin değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel anlam taşıyan birer deneyim haline gelmesini sağlar (Östergren vd., 2023).

Öte yandan mutfak yaratıcılığı düzeyinin, bireylerin gıda israfı davranışları ve gıda israfını geri dönüştürme niyetleri üzerindeki etkisini deneysel olarak inceleyen çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Dolayısıyla restoran ve otel mutfaklarında görev alacak gastronomi öğrencileri arasında gıda israfının azaltılmasına ve mutfakta sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesine yönelik farkındalık oluşturulması büyük önem taşımaktadır (Onur vd., 2025).

GIDA ATIĞINA YÖNELİK POLİTİKALAR ve STRATEJİLER

Özellikle eğitim mutfaklarında ortaya çıkan gıda atıklarının sistemli şekilde ölçülmesi ve analiz edilmesini amaçlayan çalışmalar mevcuttur. Örneğin Kolombiya’da 2019’da yürürlüğe giren kamu politikası, üretim zincirinin tüm halkalarında gıda israfının önlenmesini hedeflerken, gastronomi eğitimi alan öğrencilerin bilinç düzeyini artırmak bu hedefin bir parçası olarak tanımlanmıştır (Minjusticia, 2019; UN, 2020).

Yükseköğretim kurumlarının, özellikle gıda ve/veya gastronomi alanına odaklananların hem araştırma faaliyetlerinde hem de bulundukları bölgelerdeki toplumsal etkileşim alanlarında gıda sistemlerine yönelik ilgi ve katkıyı teşvik etmeleri büyük önem taşımaktadır. Bu tür girişimler, çok disiplinli ve idealde disiplinler arası yaklaşımların hem bilimsel üretim hem de bilginin topluma aktarımı açısından gerekli ve değerli olduğunu ortaya koymaktadır. Yükseköğretim kurumları, araştırma yoluyla bilgi üretip bu bilgiyi öğrenci topluluğuna aktararak hem kendi bölgelerinin ihtiyaçlarına cevap vermekte hem de bu süreçten doğrudan fayda sağlamaktadır. Bu tür girişimler, üreticiler, pazarlamacılar ve tüketiciler arasında köprü kurabilecek bilgi ve farkındalığa sahip uzman profillerin yetişmesini desteklemektedir (Covarrubas vd., 2023). Bu bağlamda, inovatif tarifler sadece akademik bir çalışma alanı değil, aynı zamanda bir politika uygulama sahası olmuştur. Akademik çalışmaların üniversiteler bünyesinde hazırlanmış olması, sürdürülebilir projelerin eğitim kurumlarında desteklenebileceğini göstermesi açısından önemlidir. Akademik çalışmalarda kullanılan ekipmanlar, uygulanan analiz teknikleri ve mutfak laboratuvarı olanakları sayesinde, araştırmacıların uygulamalı sürdürülebilirlik bilinci geliştirmesi sağlamaktadır. Bu süreç, aynı zamanda gastronomi eğitiminin çevresel farkındalıkla entegre edilmesine dair bir model de önermektedir.

Örneğin Şahanlık (2023) yapmış olduğu çalışmada, gastronomi öğrencilerinin sürdürülebilirlik eğitimi çerçevesinde israfa karşı bilinçlenmelerini hedeflemiştir. Çalışmada yer alan 524 öğrenciden %83,4’ü öğretmenlerinin atıkla ilgili bilgilendirme yaptığını belirtmiştir. Bu sonuçlar, eğitim süreçlerine gıda atığı yönetimi temalarının dahil edilmesinin öğrenci davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Türkiye’deki “Sıfır Atık” projesi, bu bağlamda örnek uygulamalarla öğrencilere destek olmaktadır. Circular gastronomy kavramının eğitim kurumlarında nasıl algılandığı ve uygulanabileceğini değerlendirmek amacıyla yürütülen karma yöntemli çalışmada, üniversite öğrencilerinin büyük çoğunluğunun bu kavramı anlamlı, gerekli ve uygulanabilir bulduğu saptanmıştır. Araştırma bulguları, eğitim kurum-

larının döngüsel gastronomi yaklaşımını müfredatlarına entegre etmesinin, sürdürülebilir beslenme sistemlerine geçişte kritik bir rol üstlenebileceğini ortaya koymaktadır (Nyberg vd., 2022).

Su ürünleri atıklarının mutfaklarda değerlendirilmesine ilişkin başarılı uygulama örneklerinin sunulduğu çalışmada, bu süreci destekleyecek eğitimsel ve politik yaklaşımlar da tartışılmış; balık atıklarının gastronomik süreçlere entegrasyonu yoluyla hem eğitim kurumlarında sürdürülebilirlik farkındalığının artırılması hem de sıfır atık politikalarına yapısal katkılar sağlanması hedeflenmektedir (Khiari, 2022). Bu bağlamda özellikle üniversite ve meslek yüksekokulu mutfaklarında söz konusu atıkların yaratıcı ve işlevsel biçimlerde kullanımını teşvik edecek uygulamalı öğretim modüllerinin geliştirilmesi önerilmektedir.

Sürdürülebilir gastronomi modelinin sadece işletmelere değil, aynı zamanda eğitim kurumları, yasa koyucular ve yerel yönetimlere de rehberlik edebileceğini belirtmektedir. Bu kapsamda, önerilen model eğitim kurumlarının self-değerlendirme araçları oluşturmalarını ve bu yolla kurumsal dönüşüm stratejileri geliştirmesini önermektedir (Malinowska vd., 2024). Ayrıca personel eğitimlerinin sürekliliği ve yerel topluluklarla etkileşim stratejilerinin oluşturulması, politika seviyesinde önerilen uygulamalardır.

Gastronomi eğitimi, bireylerde yalnızca mesleki yeterlilik değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik kavramına yönelik daha içselleştirilmiş ve reflektif bir yaklaşım geliştirilmesini sağlarken, bu pedagojik dönüşümün kavramsallaştırılmasında “*bildung*” (özgelişim) kavramı; akademik bilgi ile deneyimsel öğrenmenin bütüncül biçimde kaynaştığı uzun erimli bir öğrenme sürecini açıklamada işlevsel bir kuramsal çerçeve sunmaktadır (Östergren vd., 2023).

Nyberg (2022) tarafından yürütülen anket sonuçlarına göre ise katılımcılar, döngüsel gastronomi kavramını hem sosyal hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından değerli bulmuştur. Bu kavramın hem özel hem de kamu yemek sistemlerinde uygulanabilir olduğu; restoranlardan yaşlı bakım evlerine kadar geniş bir yelpazede kullanılabileceği de belirtilmiştir. Ayrıca gastronominin sosyal bağ kurma aracı olarak kullanılması da bu kavramın kabul edilebilirliğini artırmaktadır.

ATIKTAN DEĞERE: FONKSİYONEL GIDAYA DÖNÜŞÜM

Gıda endüstrisinde artan üretim hacmiyle birlikte, özellikle sebze işleme süreçlerinden kaynaklanan organik atık miktarında da dikkate değer bir artış gözlemlenmektedir. Bu atıklar, yalnızca çevresel kirliliğe neden olmakla

kalmayıp, aynı zamanda değerlendirilmeden ortadan kaldırılmasıyla birlikte potansiyel besin değerlerini de yitirmektedir. Gastronominin sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda, gıda atıklarının işlevsel ve yenilikçi biçimlerde yeniden değerlendirilmesi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Sebze atıklarının geri dönüşümü için birçok teknik kullanılmaktadır. Termal işlemlerden biyoteknolojik yöntemlere kadar çeşitli teknikler, hem çevre dostu bir yaklaşımı desteklemekte hem de bu atıklardan yüksek katma değerli ürünler elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu bağlamda, sebze atıklarının gastronomik değerini ortaya çıkarmaya yönelik yeni stratejilerin geliştirilmesi, yalnızca çevresel sürdürülebilirlik açısından değil, aynı zamanda yaratıcı mutfak uygulamaları ve gıda inovasyonu açısından da büyük bir potansiyel sunmaktadır (Arvanitoyannis ve Varzakas, 2010).

Sebze atıklarının gastronomik değerliliği sadece görsellik ya da lezzetle sınırlı kalmamaktadır. Örneğin, ananas kabuğundan elde edilen bromelain enzimi, proteinleri parçalayıcı etkisiyle “*et yumuşatıcı*” olarak kullanılmıştır. Ayrıca, kabuklardan üretilen baharat tozları, unlar ve lifli yapılar, bu atıkların fonksiyonel bileşenler olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Bazı kabukların kurutulup öğütülmesiyle elde edilen unlar, yüksek besinsel lif ve nişasta içeriği açısından değerlidir (Rocha Ruiz vd., 2024).

Kurutma yöntemiyle toz formuna getirilen sebze atıkları, yüksek besin ögesi yoğunluğu ve aromatik özellikleriyle fonksiyonel gıda bileşeni olarak değerlendirilmekte; bu işlemin aynı zamanda raf ömrünü uzatması, söz konusu bileşenlerin ileri dönem ürün geliştirme süreçlerinde kullanılabilirliğini artırmakta; patates püresine ilave edildiklerinde ise ürüne hem duyuşal açıdan zenginlik hem de besinsel katkı sağlamakta; özellikle potasyum, lif ve vitamin bakımından zengin patates kabuğundan elde edilen köpük, hem estetik hem de fonksiyonel açıdan nitelikli bir çıktıya dönüşmektedir (Şahanlık, 2023).

Soğanın işlenmesi sürecinde ortaya çıkan önemli miktardaki yan ürünler, özellikle dış kabukları, genellikle atık olarak değerlendirilse de yüksek düzeyde biyoaktif bileşikler ve fitokimyasallar içermeleri nedeniyle sürdürülebilir gastronomi ve fonksiyonel gıda geliştirme bağlamında dikkate değer bir potansiyel sunmaktadır. Artan çevresel farkındalık ve kaynakların etkin kullanımına yönelik eğilim doğrultusunda, bu tür gıda yan ürünleri, besin takviyeleri gibi farklı formülasyonlarda işlevsel bileşen olarak yeniden değerlendirilebilmektedir (Yıkıuş vd. 2022).

Bu tür dönüşümler hem besinsel değer taşımakta hem de çevresel fayda sağlamaktadır. Ayrıca, kalan tahılların salataya dönüştürülmesi, bayat ekmekten çorba ve kanepe yapılması gibi uygulamalar da literatürde önerilmektedir (Bhatt vd., 2020).

Circular gastronomy kavramı, atıkların sadece yeniden sunulması değil, aynı zamanda besin değeri taşıyan fonksiyonel bileşenlere dönüştürülmesini de kapsamaktadır. Bu, örneğin biyogaz üretimi, kompostlama veya yeni hammaddelerin geliştirilmesi gibi süreçleri içerebilir. Özellikle restoranlarda bu yaklaşım, atıkların sos, baharat veya garnitür gibi aromatik ürünlere dönüştürülmesini mümkün kılmaktadır (Nyberg vd., 2022). Balık işleme yan ürünlerinin yüksek besin değeri sayesinde fonksiyonel gıda bileşenlerine dönüştürülmesi hem insan sağlığına katkı sunmakta hem de gıda endüstrisinde sürdürülebilirliği destekleyen bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda, balık pullarından jelatin elde edilmesi ve balık atıklarından omega-3 açısından zengin yağların kısa yol damıtma ile hidroliz yöntemleri kullanılarak geri kazanılması, söz konusu atıkların katma değerli ürünlere dönüştürülmesinde önemli bir potansiyel sunmaktadır (Neff vd., 2021).

Sıfır atık felsefesini sadece çevresel değil, aynı zamanda ekonomik ve besleyici bir avantaj olarak ele alınmaktadır. Katılımcı şeflerin mutfaklarında, organik atıkların kompost, hayvan yemi veya yeni aromatik bileşenlere dönüştürülmesi gibi çeşitli örnekler yer almaktadır. Circular economy prensipleriyle geliştirilen bu tür fonksiyonel uygulamalar, gıdanın biyokimyasal potansiyelini ortaya koymaktadır (Balderas-Cejudo vd., 2025).

Yazarlar sürdürülebilir gastronomi modelinin *“ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda değer yaratma”* üzerine kurulu olduğuna vurgu yapmaktadır. Örneğin, yerel ve mevsimlik ürünlerin kullanımı, karbon ayak izini azaltırken aynı zamanda biyolojik çeşitliliğin korunması ve yerel ekonominin desteklenmesini sağlar (Scarpato, 2002). Bununla birlikte, enerji verimliliği, su tüketiminin azaltılması ve atıkların kompost olarak değerlendirilmesi gibi teknikler de fonksiyonel dönüşümün bir parçasıdır.

YENİLEBİLİRLİK ve KABUL EDİLEBİLİRLİK: TÜKETİCİ UYUM SÜRECİ

Gastronomi işletmeleri, tüketicilerle doğrudan ve sürekli etkileşim içinde olmaları sayesinde, sürdürülebilirlik kavramının benimsenmesinde ve yaygınlaştırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Günümüzde artan çevresel farkındalık ve bilinçli tüketici davranışları, sürdürülebilir gastronomiye olan ilgiyi her geçen gün artırmaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir gast-

ronominin temel bileşenlerinden biri olan atık yönetimi ön plana çıkmakta; gıda üretim ve tüketim süreçlerinde ortaya çıkan organik atıkların minimize edilmesi, yeniden kullanımı ve işlevsel şekilde değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Özellikle yenilikçi mutfak uygulamaları ve döngüsel ekonomi ilkeleri doğrultusunda, gıda atıklarının yaratıcı biçimlerde yeniden gastronomik üretime kazandırılması hem çevresel etkilerin azaltılmasına hem de ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Yıkılmış vd. 2022).

Rocha ve arkadaşlarının (2024) yapmış oldukları çalışmada, dört farklı ürün (kabuk ve çekirdek unundan kurabiye, sebze kabuğu turşusu, baharat tozu, sebze kabuğu çeşnisi) üzerine yapılan duyuusal analizler ve kabul testleri ve tüketici tepkileri değerlendirilmiştir. Toplam 200 kişinin katıldığı testlerde, örneklerin büyük çoğunluğu tat, doku ve koku bakımından beğenilmiştir. Özellikle kurabiye ve turşu örnekleri, %50'den fazla katılımcı *taraftan* "çok beğendim" olarak değerlendirilmiştir. Mikrobiyolojik analizlerde ise tüm ürünler insan tüketimine uygun değerlerde bulunmuştur (örneğin: *E. coli* <10 CFU; *Salmonella* spp. yok).

Şahanlık (2023) yapmış olduğu çalışmada, köpük örnekleri için yapılan duyuusal analizde ise; renk, koku, tat ve doku kriterleri üzerinden puanlama yapılmış ve sonuçlar istatistiksel olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre en çok beğenilen ürün yeşil biberli köpük olurken, onu patatesli ve patlıcanlı köpükler takip etmiştir. Bu veriler, sebze atıklarının uygun teknolojik dönüşümle tüketici tarafından kabul gören ürünlere dönüştürülebileceğini göstermektedir. Tüm köpükler, pH, briks ve renk analizleriyle tüketime uygun bulunmuştur.

Dikel ve Dikel (2024)'in yapmış olduğu çalışmada, balık atıklarından elde edilen gastronomik ürünlerin duyuusal analizleri yer almamakla birlikte, tüketici kabulüne yönelik örnekler üzerinden teorik bir zemin sunulmuştur. Örneğin, lobster kabuklarının enzimatik çözünmesiyle elde edilen aromatikler veya balık kemiklerinden elde edilen çorbaların fonksiyonel içecek olarak değerlendirilmesi, kabul edilebilirlik çalışmalarında kullanılabilecek potansiyel alanlardır. Aynı zamanda, tüketici bilinçlendirmesi yoluyla atıklardan elde edilen ürünlerin sofralarda yer bulmasının mümkün olduğu da vurgulanmaktadır.

Gastronomy and Beyond'da yer alan şef ve araştırmacılar, geliştirdikleri ürünlerin tüketiciler tarafından kabul görmesi ve sürdürülebilir davranışlara yol açması için sosyal bağ kurmanın önemini vurgulamaktadır. Elena Arzak gibi şefler, toplumsal güveni ve yerel üreticilerle olan ilişkileri sürdürülebilir-

lik kadar önemli bir “kabul edilebilirlik aracı” olarak ifade etmektedir. Aynı zamanda Kent Larson’ın kent tarımı örnekleri, topluluk bazlı üretim ve tüketim döngüsünün kabul sürecini güçlendirdiğini göstermektedir (Balderas-Cejudo vd., 2025).

Sürdürülebilir gastronomi yalnızca üretici değil, tüketici davranışlarını da dönüştürmeyi hedefler. Bu bağlamda yerel toplulukların bilinçlendirilmesi, geleneksel mutfakların yeniden değer kazanması ve kültürel katılımın teşvik edilmesi ön plana çıkar (Scarpato, 2002). Tüketici farkındalığının artırılmasıyla sürdürülebilir seçeneklerin daha fazla benimsenmesi ve kabul görmesi sağlanabilir.

Gastronomi temelli araştırmalarda vurgulanan önemli bir diğer tema da gastronominin toplumsal kabul oluşturma ve bireyleri dönüştürme gücüdür. Yemek, yalnızca fiziksel tüketim değil; aynı zamanda düşünsel ve kültürel bir iletişim biçimi olarak görülmektedir. Gastronomik öğünler, bireyin kendi yargısını geliştirdiği, yeni bakış açıları edindiği ve sürdürülebilir davranışlara adım attığı birer platformdur. Bu yönüyle yemekler, sadece sindirilen değil, aynı zamanda anlam üreten etkinliklerdir

SONUÇ

Sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda, gıda sistemlerinin dönüştürülmesi gerekliliği artık tartışılmaz bir düzeye ulaşmıştır. Bu bağlamda gastronomi yalnızca bir beslenme alanı değil, aynı zamanda çevresel, sosyal ve ekonomik dönüşümün aracı olarak yeniden konumlandırılmaktadır (Malinowska vd., 2024). Bu kitap bölümü, özellikle sebze atıklarının mutfakta yeniden değerlendirilmesi üzerinden sürdürülebilir gastronomi uygulamalarını bütüncül bir şekilde ele almıştır.

Yapılan analizlerde, sebze atıklarının (örneğin kabuklar, saplar, çekirdekler) yalnızca bertaraf edilmesi gereken materyaller değil; besinsel, aromatik ve görsel özellikleriyle gastronomik değer taşıyan bileşenler olduğu ortaya konmuştur (Rocha Ruiz vd., 2024). Söz konusu atıkların fonksiyonel gıdaya dönüştürülmesi, yalnızca kaynak kullanım verimliliğini artırmakla kalmamakta; aynı zamanda yeni ürün geliştirme, menü çeşitliliği ve gastronomik inovasyon gibi yönlerden de katkı sağlamaktadır (Tiku ve Matsubae, 2025). Eğitim kurumlarının bu sürece aktif olarak dahil olması ise, sürdürülebilirlik kültürünün yaygınlaştırılması açısından kritik bir önem taşımaktadır. Gastronomi öğrencilerine sunulan uygulamalı öğrenme ortamlarında, atık yönetimi, yaratıcı tarif üretimi ve sürdürülebilir menü planlama becerileri

geliştirilebilmektedir (Şahanlık, 2023; Nyberg vd., 2022). Eğitim temelli bu dönüşüm, öğrencilerin mutfakta daha bilinçli tercihler yapmalarına olanak sağlamakta, dolayısıyla gelecekteki mutfak profesyonelleri aracılığıyla kalıcı etkiler yaratmaktadır. Öte yandan, tüketici kabulü de bu dönüşümün önemli bir parçasıdır. Geliştirilen ürünlerin yalnızca teknik olarak yeterli olması değil; tat, koku, doku, sunum gibi duyuşsal kriterleri karşılaması, tüketici algısıyla örtüşmesi ve düşük karbon ayak iziyle çevresel beklentilere yanıt vermesi gerekmektedir (Bschräden, 2024). Bu bağlamda hem eğitimde hem sektörde uygulanacak multidisipliner bir yaklaşım, sürdürülebilir gastronominin gerçek potansiyelini açığa çıkaracaktır.

Sonuç olarak, tabakta ikinci bir hayat bulan sebze atıkları; israfın azaltılmasında, fonksiyonel ürünlerin geliştirilmesinde ve sürdürülebilir mutfak kültürünün inşasında önemli birer aktör haline gelmiştir. Bu dönüşüm yalnızca bir çevresel zorunluluk değil, aynı zamanda yaratıcı, kültürel ve duyuşsal bir fırsat alanı olarak görülmelidir. Gastronomik bakış açısıyla yeniden kurgulanan bu süreç, gıdaya verilen anlamı ve insan-gıda ilişkisini kökten dönüştürmektedir.

KAYNAKÇA

- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C.T. (2023). Coğrafi işaretli bir yöresel gıda olan Tokat Bez Sucuk'un sürdürülebilir gastronomi kapsamında incelenmesi. *Sürdürülebilirlik*, 15(17), 12889.
- Arvanitoyannis, I. S. (2010). *Waste management for the food industries*. Academic Press.
- Balderas-Cejudo, A., Iruretagoyena, M., Alonso, L., Church, M., Izquierdo, L., Hill, I., & Larson, K. (2025). Gastronomy and beyond: A collaborative initiative for rethinking food's role in society, sustainability, and territory. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101118. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101118>
- Baytok, A., Pelit, E., Gökçe, F., & Gökçe, Y. (2015). Sürdürülebilirlik kapsamında termal otel işletmelerinde atık yönetimi uygulamaları: Sandıklı örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 5(14), 1-11.
- Bschräden, A., Bopp, C., Rüdiger, A., Strobel, L., & Stroebele-Benschop, N. (2024). Carbon footprints on the menu: Exploring consumer choices and perceptions across real-world gastronomic settings. *Journal of Cleaner Production*, 463, 142773.
- Covarrubias, M.A., Vázquez-Medina, J.A., Jiménez-Serna, A., & Medina, F. X. (2023). Strategies for maximizing the gastronomic value of the chinampero products from Xomichilco area in Mexico City: Experiences from a higher education institution. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100685.

- Çavuşoğlu, S., & Durmaz, Y. (2020). *Deneyimsel Pazarlama ve Yeşil Davranış: Uygulamalı*. İstanbul: Hiperlink Yayınları
- Çirişoğlu, E., & Akoğlu, A. (2021). Restoranlarda oluşan gıda atıkları ve yönetimi: İstanbul ili örneği. *Akademik Gıda*, 19(1), 38–48.
- Dikel, S., & Dikel, Ç. (2024). A gastronomic approach to industrial aquaculture waste utilization. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 12(10), 1849–1857.
- Heikkilä, L., Reinikainen, A., Katajajuuri, J.M., Silvennoinen, K., & Hartikainen, H. (2016). Elements affecting food waste in the food service sector. *Waste Management*, 56, 446–453.
- Khiari, Z. (2022). Sustainable upcycling of fisheries and aquaculture wastes using fish-derived cold-adapted proteases. *Frontiers in Nutrition*, 9, 875697.
- Malinowska, E., Płoska, R., Chmielewski, M., & Śledzik, K. (2024). Sustainable gastronomy – A model approach. *Scientific Papers of Silesian University of Technology: Organization and Management Series*, (193).
- Martin-Gómez, H., Diez, M., Abadias, M., Rivera, A., & Aguiló-Aguayo, I. (2024). Promoting a circular economy by developing new gastronomic products from brassica non-edible leaves. *International Journal of Food Science and Technology*, 59(2), 1071–1079.
- Neff, R., Overbey, K., Biehl, E., Deutsch, J., Gorski-Steiner, I., Pearson, P., ... & Fry, J. (2021). Consumer seafood waste and the potential of a ‘direct-from-frozen’ approach to prevention. *Foods*, 10(11), 2524.
- Nyberg, M., Börjesson, S.M.E., Höijer, K., Olsson, V., Rothenberg, E., & Wendin, K. (2022). Circular gastronomy – Exploring a new compound concept at the interface between food, meals and sustainability. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 30, 100610.
- Onur, M., Özgen, L., & Keskin, E. (2025). Determining the correlations between intention to reuse food waste, food waste behaviour and the culinary creativity level. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 40, 101141.
- Oscar, T., & Matsubae, K. (2025). Valorizing underutilized fish through adaptable gastronomy: Insight from Japan. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 40, 101161.
- Oosterveer, P. (2006). Globalization and sustainable consumption of shrimp: Consumers and governance in the global space of flows. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5), 465–476.
- Östergren, D., Walter, U., Gustavsson, B., & Jonsson, I. M. (2023). Gastronomy: An overlooked arena for the cultivation of sustainable meaning? *Challenges*, 14(4), 41.

- Rinaldi, C. (2017). Food and gastronomy for sustainable place development: A multidisciplinary analysis of different theoretical approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748.
- Rocha Ruiz, C., Ospina López, D. Y., Álvarez Barreto, C. I., & Rúa Osorio, E. Y. (2024). Gastronomic revaluation of vegetable discards generated in the culinary transformation of products. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 100976.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy studies in search of hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9, 152–163.
- Scarpato, R. (2002). Sustainable gastronomy as a tourist product. A.-M. Hjalager & G. Richards (Ed.), *Tourism and gastronomy* (132–152). Routledge.
- Şahanlık, K. (2023). *Sebze atıklarının sürdürülebilir gastronomi kapsamında kurutma tekniği ile değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Studnička, P. (2021). *Possibilities of waste reduction in gastronomy and food industry in the context of circular economy*. Zero Waste Management and Circular Economy, 10th International Conference on Management.
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı.,(2015). *Atık Yönetimi Yönetmeliği* (Resmî Gazete No: 29314, 2 Nisan 2015).
- Unilever Food Solutions, (2023). *Geleceğin Menü Trendleri 2023 Raporu*. <https://www.gastronomiturkey.com/haber/unilever-food-solutions-gelecegin-menu-trendleri-2023-raporunu-yayinladi-h15745>, Erişim Tarihi: 15.05.2024.
- United Nations Environment Programme (UNEP), (2021). *UNEP Food Waste Index Report 2021*. <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>, Erişim Tarihi: 12.05.2025.
- Yıkılmış, S., Erdal, B., Bozgeyik, E., Levent, O., & Yinanc, A. (2022). Evaluation of purple onion waste from the perspective of sustainability in gastronomy: Ultrasound-treated vinegar. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 100574.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA TASARIMININ GASTRONOMİDEKİ TANIMI ve ROLÜ

Betül ÖZTÜRK*

GİRİŞ

İklim değışikliği, salgın hastalıklar, doğal kaynakların yok bozularak yok olmaya başlaması, ticari sürtüşmeler ve bölgesel çatışmalar gibi birçok risk tarafından tehdit edilen mevcut küresel tarım sistemi sürdürülemez bir şekilde gelişmektedir (Yu vd., 2024). Bu nedenle küresel gıda güvenliği ve beslenme durumu daha önce benzeri görülmemiş zorluklarla karşı karşıyadır. Gıda; insanlar, doğa ve toplum arasında önemli bir bağıdır. (Jing, 2023). Sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında da gıda ve gıda kaynaklarının sürdürülebilirliği sadece beslenme değil, toplumun sağlıklı ve iyi yaşama sahip olarak hiçbir koşulda aç kalmaması veya besin eksikliği yaşamaması için karada, suda yer alan tüm gıda kaynaklarının korunmasını kapsamaktadır. Gıda ve sürdürülebilirlik kelimelerinin sözlük anlamlarına bakmak istersek kolay bir şekilde erişebilmekteyiz. Ancak sürdürülebilir gıda kavramı henüz sözlüklere girmediği gibi günümüzde tamamıyla tanımlanabilmiş de değildir. Diğer taraftan tasarım dünyasında gıda tasarımı kavramı ortaya çıkmış ve “*üretim, tedarik, muhafaza, nakliye, hazırlama, sunum, tüketim ve imhaya kadar gıda ve yeme eylemiyle ilgili her konuda canlılara ve gezegene yenilik getiren bilinçli ve kasıtlı yaratıcı süreç*” olarak tanımlanmıştır (Zampollo, 2016). Gıda tasarımı henüz yirmi yıl önce ortaya çıkmış olsa da bugüne kadar beslenmeden yemek pişirmeye ve deneyim tasarımına kadar yeme odaklı perspektiflere

* Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, betulozturk@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0838-9025

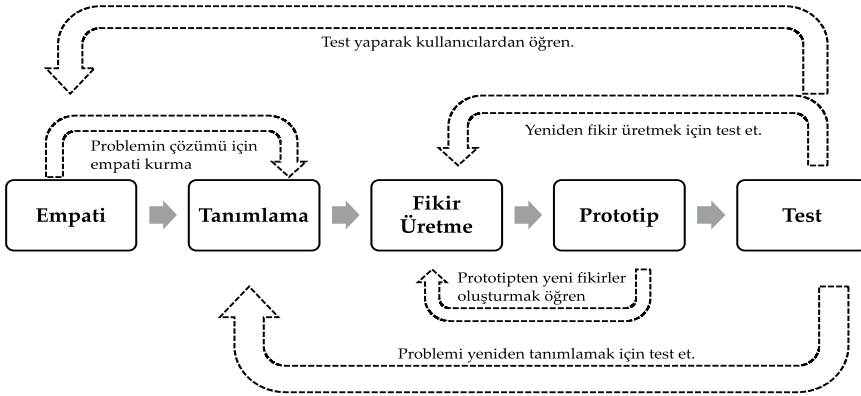
sahip küçük ölçekli tasarım ve ekoloji, tarım ve sistem tasarımından üretim odaklı perspektiflere sahip büyük ölçekli tasarım gibi çok sayıda araştırma yönü geliştirilmiştir (Margolin, 2013).

Tasarım odaklı düşünmede bir uygulama teorisi, kurumsal bir kaynak ve bir zihniyet olmak üzere üç farklı bakış açısı bulunmaktadır (Kimbél, 2011). Başlangıcı bu farklılıklara dayalı olarak bulunmasa da günümüzde bir fikir birliği ile her şeyin tasarlandığı ve herkesin tasarladığı yönündedir (Cross, 2011). Gıda tasarımı sadece bazı hususları göz önünde bulundurmak ya da onlardan ilham almak değil, aynı zamanda iyileştirmeler için çabalamaktır (Boon ve Schifferstein 2022). Gıda alanında tasarım çok karmaşık gözükmemektedir. Kimileri daha ilgi çekici yeme deneyimleri yaratmak için çalışırken, kimileri de sağlıklı beslenme konusunda insanları desteklemeye veya yeme alışkanlıklarını daha sürdürülebilir hale getirmeye çalışmaktadır. Tüm bu farklılıklara rağmen, gıda tasarımı alanındaki çalışanların ortak noktası içinde yaşadığımız dünyayı iyileştirmek için gıda bilgisini tasarım ile birleştirmeleridir. Bu sebeple tasarımcılar, çeşitli disiplinlerin uzmanlıklarından ve tasarım süreçlerini yapılandırabilecek ve yönlendirebilecek araç ve gereçlerden faydalanmaktadır. Bir gıda tasarımı uygulaması düşünüldüğünde öğrenciler, eğitimciler, araştırmacılar, uygulayıcılar, mevzuat oluşturucular ve kurumsal personel dâhil olmak üzere birçok farklı uzmanlık seviyesinden ve gastronomi, konaklama, gıda teknolojisi, beslenme, sağlık eğitimi, psikoloji, antropoloji, sanat ve tasarım gibi birçok farklı geçmiş ve disiplinden gelen insanları bir araya gelmektedir (Schifferstein, 2022). Bu çalışma, gıda tasarımı yeme, pişirme, gıda deneyimi tasarımı ile ekoloji, tarım ve gıda sistem tasarımı perspektiflerinden yola çıkarak sürdürülebilir gıda tasarımının kapsamını tanımlamaktadır.

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME

Tasarım Odaklı Düşünme (TOD), insan tarafından inşa edilmiş veya yapılmış bir sistemde paydaş olabilecek herkesin sorunlarını, kaynaklarını ve önerilerini içermektedir ve insanların yaşamlarını sürekli olarak iyileştirmeye odaklanmaktadır (Austin, 2021). Tasarım odaklı düşünme yaklaşımı, sezgi ve rasyonelliği birleştiren insan odaklı bir yaklaşımdır (Brown, 2008). Yaratıcı ve sezgisel doğası sayesinde tasarım odaklı düşünce, tamamen analitik olan diğer süreçlerden ayırt edilmektedir (Mansoori ve Lackéus, 2020). Disiplinler arası yaklaşımı bütünleştirici olarak tanımlayan tasarım odaklı yaklaşım, bir yöntem olarak birçok akademik disipline derinlemesine incelemeler yapar-

rak sorunları ortaya çıkarmış ve çözümler için çerçeveler sağlamıştır (Dym vd., 2005; Li vd., 2019; Rösch vd., 2023). Bilinçli olarak insanlar tarafından tasarlanan dört ana alan bulunmaktadır. Birinci alan olan semboller ve görsel iletişim alanı reklamlar ve ambalajlar gibi öğelerden oluşmaktadır. Mobilya, yaşadığımız ev ve binalar fiziksel olarak gördüğümüz ve temas ettiğimiz fiziksel öğeler, ikinci alan nesnelerdir. Dini cemaatler gibi yaşamsal öğeler, faaliyetler ve organize hizmetler alanını temsil ederler. Son olarak mahalleler, spor ligleri veya eğitim sistemleri gibi kompleks sistemler de yaşam, çalışma, oyun ve öğrenme alanını oluşturmaktadır (Buchanan, 1992). Bu dört alanın toplamı modern yaşam dokusunu oluşturmaktadır. Bu alanların her biri çok disiplinli unsurların birbirleri ile etkileşimine dayanmaktadır. En basit şekli ile tasarım odaklı düşünme, sorunların büyüklüğüne bakmaksızın çözümlerine yönelik insan merkezli bir yaklaşımdır. Tasarım konusundaki araştırmalar 1960'lara kadar uzansa da tasarım ilkelerinin iş dünyasında uygulanması nispeten genç olarak kabul edilmektedir (Johansson-Sköldberg vd., 2013).

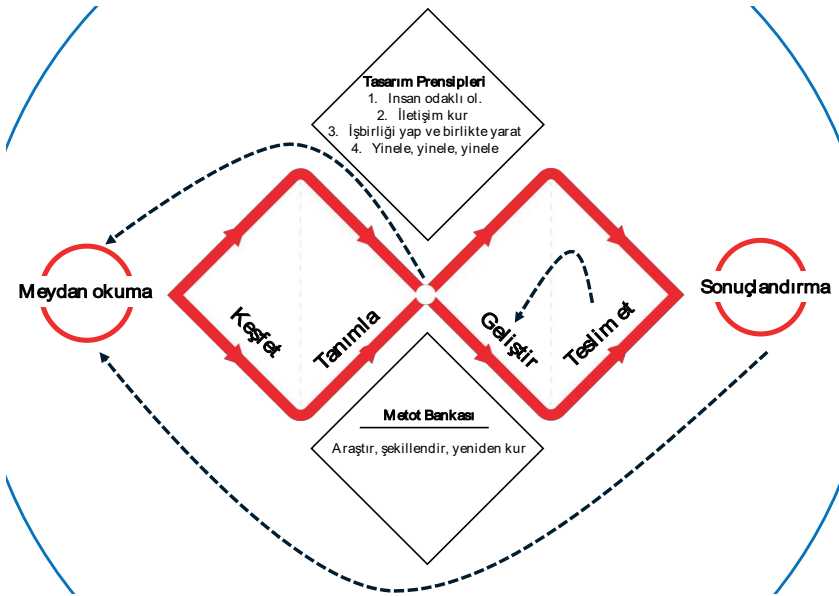


Şekil 1. Tasarım odaklı düşünce basamakları

Tasarım odaklı düşünme yaklaşımı, insan yaşamının dokusunu iş birliği içinde oluştururken insan deneyimlerine öncelik vererek tüketicilerin yaşamlarını daha refah ve kolay kılmayı amaçlamaktadır (Brown ve Wyatt, 2015; Mahato vd., 2021; Mintrom ve Luetjens, 2016; Valentine vd., 2017). İyi bir tasarım düşünce modelinin uygulandığı insanların fiziksel, entelektüel, duygusal ve ruhsal ihtiyaçlarını bireysel olarak tasarlamaz. Aynı zamanda toplumların ve yaşadıkları doğal çevrelerin de ihtiyaçlarını dikkate almaktadır (Brown, 2008). Modern tasarım odaklı düşünme yaklaşımı tek basamaklı bir süreç olmadığı gibi doğrusal ilerleyen bir süreç de değildir. Bu süreçleri empati, tanımlama, fikir üretme, prototip yaratma ve onu test etme olmak üzere temel adımları izlemektedir (Şekil 1). Empati basamağı sorunu doğru

anlamak ve tanımlamak için kullanılan aşama olup kullanıcılar ile görüşmeler sonucunda ihtiyacın anlaşılmasını sağlar. Sorunu doğru olarak tanımlamak çözmek için gerekli olup en önemli basamaktır. Tanımlanan sorunlar veya ihtiyaçlar üzerinden fikirler oluşturulur. Tek bir fikir olmayıp her türlü fikir dikkate alınarak tartışmaya açık bırakılır. Ortaya çıkan fikirlerden çözümler oluşturularak prototipe dönüştürülür. Oluşturulan prototipler test uygulanarak kullanıcılardan geri bildirimler alınır (Bluffon, 2020).

Tasarım odaklı düşünme modelinin uygulayıcıları olan ekip, sorunu tanımlarken ve bir çözüm etrafında fikir üretirken ıraksak düşünme yani denemeye açık birden fazla olası yol üretme süreci ile başlamaktadır. Tüm tasarım odaklı düşünme süreçleri yinelenmeye açık olup, bireysel ve toplumsal paydaşlara ilişkin anlayışlarını kullanarak fikirlerin araştırılmasına dayanmaktadır. Her işe yaramayan bir fikir olduğunda, düşünceler ve karar verme süreçleri tekrar gözden geçirilmek üzere baştan başlanmaktadır. Doğru olanı tasarlamak için bu süreç baştan başlayarak geri dönerler. Bu süreç tasarım odaklı düşünme modellemesinin Tasarım Konseyi tarafından önerilen ve uygulanan “Çift Elmas” (Double Diamond) modelinin ortaya konmasıdır (Bülent, 2021). Şekil 2’de görüldüğü üzere dört farklı aşamadan oluşan Çift Elmas, bütün projeyi yansıtarak ürün veya hizmet türü dahil olmak üzere fikirlerin keşfedilmesi ve test edilmesinin gerçekleştirildiği bir dizi yinelenmeli döngüden oluşmaktadır.



Şekil 2. Çift Elmas Tasarım Süreci modeli
Kaynak: Design Council, 2025.

TASARIM ODAKLI DÜŞÜNCE MODELİ VE GIDA İLİŞKİSİ

Tasarımın vurgulandığı ana alanlar (sembol ve görsel iletişim, nesneler, faaliyetler ve organize hizmetler, yaşam, çalışma, oyun ve öğrenme), ele alındığında tasarımın gıda bağlamında uygulanmasını gözlemlemek kolaydır. Sembolik ve görsel iletişim tasarım teknikleri, gıda ambalajı ve reklamlarında çekiciliği artırmak ve tüketicinin ilgisini çekmek için kullanılmaktadır. Bu alan sadece market raflarında gördüğümüz ürünler için değil, tarıma dayalı üretimdeki tarım gıda ürünlerinin de tüketicinin dikkatini çekecek şekilde yetiştirilmesine dayanmaktadır (Cliff, 2002; Lewis vd., 2007). Pamuk Prenses hikâyesindeki kırmızı elmayı düşünecek olursak üretimde de bir tasarım uygulandığına şahit oluruz. Gıda özelinde fiziki nesnelerin tasarım, gıda güvenliği, tazelik, kolay ve rahat tüketime odaklanan gıda işleme proseslerine ve ambalajlara dayanmaktadır (Chen ve Engelen, 2012; Marconati vd., 2019). Gıdalar için tasarlanmış faaliyetler ve organize hizmetler, market, mağaza veya restoranlardaki alışveriş ve yeme-içme deneyimlerini içermektedir. Okul, hastane veya ordu gibi insanlara hizmet eden kurumlarda ise daha büyük ölçekli ve çeşitlendirilmiş bir üretim ve dağıtım protokol veya yönetmelikler de yer almaktadır. Şehirler, metropoller hatta ülkeler ölçeğinde düşünüldüğünde büyük yerleşim alanlarında çeşitli gıda tedarik zincirleri, modern yaşam, çalışma ve öğrenme biçimlerinin olanaklarını arttırmak ve mümkün kılmak için de tasarlanan karmaşık sistemler de mevcuttur (Orjuela-Castro ve Adarme-Jaimes, 2018; Van der Vorst vd., 2001.). Sonuç olarak, gıda ve ona bağlı öğeler bağlamında, iyi bir tasarım odaklı düşünme sürecinden ortaya çıkan ürün ve sistemler insanların hem faydalanmasını hem de duygusal istek ve ihtiyaçlarını karşılama kapasitesine sahiptir (Brown, 2008).

Bu noktada gıda ürünleri ile yemek deneyimleri arasındaki farka dikkat etmek önemlidir. Her iki kavram iç içe geçmiş gibi gözükse de tamamen farklı kavramlardır. Gıda ürünü en basit tanımı ile ağızımıza alarak çiğneyip yuttuğumuz her şeydir. Beslenmenin ana ögesi olan bu ürünler, vücudumuzun ihtiyaç duyduğu enerji ve besini sağlamakla yükümlüdür. Buna karşılık, yemek deneyimi yemek ile ilgili olan her türlü etkinliği kapsamaktadır. Yemek öncesi, yemek sırasında ve sonrasında çiğneme ve yutma eylemlerini kapsamaktadır. Bir gıda ürününün tüketilmesine dayalı yeme deneyimi, tüm gıda uygulamalarının ön görülmesini, satın alınmasını, tüketilmesini ve hatırlanmasını içermektedir (Batat vd., 2019, Veflen ve Ueland, 2021). Gıda ve beslenmeye bütünsel ve pozitif yaklaşımı vurgulayan diğer bir yaklaşım ise gıda refahı hem bireysel hem de toplumsal düzeylerde yiyeceklerle pozitif

psikolojik, fiziksel, duygusal ve sosyal ilişki olarak tanımlanmaktadır (Block vd., 2011).

Mevcut araştırmalarda diğer dikkat çekici bir öge, gıda ürünlerinin ve yeme deneyimlerinin geliştirilmesi ve yaratılmasında gastronomi disiplini- nin de altyapısını oluşturan gıda bilimi, gıda psikolojisi ve mutfak kültürü gibi disiplinlerden bilgi dönüştürme, fikir üretme ve gerekli araç ve teknik- leri kullanmaya odaklı gıda tasarım düşüncesidir (Zampollo ve Peacock, 2016). Empati, görselleştirme ve iş birliği üçlüsü gıda tasarım düşüncesi mo- delinde yenilikçi ve kullanıcı merkezli sonuçlar için önemlidir. Bu unsurların pozitif düşünmeyi, keyif almayı ve aidiyeti teşvik ederek katılımcıların psi- kolojik olarak güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Genişletilmiş bir iş bir- liği ve iletişim yolu ile bilgi aktarımının artırılarak yaratıcı fikirler ve değerli iç görüler üretmenin karmaşık olan görünümünü basitleştirmektedir (Veflen ve Gonera, 2023). Gıda inovasyonunda tasarım odaklı düşünce genel olarak müşteri- leri anlama (empati aşaması), ilk fikirleri somut hale getirme (görsel- leştirme ve prototip aşaması) ve tüm paydaşları çeşitliliği sağlayacak şekli- de dâhil etme (iş birliği aşaması) olmak üzere üç aşamaya odaklanmaktadır (Zampollo ve Peacock, 2016). Bitki bazlı et üreticisi olan “Impossible Foods”, hayvansal kaynaklı içeriklere dayanmadan et yemenin tadını, dokusunu ve genel deneyimini yeniden yaratmak için tüketicilerin ete olan düşkünlüğünü (empati) araştırmaktadır. Yinelemeli prototip (görselleştirme) yolu ile tüketi- cilerden geri bildirim (işbirliği) olarak bitki bazlı Impossible Burger geliştiri- mektedir (Mendini vd., 2024).

Gıda tasarım odaklı düşünce modelinin uygulanması ile ilgili sağlıklı ve iyi yaşam, sürdürülebilirlik, gıda ürünleri ve yemek yeme deneyimi olmak ana uygulama alanları literatürde yer alan mevcut araştırmalarda rastlan- mıştır (Batat vd., 2019; Mendini vd., 2024). Tasarım odaklı düşünme ve gıda ilişkisi Tablo 1’de özetlenerek sunulmaktadır.

Tablo 1. Tasarım odaklı düşünce ve gıda ilişkisine dayalı araştırma örnekleri

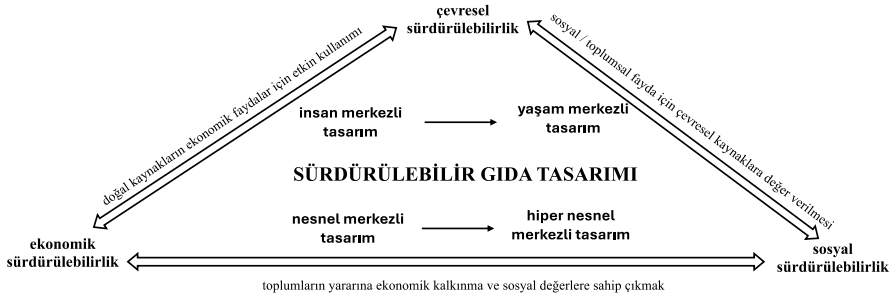
Uygulama alanı	Tasarım uygulama amacı	Tasarım modeli	Kaynak
Sağlıklı ve İyi Yaşam	Aşırı kilolu yetişkinler için sağlıklı beslenme motivasyonu sağlama tasarımı	IDEA 8 aşamalı yinelemeyi içeren model	Mummah vd., 2016
	Sağlıklı gıdaların satın alınmasını teşvik eden bir uygulama tasarımı	Ortak tasarım	Bogomolova vd., 2021
	Tatlı tüketimi planlamasına dayalı planlama tasarımı	communitiyINNOVATE	Fernhaber vd., 2019
Gıda Ürünleri	Yenilebilir böcek temelli gıda ürünlerinin tasarımı	Ortak yaratma	Gallen vd., 2022
	Fonksiyonel gıdaların tasarımı	12 aşamalı tasarım modeli	Tkaczewskaet vd., 2021
	Spirulina içeren gıdaların tasarımı	Deneyimsel tasarım modeli	Vrenna vd., 2021
Sürdürülebilirlik	Gıda atıklarını azaltmak için buzdolabı tasarımı	HPI	Nguyen vd., 2015
	Akıllı dondurucu tasarımı	3I/IDEO	Bonaccorsi vd., 2017
	Gıda atıklarının azaltılması için uygulama tasarımı	Kendi geliştirdikleri tasarım modeli	Kamil vd., 2022
	Tarım ürünlerinin verimliliğini arttırmak için tasarım	Stanford tasarım okulu tasarım modeli	Adebayo vd., 2021
	Sürdürülebilir tek kullanımlık ambalaj tasarımı	Kendi geliştirdikleri tasarım modeli	Asawadechsakdi ve Chavalkul,
Yemek Deneyimi	Restoran servisini geliştirmeye dayalı tasarım	Empati, tanımla, fikir, prototip, test (5 aşamalı)	Rejikumar vd., 2022
	Yemek deneyimi geliştirmeye dayalı tasarım	Kendi geliştirdikleri tasarım modeli	Batat ve Addis, 2021

Kaynak: Castanho vd., 2024

SÜRDÜRÜLEBİLİR GIDA TASARIMI VE GASTRONOMİ

Sürdürülebilir gıda tasarımı; tarım, ekoloji, endüstri, tüketim, yoksulluğun azaltılması, toplum ve diğer konuları içeren açık ve karmaşık bir dev sistemdir (Jing, 2023). Bu bağlamda sürdürülebilir bir gıda tasarımı gıda sistemleri için fayda sağlayacak yönde uygulanmalıdır. Tüm uluslarda yer alan tarım–gıda sistemleri, beslenme, gıda güvenliği, ekolojik uygarlık, gıda kaynaklarına eşit erişim gibi hedeflere ulaşmak için sürdürülebilirliği desteklemelidir. Tarıma dayalı gıda sistemleri tarım, orman, balıkçılık, hayvancılık ve gıda üretim endüstrilerinden oluşmaktadır. Bu hizmetlerden elde edilen tüm tarımsal ürünler ve gıdalar girdi olarak kabul edilip üretim, depolama, nakliye, işleme, pazarlama, tüketim ve bertaraf zincirinin tamamındaki tüm

paydaşları ve bunların etkileşimlerinin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda incelenmesini de içermektedir. Gıda tek başına bir öge olarak kompleks bir ürün olup tarih, coğrafya, kültür ve endüstri özellikleri ile disiplinler arası çalışmayı gerektirmektedir. Gıda tasarımı ile ilgili çalışmaların son yıllarda dikkat çekmeye başlaması ile gıda ile ilgisi olmadığı düşünülen ama aslında gıda sisteminin bir parçası olup önemli rol oynayan olgular araştırma kapsamına alınmıştır (Leer, 2020). Bu bağlamda, sürdürülebilir gıda tasarımı, gıda tasarımını insan sağlığı ve ekolojik sürdürülebilirlik için bir araç olarak kullanan bir sistem ve gelecek olarak tanımlanabilir.



Şekil 3. Sürdürülebilir gıda tasarımının boyutları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

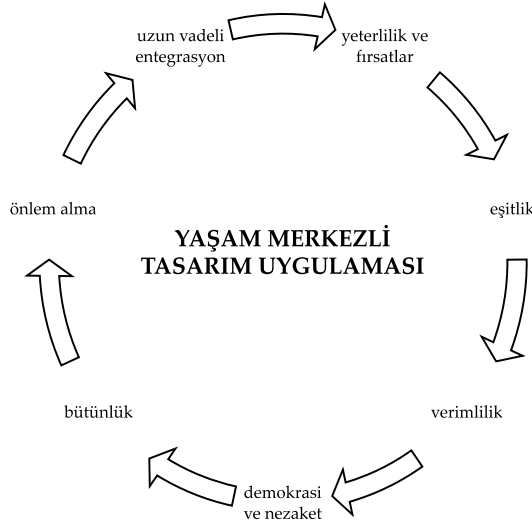
Sürdürülebilir gıda tasarımı, gıda tasarımında uygulanan odak merkezlerinde büyük bir değişime de yol açmıştır. İnsan merkezli tasarımlardan yaşam merkezli tasarımlara ve nesnel merkezli tasarımlardan hiper nesnel merkezli tasarımlara doğru bir gelişme sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda geniş bir kapsama yayılmıştır (Şekil 3). Bu bölümde, tasarımındaki odak merkezlerinin değişiminin gıda ile bütünleşerek uygulanması ile ilgili çalışmalar incelenecektir.

Sürdürülebilir gıda tasarımında insan merkezli den yaşam merkezliye

İnsan merkezli tasarım olarak adlandırılan etkileşim tasarımı sürecinin merkezine insanları yerleştirme uygulaması, XX. yüzyılın sonlarına doğru teknolojik gelişimin hızına tepki olarak ortaya çıkmıştır (Borthwick vd., 2022). Uzun vadeli yaşam ve refaha doğru bir ilerleme için insan yaşamlarında ve ihtiyaçlarında ihtiyaç duyulan temel değişiklikler gerçekleştirilmelidir (Gibson, 2001).

Yaşam merkezli tasarıma yönelik ilkeler geliştirmek için bir başlangıç noktası olarak çevre politikaları dikkate alınmıştır. Çevre politikasına yönelik karar alma kriterleri genellikle toplum, ekoloji ve ekonomiye dayalı ana

ilkeler olarak belirlenen üç boyut etrafında şekillendirilmiştir. Bu boyutlar, belirli etkileşim tasarımı projeleri bağlamında ve insan-bilgisayar etkileşimi araştırmalarındaki sorunları daha geniş bir şekilde çerçevelemenin bir yolu olarak tartışılan Birleşmiş Milletler tarafından ifade edilen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH) ile benzerlik göstermektedir (Birch ve Harrigan, 2015). SKH'leri, yaşam merkezli tasarım araştırmalarında öncelikleri belirlemek, tasarımının SKH'lerin her birine yapabileceği katkılar üzerinde düşünmek ve daha fazla araştırma için fırsatları vurgulamak için bir yol sunmaktadır (Hansson vd, 2021).

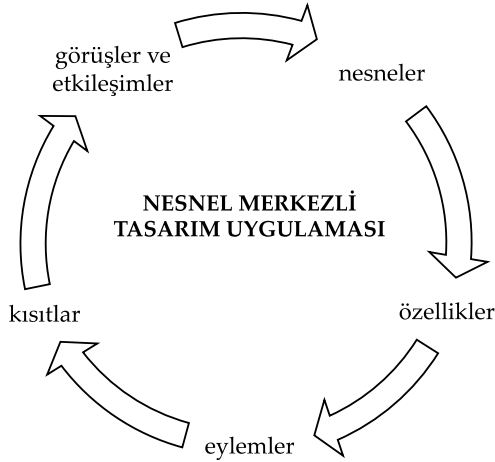


Şekil 4. Yaşam merkezli tasarım uygulamasının sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsamında prensipleri
Kaynak: Borthwick vd., 2022

Gıda kapsamında, sürdürülebilir gıda sistemlerinin belirlenen hedefler doğrultusunda yeniden tasarlanarak hayata entegrasyonu yaşam merkezli bir sürdürülebilir gıda tasarımına örnektir (Hoek vd., 2021). Çevresel, sosyal ve ekonomik üçlü ilkelerin tabanında gıda ürünlerini oluşumunu ve gelişimin sağlayarak bizlere ulaştıran toplam yaşam döngüsü bu çerçevede tasarım dünyasında da yerini almaktadır. Yaşam merkezli tasarım, coğrafyaya bağlı olarak verimlilik ve yeterlilikler ilkesinde eşitlik çerçevesinde tüm insanların eşit erişim hakkına sahip olduğu önlemler olarak uzun vadeli entegrasyon planlarını tasarlamaktadır. Demokrasi ve ahlak değerleri çerçevesinde bütünlüğü sağlan politikalar oluşturularak bütünlük sağlamaktadır. Döngüsel ekonomi anlayışı ile metropol veya kırsal alanlardaki farklılıkları dikkate alarak güçlenmesine odaklanmaktadır. Bu döngünün prensipleri ve döngüsel olarak nasıl uygulandığı Şekil 4'te özetlenmiştir.

Sürdürülebilir gıda tasarımı nesnel merkezli den hiper-nesnel merkezliye

Nesnel merkezli bir tasarımda, nesnelerin kendisi ve onlarla diğer paydaşlarla olan etkileşimi ön plana çıkmaktadır. Bu noktada Carlson tasarım öğeleri ile doğa arasındaki ilişkiyi dikkate alarak estetik için yaratılan nesnelerin özelliklerine değinmek gerekli olmaktadır. Carlson'a (1979) göre, modern Amerikan kırsal peyzajının estetik karakteri, biçimsel özelliklerine, örneğin yukarıdan bakıldığında sergilediği damalı desenlere indirgenemez. Bir tarımsal peyzajın güzelliğinin bir kısmı, işlevini verimli bir şekilde yerine getirme kapasitesinden kaynaklanmaktadır (Carlson, 1979). Estetik beğeni için nesne merkezli bir model, ilk olarak, söz konusu nesnenin nesnel olarak belirlenebilir bir dizi özelliğini ve ikinci olarak, bu özelliklerin nasıl ortaya çıktığına, bunlardan hangi mekanizmaların sorumlu olduğuna ve hangi şekilde ve hangi yasalara göre etkileşime girdiklerine dair bir açıklama gerektirmektedir (Ravasio, 2018). Psikolog J.J. Gibson'ın "Doğrudan Algı Teorisi", sabit nesneler ve ortamlardan oluşan bir dünyaya dayanarak, dünya hakkında anlamlı ve değişmez bilgiler çıkarabileceğimizi, dünyada nasıl hareket edeceğimizi ve nesneleri nasıl manipüle edeceğimizi önermektedir (Roosen, 2025a). Nesnel merkezli yaklaşımlar, yapıya odaklanır ve özellikle karmaşık işlemsel sistemlerde insanların etkileşimde bulunacağı asıl görünimleri için bir temel oluşturur. Şekil 5'te de ifade edildiği gibi nesne modeli oluşturma süreci nesneler, özellikleri, eylemler, ilişkiler, kısıtlamalar, görüşler ve etkileşimler olmak üzere 6 basamakta özetlenmektedir (Roosen, 2025b).



Şekil 5. Nesnel merkezli tasarım uygulaması

Kaynak: Roosen, 2025b.

Timothy Morton “hipernesneler” terimini, insan kavrayışının ötesinde olacak kadar büyük zaman ölçeklerine sahip nesneler anlamında ve insanlara göre zaman ve mekân içinde büyük ölçüde dağılmış şeyler olarak tanımlamıştır (Jing, 2023; Morton, 2013). İlk bakışta zamana ve mekâna dağılmış olan bu hipernesnelerin öznel için anlaşılması zor veya erişilemez olması ifadesi insanlığın karşı karşıya olduğu iklim değişikliği, türlerin kitlesel yok oluşu gibi siyasi ve etik unsurlardan daha öte olgularla eşdeğer görülmektedir (Bradley, 2019). Gıdayı merkez aldığımızda hipernesnel merkezli bir yaklaşım doğada meydana gelen değişimlere karşı önlem almak için yaptığımız her türlü tasarımı içine almaktadır. Bitki bazlı protein veya mikro alglerden yararlanarak tasarlanan gıda ürünleri veya alternatif protein kaynaklarından biri olarak kabul edilen yenilebilir böceklerin daha tüketime elverişli hale getirilmesi ile ilgili yapılan gıda tasarımlarına örnektir.

SONUÇ

Salgın dönemini takip eden küresel ekonomik gerileme bağlamında, hem gıda etrafında bireysel deneyim ve duyuşsal tasarım açısından hem de daha büyük ölçekte ve alanlar arasında kolektif ekolojik ve sistemik tasarım açısından gıda krizi düzeyinde tasarım tepkilerine odaklanmak daha önemlidir. Gıda tasarımı disiplinler arası araştırma ve çalışmalara olanak sağlamaktadır. Dünyada var olan sistemleri anlamak için bir anahtar görevi görerek ihtiyaçlar ve sorunlar çerçevesinde belirlenen durumlara göre yeniden tasarımın uygulanmasına olanak yaratmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile birlikte tasarım araştırmalarında uygulanan odak merkezleri de geniş bir kapsama alanına yayılarak farklılıklar göstermeye başlamıştır. Teknolojinin hızlı bir şekilde hayatımıza entegrasyonu ekolojik değerlerin önemini ve yaşam odaklı tasarımların önemini vurgulamıştır. Bu bölümde gıda tasarımı tanımlanarak sürdürülebilir gıda tasarımının uygulama prensipleri özetlenmiştir. Gastronomi dünyasının ana ögesi olan gıda ve gıdalarla birlikte gelen biyoçeşitliliğin sürdürülebilir gıda tasarımı kapsamında önemi ortaya konulmuştur. Bu bölüm, insan-merkezli olmayan, tüketim-merkezli olmayan ve nesne-merkezli olmayan sürdürülebilir bir gıda tasarım paradigmasının nasıl olduğunu özetleyerek sistem odaklı, kriz odaklı ve yaşam-iyi-oluş odaklı tasarımı vurgulamaktadır.

KAYNAKÇA

- Adebayo, S., Emuoyibofarhe, O., & Awofolaju, T. (2021). Cost efficient internet of things based smart farm system for rural farmers: Leveraging design thinking approach. *Heritage and Sustainable Development*, 3(2), 111-120
- Asawadehsakdi, W., & Chavalkul, Y. (2021). The creation of single-use packaging from leaves to reduce the plastic waste. *Journal of Urban Culture Research*, 23, 273-286
- Austin, C.G. (2021). The History of Design Thinking and its Contributions to Food Experiences and Well-Being. Batat, W. (Ed.), *Design Thinking for Food Well-Being*. Cham: Springer.
- Batat, W., & Addis, M. (2021). Designing food experiences for well-being: a framework advancing design thinking research from a customer experience perspective. *European Journal of Marketing*, 55(9), 2392-2413.
- Batat, W., Peter, P. C., Moscato, E. M., Castro, I. A., Chan, S., Chugani, S., & Muldrow, A. (2019). The experiential pleasure of food: A savoring journey to food well-being. *Journal of business Research*, 100, 392-399.
- Birch, S., & Harrigan, F. (2015). *Consensus reached on new sustainable development agenda to be adopted by world leaders in september*: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2015/08/transforming-our-world-documentadoption/>. Erişim Tarihi: 26.05.2025
- Block, L.G., Grier, S.A., Childers, T.L., Davis, B., Ebert, J.E., Kumanyika, S., ... & Bieshaar, M.N.G. (2011). From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 5-13
- Bluffon, (2020). *Tasarım Odaklı Düşünme ve 5 Aşaması Nedir?* <https://www.bulut-fon.com/blog/tasarim-odakli-dusunme-ve-5-asamasi-nedir/>. Erişim Tarihi: 24.05.2025
- Bogomolova, S., Carins, J., Dietrich, T., Bogomolov, T., & Dollman, J. (2021). Encouraging healthier choices in supermarkets: a co-design approach. *European Journal of Marketing*, 55(9), 2439-2463.
- Bonaccorsi, M., Betti, S., Rateni, G., Esposito, D., Brischetto, A., Marseglia, M., ... & Cavallo, F. (2017). 'HighChest': An augmented freezer designed for smart food management and promotion of eco-efficient behaviour. *Sensors*, 17(6), 1357.
- Boon, B., & Schifferstein, H. N. (2022). Seasonality as a consideration, inspiration and aspiration in food design. *International Journal of Food Design*, 7(1), 79-100.
- Borthwick, M., Tomitsch, M., & Gaughwin, M. (2022). From human-centred to life-centred design: Considering environmental and ethical concerns in the design of interactive products. *Journal of Responsible Technology*, 10, 100032.
- Bradley, J.P.N. (2019). transcendental monsters, animism and the critique of hyperobjects. *Australian Journal of Environmental Education*, 35(3), 163-172.

- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92, 141. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
- Brown, T., & Wyatt, J. (2015). Design thinking for social innovation. *Annual Review of Policy Design*, 3(1), 1-10. <https://ojs.unbc.ca/index.php/design/article/view/1272>
- Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2), 5–21.
- Bülent, Ü. (2021). Geleneksel tasarım süreçleri ve tasarım yarışmaları süreçleri üzerine bir değerlendirme: “A’ design & Award competition” örneği. *Pearson Journal*, 6(16), 491-505
- Carlson, A. (1979). Appreciation and the natural environment. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 37(3), 267–275.
- Castanho, A., Brites, C., Oliveira, J.C., & Cunha, L.M. (2024). Food Design Thinking: A Systematic Review from an Evolutionary Perspective. *Foods*, 13(15), 2446.
- Chen, J., & Engelen, L. (2012). *Food oral processing: fundamentals of eating and sensory perception*. John Wiley & Sons.
- Cliff, M., Sanford, K., Wismer, W., & Hampson, C. (2002). Use of digital images for evaluation of factors responsible for visual preference of apples by consumers. *HortScience*, 37(7), 1127-1131
- Cross, N. (2011). *Understanding design thinking. Notes on doctoral re-search in design: Contributions from the Politecnico Di Milano* (19–38). Milan: FrancoAngeli.
- Design Council, (2025). *Evolving with the Framework for Innovation*. <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>. Erişim Tarihi: 24.05.2025
- Dym, C.L., Agogino, A.M., Eris, O., Frey, D.D., & Leifer, L. J. (2005). Engineering design thinking, teaching, and learning. *Journal of engineering education*, 94(1), 103-120.
- Fernhaber, S.A., Wada, T., Napier, P., & Suttles, S. (2019). Engaging diverse community stakeholders to co-create solutions in food deserts: A design-thinking approach. *Journal of Public Affairs*, 19(3), e1874.
- Gallen, C., Pantin-Sohier, G., & Oliveira, D. (2022). How can the design thinking process improve an innovative insect-based food experience?. *International Journal of Food Design*, 7(1), 29-58.
- Gibson, R.B. (2001). *Specification of sustainability-based environmental assessment decision criteria and implications for determining “significance” in environmental assessment*. Ottawa: Canadian Environmental Assessment Agency.
- Hansson, L.Å.E.J., Cerratto Pargman, T., & Pargman, D. S. (2021, May). *A decade of sustainable HCI: connecting SHCI to the sustainable development goals*. Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (1-19).
- Hoek, A.C., Malekpour, S., Raven, R., Court, E., & Byrne, E. (2021). Towards environmentally sustainable food systems: decision-making factors in sustainable

- food production and consumption. *Sustainable Production and Consumption*, 26, 610-626
- Jing, S. (2023, July). Sustainable food design: a four-dimensional transformation of theory and methodology towards post carbon era. *International Conference on Human-Computer Interaction* (310-323). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Johansson-Sköldberg, U., Woodilla, J., & Çetinkaya, M. (2013). Design thinking: past, present and possible futures. *Creativity and Innovation Management*, 22(2), 121-146.
- Kamil, M.J.B.M., Hua, C.E., & Sani, M.N.A. (2022). Adaptation of smart-object dimensions in the product design process to reduce household food waste. *Journal of Graphic Engineering and Design*, 13(3), 5-17.
- Kimbell, L. (2011). Rethinking design thinking: Part I. *Design and culture*, 3(3), 285-306.
- Leer, J. (2020). Designing sustainable food experiences: Rethinking sustainable food tourism. *International Journal of Food Design*, 5(1-2), 65-82
- Lewis, R., Yoxall, A., Canty, L. A., & Romo, E. R. (2007). Development of engineering design tools to help reduce apple bruising. *Journal of Food Engineering*, 83(3), 356-365
- Li, Y., Schoenfeld, A.H., Disessa, A.A., Graesser, A.C., Benson, L. C., English, L. D., & Duschl, R.A. (2019). Design and design thinking in STEM education. *Journal for STEM Education Research*, 2, 93-104.
- Mahato, S.S., Phi, G.T., & Prats, L. (2021). Design thinking for social innovation: Secrets to success for tourism social entrepreneurs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 396-406.
- Mansoori, Y., & Lackéus, M. (2020). Comparing effectuation to discovery-driven planning, prescriptive entrepreneurship, business planning, lean startup, and design thinking. *Small Business Economics*, 54(3), 791-818.
- Marconati, M., Lopez, F., Tuleu, C., Orlu, M., & Ramaioli, M. (2019). In vitro and sensory tests to design easy-to-swallow multi-particulate formulations. *European Journal of Pharmaceutical Sciences*, 132, 157-162
- Margolin, V. (2013). Design studies and food studies: Parallels and intersections. *Design and Culture*, 5(3), 375-392.
- Mendini, M., Peter, P. C., Bitetti, L., & Castro, I. A. (2024). An interdisciplinary marketing call into food design thinking to create innovative, healthy, and pleasurable food experiences. *Italian Journal of Marketing*, 2024(4), 395-417.
- Mintrom, M., & Luetjens, J. (2016). Design thinking in policymaking processes: Opportunities and challenges. *Australian Journal of Public Administration*, 75(3), 391-402
- Morton, T. (2013). *Hyperobjects: Philosophy and ecology after the end of the world*. USA: Minnesota Press.

- Mummah, S. A., King, A. C., Gardner, C. D., & Sutton, S. (2016). Iterative development of Vegetathon: a theory-based mobile app intervention to increase vegetable consumption. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 13, 1-12
- Nguyen, V., Nguyen, T., Huynh, T., Nguyen, V., & Stigberg, S. (2015). *Interactive fridge: A solution for preventing domestic food waste*. Proceedings of the 13th International Conference on Smart Homes and Health Telematics (ICOST), Geneva, Switzerland.
- Orjuela-Castro, J., & Adarme-Jaimes, W. (2018, September). Evaluating the supply chain design of fresh food on food security and logistics. *Workshop on Engineering Applications* (257-269). Cham: Springer International Publishing
- Ravasio, M. (2018). Food landscapes: An object-centered model of food appreciation. *The Monist*, 101(3), 309-323.
- Rejikumar, G., Aswathy, A.A., Jose, A., & Sonia, M. (2022). A collaborative application of design thinking and Taguchi approach in restaurant service design for food wellbeing. *Journal of Service Theory and Practice*, 32(2), 199-231.
- Roosen, C. (2025a). The Long Quest for Object-Oriented User Interface Design-Part 2: The Psychology and History, of Object-oriented Modelling. Erişim Adresi: <https://www.christopherroosen.com/blog/2023/8/21/oouid-psychology-history> Erişim Tarihi: 26.05.2025
- Roosen, C. (2025b). The Long Quest for Object-Oriented User Interface Part 3: Object Modelling for The Anatomy of Experiences Erişim Adresi: <https://www.christopherroosen.com/blog/2023/8/29/oouid-object-modelling-forexperience> -anatomy. Erişim Tarihi: 26.05.2025
- Rösch, N., Tiberius, V., & Kraus, S. (2023). Design thinking for innovation: context factors, process, and outcomes. *European Journal of Innovation Management*, 26(7), 160-176.
- Schifferstein, H.N. (2022). Food design: An interdisciplinary quest for progress. *International Journal of Food Design*, 7(1), 3-5.
- Tkaczewska, J., Kulawik, P., Morawska-Tota, M., Zając, M., Guzik, P., Tota, Ł., ... & Migdał, W. (2021). Protocol for designing new functional food with the addition of food industry by-products, using design thinking techniques-A case study of a snack with antioxidant properties for physically active people. *Foods*, 10(4), 694.
- Valentine, L., Kroll, T., Bruce, F., Lim, C., & Mountain, R. (2017). Design thinking for social innovation in health care. *The Design Journal*, 20(6), 755-774
- Van der Vorst, J.G., Dijk, S.J.V., & Beulens, A. J. (2001). Supply chain design in the food industry. *The International Journal of Logistics Management*, 12(2), 73-86

- Veflen, N., & Ueland, Ø. (2021). From Food Product to Food Experience: How to Use Design Thinking to Service Vulnerable Populations and Improve Their Food Well-Being. W. Batat (Ed.), *Design Thinking for Food Well-Being* (pp. 261–272). Cham, Switzerland: Springer Nature.
- Veflen, N., & Gonera, A. (2023). Perceived usefulness of design thinking activities for transforming research to impact. *Food Control*, 143, 109264
- Vrenna, M., Peruccio, P.P., Liu, X., Zhong, F., & Sun, Y. (2021). Microalgae as future superfoods: Fostering adoption through practice-based design research. *Sustainability*, 13(5), 2848.
- Yu, W., Ni, Q., & Wu, J. (2024). Research on the Application of Design Thinking in Sustainable Food Design-Taking the Afternoon Tea on Earth Day as an Example. Rau, P.L.P. (Ed.) Cross-Cultural Design. HCII 2024. *Lecture Notes in Computer Science*, 14700. Cham: Springer.
- Zampollo, F. (2016). What is food design. *The complete overview of all food design sub-disciplines and how they merge*. <https://www.francescazampollo.com/writing-1>. Erişim Tarihi: 25.05.2025
- Zampollo, F., & Peacock, M. (2016). Food design thinking: a branch of design thinking specific to food design. *The Journal of Creative Behavior*, 50(3), 203-210

TAT HAFIZASI: LEZZETLERİN ZİHNİMİZDEKİ İZLERİ ve KÜLTÜREL KİMLİK

Ayşe KOÇ APUHAN*

GİRİŞ

Yemeklerden genellikle geçici bir zevk olarak bahsedilir. Yani, ağızda yutulduğu anda dağılıp yok olur (Kuehn, 2005). Oysa ki dil, yutulan şeyin duyuşsal izlerini hatırlar, burun aromaları ve kokuları anımsar, kalp ve zihin ise bu deneyimi hafızaya kaydeder (Lee, 2023). Belki de yemeğin en gizli fenomenlerinden biri, tüketim sırasında ne yaptığı değil, hafızada nasıl kaldığıdır (Holtzman, 2006). Bu noktada geçmişteki yemek deneyimlerinin nasıl anımsanabildiği ve lezzetlerin zihnimizde nasıl iz bıraktığı önem kazanmakta ve incelenmeye değer olmaktadır. Netice itibarıyla tatlar, yalnızca damakta kalan izler değildir; aynı zamanda bireyin belleğinde yer eden duyuşsal, kültürel ve tarihsel izlerin taşıyıcısıdır (Lim vd., 2022). İnsan hafızası, görsel ya da işitsel uyarıcılara oranla tat ve koku gibi kimyasal duyuşlar tarafından daha derin ve canlı bir biçimde uyarılabilmektedir (Herz, 2016). Bireylerin geçmişteki yemek deneyimlerinin hatırlanması olarak ifade edilen tat hafızası, atalarının yaşamlarına, sosyokültürel kimliklerine, etnik kökenlerine, yaşam tarzlarına ve kişisel tercihleriyle şekillenen damak zevklerine bağlayan anıların yeniden bir araya getirilmiş parçalarıdır (Holtzman, 2006; Sen, 2016). Bu özellik, tat hafızasını yalnızca fizyolojik bir süreç olmaktan çıkararak, psikolojik ve kültürel katmanlarla örülü kompleks bir olguya dönüştürmektedir (Herz, 2016). Tat hafızası, bireyin geçmiş deneyimlerini

* Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, akapuhan@bingol.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6728-4202

zihinsel olarak yeniden inşa etmesini sağlayan bir “*duyusal kapı*” işlevi görmekte ve bu kapı kimi zaman çocukluk anısını, kimi zaman toplumsal ritüeli ya da ait olunan kültürle bağı çağrıştırmaktadır (Herz, 2004).

Tat hafızasının incelenmesi yalnızca bireysel psikolojiye dair bir araştırma alanı değil; aynı zamanda toplumsal hafıza, kültürel kimlik ve hatta göç gibi olgularla yakından ilişkilendirilmektedir (Sutton, 2001; Holtzman, 2006; Ray, 2016). Marcel Proust’un meşhur Madeleine örneğinde olduğu gibi, basit bir tat deneyimi bireyi yıllar öncesine götürebilmekte; o tat, hem duygusal hem de fiziksel bir bağlamı yeniden hatırlatabilmektedir (Proust, 2003). Kayıp Zamanın İzinde adlı eserde Proust; sıkıntılı bir günde ve iç karartıcı bir yarın beklentisiyle bunalmış olan anlatıcının, annesinin verdiği madlen keki yumuşasın diye, ne yaptığına dikkat de etmeden çaya batırdığında madlenin onu herhangi bir çabayla ulaşılması mümkün olmayan bir yere yani yıllar öncesine götürdüğünü anlatır (Güngör, 2015). Modern bilişsel psikoloji ve nörobilim araştırmaları da bu içgörüyü desteklemektedir. Özellikle tat ve koku duyularının, beynin hipokampus ve amigdala gibi anı ve duygularla ilgili bölgeleriyle doğrudan bağlantılı olması, bu duyuların neden diğerlerine oranla daha güçlü bir hatırlatma etkisine sahip olduğunu açıklamaktadır (Small, 2012).

Tat hafızasının önemi, yalnızca bireysel deneyimle sınırlı değildir. Yemek ve tatlar, kültürel kimliğin aktarımında da önemli bir rol oynamaktadır. Belirli bir topluluğa ya da coğrafyaya ait tatlar, aidiyet duygusunu pekiştiren semboller hâline gelmektedir. Göçmen toplulukların ana vatanlarına duydukları özlemi çoğu zaman geleneksel yemekler aracılığıyla ifade etmeleri bununla ilişkilendirilmektedir (Sutton, 2001). Bu noktada, tat hafızası kültürel sürekliliğin sağlanmasında ve kimliğin korunmasında bir araç olarak işlev görür.

Bu kitap bölümünde, tat hafızası olgusu çok disiplinli bir yaklaşımla ele alınacaktır. İlk olarak, duyusal hafızanın nörobilimsel temelleri ve psikolojik boyutları incelenecek; ardından tatların bireysel ve kolektif hafızadaki yeri, kültürel kimliğin oluşumundaki işlevi ve toplumsal bellekteki karşılığı tartışılacaktır. Son olarak, göç ve diasporik bağlamlarda tat hafızasının kimlik inşası ve kültürel aktarım süreçlerindeki rolü değerlendirilecektir. Böylelikle, tat hafızası olgusunun hem bireysel düzeyde duyusal bir deneyim, hem de kültürel düzeyde bir kimlik taşıyıcısı olduğu ortaya konacaktır.

TAT HAFIZASININ DUYUSAL ve NÖROBİLİMSEL TEMELLERİ

Tat alma, sadece dil üzerindeki tat reseptörlerinin etkinliğiyle sınırlı olmayıp, çoklu duyuşal sistemlerin ortaklaşa çalıştığı karmaşık bir bilişsel süreçtir (Oğuz-Atıcı, 2020). Tat algısı; koku, dokunma ve görme gibi diğer duyuşlarla bütünleşerek çok boyutlu bir deneyim oluşturmaktadır. Bu nedenle tat hafızası, tek bir duyuya değil; duyuşlar arası eşgüdümeye dayalı bir etkileşim süreciyle şekillenmektedir (Yeşildağ, 2021; Beşir, 2020; Karadeniz, 2000). Duyuşal hafızanın bu özel biçimi, fiziksel uyaranların yanı sıra duyuşal içeriklerin de bellekte kodlandığı bir yapı sergilemektedir (Núñez-Jaramillo vd., 2010).

Willander ve Larsson (2007), kokularla ilişkilendirilen anıların yalnızca algısal düzeyde değil; aynı zamanda güçlü duyuşal tepkilerle de bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur. Tat ve koku duyuşlarının özellikle beynin hafıza ve duyuşu düzenleme bölgeleriyle (amigdala ve limbik sistem) doğrudan bağlantılı olması, bu duyuşlar aracılığıyla edinilen anıların daha yoğun duyuşal izler taşımasına olanak sağlamaktadır (Straczuk, 2020). Söz konusu anatomik ilişki, tat hafızasının beklenmedik bir uyaranla (bir koku ya da tat molekülüyle) bile hızlı ve yoğun bir biçimde geri çağırılabilmesini mümkün kılmaktadır. Diğer bir ifade ile bu hafıza türü yalnızca zihinsel temsillerle sınırlı kalmamakta; bedensel duyuşlar ve fiziksel etkileşimler yoluyla da şekillenerek bütüncül bir deneyim alanı oluşturmaktadır. Nitekim Connerton'un (1989) ileri sürdüğü "*habitual memory*" (alışkanlık belleği) kavramı; bireyin kültürel olarak içselleştirdiği tatları bedensel pratikler aracılığıyla (özellikle tekrar eden mutfak pratikleri sayesinde) yeniden hatırlayabildiğini öne sürmektedir. Bu durum, çocuklukta sıkça tüketilen bir yemeğin bugünkü mutfakta hazırlanışı sırasında yaşanan duyuşal bir "*deja-vu*" ile somutlaşabilir (Özgüneş ve Bozok, 2022).

Tat ve koku duyuşları, insan duyuşal sisteminde özel bir konuma sahiptir. Bu özel konum ise duyuşların beyindeki limbik sistemle olan doğrudan bağlantısından kaynaklanmaktadır. Hipokampus, amigdala ve talamus gibi yapılar aracılığıyla; duyuşların, anıların ve motivasyonun düzenlendiği merkez olan (Small, 2012) limbik sistem, duyuşal hatıraların kalıcı hâle gelmesinde kritik rol oynamaktadır. Özellikle koku ve tat uyarıcıları bu sistem üzerinden hafızaya kaydolmaktadır (Degel vd., 2001). Kaydedilen tat hatıraları; gelecekteki besin seçimlerini, yeme davranışlarını ve duyuşal tepkileri yönlendirmektedir. Nörobilimsel bulgular da bu süreçlerin beyin plastisitesi ile şekillendiğini ve yaşamın ilk yıllarında kritik dönemlerin bu gelişimi etki-

lediğini göstermektedir (Reh vd., 2020). Bu sistem içerisinde yer alan hipokampus, yaşanmış olayların uzun süreli belleğe aktarılmasında görev alır; amigdala ise duygularla olaylar arasında bağ kurarak duygusal anıların oluşmasına katkı sağlamaktadır. Limbik sistemin bu özelliği de, duygusal olarak yoğun yaşantıların bellekte daha kalıcı izler bırakmasına neden olmaktadır (Olson ve Hergenahn, 2016).

Lezzet hafızasının oluşmasında önemli görevleri olan koku ve tat duyularının nasıl işlev gösterdiğini detaylandırmak gerekirse; koku ve tat duyuları, nöroanatomik olarak beyne doğrudan iletilen kimyasal sinyallere dayanmaktadır. Koku alma siniri (nervus olfactorius), kokuları doğrudan olfaktör kortekse ve oradan da limbik sisteme yönlendirmektedir. Bu iletim yolu, görme ya da işitme gibi diğer duylara oranla çok daha kısa bir yol izlemektedir. Bu nedenle kokular ve tatlar genellikle bilinç öncesi düzeyde hızlıca işlenmekte ve bireyde duygusal yankılar uyandırmaktadır. Bu duyular tarafından tetiklenen anılar, hem daha duygusal hem de daha canlı olarak hatırlanma eğilimindedir (Herz ve Schooler, 2002). Tat duyusu da benzer biçimde nörolojik olarak güçlü bir hafıza potansiyeline sahiptir. Dil üzerindeki tat tomurcukları aracılığıyla alınan sinyaller, önce beyin sapındaki nukleus tractus solitarius'a, oradan da talamus yoluyla insula ve orbitofrontal kortekse iletilmektedir. Bu süreçte tat sinyalleri, beyin tarafından sadece "tatlı", "ekşi" gibi sınıflamalarla değil; aynı zamanda bu tatların daha önceki deneyimlerle ilişkilendirilmesi yoluyla duygusal bağlamda da işlenmektedir (Rolls, 2005).

Tat ve koku gibi duyular bilişsel psikoloji açısından değerlendirildiğinde, bu duyuların episodik bellekle (anılar belleği) ilişkisinin oldukça kuvvetli olduğu anlaşılmaktadır. Episodik bellek, bireyin geçmişte yaşadığı belirli bir olayı zaman ve mekân bağlamında detaylarıyla yeniden hatırlamasını sağlayan bilinçli bir bellek türüdür (Conway vd., 2004; Saive vd., 2014). Baddeley (1999), episodik belleğin; bireyin yaşantılarına dair ayrıntılı ve bağlamsal bilgilerin saklandığı bir sistem olduğunu belirtmektedir. Bu bellek türü; olaylara özgü duygusal, duygusal ve bilişsel öğeleri içerir ve kişinin zihinsel olarak geçmişe dönmesini mümkün kılar (Lim vd., 2022; Durukan, 2021; Aggleton ve Brown, 2006; Fan vd., 2020; Tulving, 1972). Tat deneyimleri ise söz konusu bellekte yer alan çevresel bağlam, duygu durumu ve sosyal ilişkiler gibi çok boyutlu bilgileri tetikleyebilir. Örneğin; bir birey çocukken bayram sabahlarında yediği bir tatlıyı yıllar sonra yeniden tattığında, sadece tatlının lezzetini değil; ortamın kokusunu, aile üyelerini, hissettiği duyguları da hatırlayabilir. Bu bağlamda tat hafızası, yalnızca duyu sistemleriyle değil;

aynı zamanda öğrenme, duygusal işleme ve sosyal etkileşim gibi üst düzey bilişsel süreçlerle de yakından ilişkilidir. Lezzetlerin beyinde hem ödül hem de tehdit sistemleriyle etkileşime girmesi, bu duygusal deneyimin neden hem olumlu nostaljilere hem de olumsuz çağrışımlara yol açabildiğini açıklamaktadır (Small, 2010).

TATLARIN DUYGUSAL ve PSİKOLOJİK İŞLEVLERİ

Tatlar, yalnızca fizyolojik gereksinimin karşılanmasına hizmet etmez; aynı zamanda bireyin duygusal dünyasında iz bırakan, geçmişe dair imgeleri yeniden çağırان ve kimi zaman iyileştirici etki yaratan duygusal deneyimlerdir. Tat hafızası ise, insan yaşamının hem bilişsel hem de duygusal yönlerini etkileyen duygusal sistemlerin en içsel bileşenlerinden biridir (Lim vd., 2022). Özellikle yaşantıların duygusal yoğunluğunu artırarak anıların daha kalıcı hâle gelmesini sağlar (Herz, 2004). Bu durum, tatlarla ilişkili anıların sıklıkla nostaljiyle birlikte hatırlanmasının temel nedenlerinden biridir. Kök (2023), tat hafızasının toplumsal bellekte nostaljiyle birleştiğini ve bu birleşimin güçlü bir kolektif hafıza aracı hâline geldiğini belirtir. Bu tür tat kaynaklı hatırlamalar genellikle güven, huzur ve aidiyet hissiyle birlikte ortaya çıkar. Tatlar ise bu nostaljik sürecin en etkili tetikleyicilerindendir. Özellikle çocuklukta deneyimlenen yiyeceklerin yıllar sonra tekrar tadılması, bireyin zihinsel olarak geçmişe dönmesini sağlar. Herz (1998), yaptığı çalışmalarda; koku ve tatların tetiklediği anıların daha duygusal, daha canlı ve daha eski zamanlara ait olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgular, tat hafızasının anımsama sürecinde diğer duyulardan daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Söz konusu psikolojik etki, Marcel Proust'un eserinde detaylı biçimde betimlenmektedir. Eserde ele alındığı üzere; bir madeleine kekiyle birlikte çaya batırılan tat, başkahramanda çocukluk yıllarına dair yoğun bir anı seli yaratır. Bu durum literatürde "Proust Etkisi" olarak tanımlanmakta ve psikoloji araştırmalarına da ilham vermektedir (Chu ve Downes, 2002). Burada dikkat çeken nokta, tatların yalnızca hafızayı değil; aynı zamanda duyguları da harekete geçirmesidir. Tat hafızası bu yönüyle, hem bilişsel hem de duygusal süreçlerin kesişim noktasında yer almaktadır. Tatlarla ilgili anıların sıklıkla olumlu duygularla eşleşmesi, bu deneyimlerin psikolojik iyilik hâli üzerindeki etkisini de ortaya koymaktadır. Nitekim Reid ve arkadaşları (2022) yapmış oldukları çalışmada, geçmişte olumlu çağrışımlarla hatırlanan tatların stres, anksiyete ve yalnızlık gibi duygular üzerinde yatıştırıcı etkiler yaratabileceği sonucuna varmışlar. Ayrıca bireylerin kriz anları ya da travmatik deneyimler

sonrası geçmişe dair olumlu anıları çağrıştıran yiyeceklere yönelmesi, “*comfort food*” ya da “*teselli yemeği*” olarak adlandırılan bir davranış biçimiyle de ilişkilendirilmektedir (Wagner vd., 2014). Söz konusu eğilim, bireylerin geçmişle bağ kurma ve psikolojik olarak yeniden denge kazanma çabalarının bir yansıması olarak değerlendirilir (Wansink, 2006). Nostaljik tatların tercih edilmesi fiziksel doyumun ötesinde bireyin çocukluğu, aile bağları ve kültürel aidiyetiyle yeniden temas etmesini sağlayarak psikolojik olarak güvenli bir alan yaratmaktadır (Locher vd., 2005; Öztürk ve Koç, 2023; Spence, 2017). Bu süreç, özellikle travma sonrası yaşanan belirsizlik ve kontrol kaybı gibi hislere karşı bir tür başa çıkma stratejisi olarak işlev görmektedir (Troisi ve Gabriel, 2011). Ayrıca, geçmişe ait tatların günümüzde tekrar deneyimlenmesi, bireyin kimlik bütünlüğünü koruma ve süreklilik hissini yeniden inşa etme çabalarıyla da doğrudan ilişkilidir (Holtzman, 2006).

Tatların psikolojik etkisi yalnızca olumlu duygularla sınırlı değildir. Bazı tatlar, bireyde olumsuz çağrışımları da tetikleyebilir. Örneğin; hastalık döneminde tüketilen bir gıdanın tadı, iyileşme süreci sonrasında o hastalıkla ilişkilendirilmeye devam edebilir. Bu durum, klasik koşullanma ve tat-aversion (tat tiksintisi) gibi öğrenme modelleriyle açıklanmaktadır (Garcia vd., 1955). Dolayısıyla tatlar, sadece mutlu anıların değil, travmatik ya da olumsuz deneyimlerin de zihinsel izlerini taşımaktadır.

Özetle tatlar, bireyin duygusal dünyasında derin ve çok yönlü bir yer tutmaktadır. Bir yemeğin tadı, haz verici bir deneyim olmanın ötesinde kişinin kimliği, geçmişi ve duygusal bağlarıyla ilişkili anlamlar taşımaktadır. Bu bağlamda tat hafızası, hem bireysel psikoloji hem de kolektif duygu hafızasında yer edinmiş deneyimlerin keşfedilmesinde önemli bir anahtar işlevi görmektedir.

TATLAR ve KÜLTÜREL KİMLİĞİN İNŞASI

Yemek; coğrafya, dil, inanç, toplumsal yapı ve tarihsel deneyimleri bünyesinde barındıran kültürel sembollerden biri olarak nitelendirilmektedir. Dolayısıyla bir toplumun ya da topluluğun yemek kültürü, o grubun kimliğini dışa vuran bir ifade biçimi olarak değerlendirilebilir (Appadurai, 1988). Yemek ile deneyimlenen tatlar, sadece fizyolojik bir deneyim değil; aynı zamanda bireyin ait olduğu kültür ile oluşturduğu duygusal ve sembolik bağların da yansımasıdır. Dolayısıyla tat hafızası kişisel anıların yanısıra kolektif belleğin, geleneklerin ve kültürel aidiyetin de taşıyıcısı olmaktadır (Fabri ve Fortuna, 2020; Straczuk, 2020). Straczuk (2020) Polonya’da çeşitli

kuşaklardan bireylerin geçmişe dair tat anılarını nasıl hatırladıklarını ve bu hatıraların nasıl kültürel kimlik anlatılarına dönüştüğünü ele aldığı çalışmada, tatla ilişkili anıların çoğunlukla aile üyeleriyle, ev içi ritüellerle ve belirli dönemlere özgü toplumsal koşullarla birlikte hatırlandığını bulgulamıştır. Yine özellikle çocukluk döneminde deneyimlenen tatların, duyuşsal hafızanın yanı sıra kültürel benliğin inşasında da belirleyici rol oynadığını değerlendirmiştir. Bu durum, Bourdieu'nün "*habitus*" kavramıyla da örtüşmektedir. Nitekim Bourdieu (1984) çalışmasında, bireyin duyuşsal tercihlerinin, toplumsal konumuyla şekillendiğini ve zamanla içselleştirilerek kimliğin bir parçası hâline geldiğini ifade etmektedir. Lee (2023) ise tat hafızasının kültürel kimliğin inşasında oynadığı bu çok katmanlı rolü somut olmayan kültürel miras bağlamında ele almaktadır. Lee'ye göre yemek ile ilgili anılar, sadece geçmişe hatırlama aracı değil, aynı zamanda kültürel devamlılığın duyuşsal ve ritüel temsilleridir. Tat anıları, nesiller arası aktarımı mümkün kılan sözlü anlatımlar, tarifler ve birlikte yeme ritüelleri yoluyla toplumun kültürel kimliğini canlı tutmaktadır. Dolayısıyla tat, damakta kalan bir iz olmakla birlikte aynı zamanda mekânsal ve duyuşsal bir aidiyet aracı olarak da anlam kazanmaktadır (Lee, 2023). Özellikle diaspora topluluklarında, göçle birlikte kopan fiziksel bağlara rağmen bireylerin kökenleriyle yeniden bağlantı kurmasını sağlayan şey hiç kuşkusuz ki sahip oldukları tat hafızasıdır.

Tat hafızasının kültürel kimlik üzerindeki etkisi, yalnızca hatırlanan tatların geçmişe ait olmasıyla değil, aynı zamanda bu tatların temsil ettiği değerler, roller ve kolektif ritüellerle anlamlandırılmasıdır. Geleneksel bir bayram yemeğinin, lezzetten çok daha fazlasını (aile birliği, dini inançları, toplumsal rolleri ve geçmişle olan bağı) temsil etmesi; tat hafızasının kültürel kimlik üzerindeki söz konusu etkisinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bu yönüyle tat hem bireysel hem de kolektif kimliğin bir tür "duyuşsal dili" olarak işlev görmektedir (Sutton, 2001; Holtzman, 2006).

Coğrafi koşullar ve yerel ürünler de tatların kültürel kimlikle bağ kurmasında belirleyici rol oynamaktadır. Örneğin; zeytin ve zeytinyağının Ege mutfağındaki baskın rolü, bu ürünün sadece bir tarım ürünü değil, aynı zamanda bölgesel kimliğin bir sembolü hâline geldiğini göstermektedir. Belirli bir bölgenin yemek kültürü, o coğrafyada yaşayanların kendilerini tanımlama ve başkaları tarafından tanınma biçimlerini etkilemektedir (Koç Apuhan ve Kement, 2022; Beşirli, 2010). Bu noktada "*terruar*" (terroir) kavramı yani toprağın, iklimin ve çevrenin bir ürün üzerindeki etkisi (Trubek, 2008) tat ile kimlik arasındaki bağı somutlaştığı bir alan olarak değerlendirilebilir.

Tat ve kimlik ilişkisi, göç ve diaspora bağlamında daha karmaşık ve çok katmanlı bir yapıya dönüşmektedir. Göçmen bireyler, yaşayacakları yeni toplumda kimliklerini korumak için sıklıkla geleneksel yemek pratiklerine başvurmaktadır. Sutton (2001), göçmenlerin yeni yerleşim yerlerinde geçmişlerine ait yemekleri yeniden üreterek aidiyet duygusunu sürdürdüklerini belirtmektedir. Pratik edilen bu geleneksel yemekler hem bireyin kendisiyle hem de ait olduğu toplulukla kurduğu bağın devamlılığını sağlamaya katkı sunmaktadır. Ayrıca diaspora mutfaklarında ortaya çıkan melez tatlar hem geçmişe bağlılık hem de yeni kültürel çevreye uyumun ifadesi olarak okunabilmektedir (Ray, 2016). Yemek, bu bağlamda sadece geçmişin değil, kimliğin “şimdi” durumunun da bir ifadesidir. Tatlarla kurulan ilişki, kültürel kimliğin hem sürekliliğini hem de dönüşümünü temsil etmektedir. Nitekim küreselleşmenin etkisiyle pek çok mutfak kültürü melezleşmiş, geleneksel tarifler yeniden yorumlanmış ve yerel tatlar küresel sahnede yer bulmuştur. Bu dönüşüm, kimliklerin sabit olmadığını aksine değişen ve yeniden üretilen yapılar olduğunu göstermektedir.

Özetle tat hafızası, kültürel kimliğin oluşumunda üç temel işleve sahiptir. Birincisi, geçmiş ve kökler ile bağ kurma yoluyla aidiyet duygusunu beslemek; ikincisi, toplumsal gruplar içinde benzerlik ve farklılıkları belirleyerek kimliğin sınırlarını çizmek; üçüncüsü ise değişen koşullar karşısında kimliğin yeniden inşasına katkı sunmaktır.

TAT HAFIZASI ve TOPLUMSAL BELLEK

Bireysel hafızanın ötesine geçen tat hafızası, toplumsal belleğin yapıtaşlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Maurice Halbwachs'ın (1992) geliştirdiği “*kolektif hafıza*” kuramına göre bireysel bellek, toplumsal bağlamdan bağımsız olarak oluşmakta; sosyal çevre içinde şekillenmekte ve sürdürülmektedir. Bu bağlamda tat hafızası, sadece bireyin geçmiş deneyimlerini değil; aynı zamanda toplumun ortak tarihini, kültürel değerlerini ve ritüellerini de içinde barındıran bir bellek özelliği taşımaktadır.

Toplumsal bellek, bireylerin ortak geçmişe dair kolektif bir bilinci paylaşmaları üzerinden oluşur ve tat hafızası da bu belleğin duyuşal taşıyıcısıdır. Topluluklara özgü yemek pratikleri, beslenme ihtiyacını karşılamakla birlikte ortak geçmiş hatırlatma, toplumsal bağları güçlendirme ve kültürel sürekliliği sağlama işlevi görmektedir. Bayram yemekleri, dini tören sofraları, düğün ziyafetleri ya da cenaze yemekleri gibi kolektif yeme içme pratikleri, geçmişle bugün arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Zira gele-

neksel bayram tatlarının yıllar boyunca aynı tariflerle hazırlanması, damak alışkanlığından öte toplumsal bir hatırlama örneği sunmaktadır (Fabri ve Fortuna, 2020; Soysal, 2018; Benjamin, 2018). Dolayısıyla bu yemeklerin tadı, toplum hafızasında yer etmiş belirli tarihsel ve duygusal bağlamları yeniden canlandırmakta (Seremetakis, 1994) ve bu tür ritüellerde yer alan yemekler, toplumsal kimliğin temsil araçları hâline gelmektedir. Örneğin; Anadolu'da kurban bayramında hazırlanan kavurma ya da nohutlu pilav, sadece bir yemek değil; aynı zamanda paylaşım, dayanışma ve dini aidiyetin somutlaştığı kültürel sembollerdir. Toplumlar, bu semboller aracılığıyla geçmiş deneyimlerini güncel yaşamda yeniden üretmekte ve geleceğe aktarmaktadır. Halbwachs'ın (1992) belirttiği gibi, bireylerin belleği ancak sosyal çerçeve içinde anlam kazanır. Bundan hareketle yemek, toplumsal hafızanın inşa edildiği ve sürdürüldüğü başlıca araçlardan biri olarak değerlendirilebilir.

Tat hafızası, kültürel travmaların hatırlanmasında da rol oynamaktadır. Göç, savaş, kıtlık ya da toplu yer değiştirme gibi kolektif kırılma anlarında yemek pratikleri, hem kaybın yasını hem de kimliğin direnişini temsil edebilmektedir. Filistinli mültecilerin zeytin, humus ve maqluba gibi geleneksel yemekleri sürdürme çabaları yalnızca damak zevkinin değil; aynı zamanda yitirilen vatanın ve aidiyet duygusunun da bir temsili olarak görülmektedir (Bascuñán-Wiley, 2019). Aynı şekilde, Balkan göçmenlerinin mutfağı da, hem geride bırakılan yurtla hem de yeni yerleşimle kurulan ilişkiyi yansıtan bir bellek alanı olarak değerlendirilmektedir.

Toplumsal bellek durağan değil, dinamik bir yapıya sahiptir ve tatlar da bu dinamik yapı içinde zamanla dönüşebilmektedir. Küreselleşme, dijital medya ve gastronomi turizmi gibi etkenlerle geleneksel tatlar yeniden yorumlanabilmekte; melezleşebilmekte ya da nostaljik biçimde yeniden canlandırılabilir. Bu süreçte, geçmişin tatları günümüzde yeni anlamlar kazanmakta ve kolektif hafızanın güncel temsilleri hâline gelmektedir (Samuel ve Thompson, 1990).

Özetle, tat hafızası toplumsal belleğin taşıyıcılarından biridir. Ritüel, gelenek ve kültürel pratiklerde deneyimlenen tatlar, toplumların kendilerini tanımlama, ortak geçmişlerini hatırlama ve gelecek kuşaklara aktarma biçimlerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bu yönüyle yemek, yalnızca bir tüketim pratiği değil bir hatırlama, hatırlatma ve hatırlanma aracılığı yapmaktadır.

SONUÇ

Nörobilimsel, psikolojik ve kültürel boyutlarıyla çok katmanlı bir deneyim olan tat hafızası, bireyin yalnızca duyuşsal değil; aynı zamanda duygusal, kültürel ve toplumsal belleğiyle kurduğu çok katmanlı ilişkilerin merkezinde yer almaktadır. Tat ve koku duyularının beyindeki limbik sistemle doğrudan bağlantılı olması, deneyimlerin hafızaya kazınmasını sağlamaktadır. Söz konusu biyolojik temel, ne yediğimizle birlikte kim olduğumuzu da anlamlandırarak tat deneyimini zihinsel olarak yapılandırılmış bir anlam sistemine dönüştürmektedir (Herz, 2004; Small, 2012). Tat hafızası, geçmişle kurduğumuz bağı duyular üzerinden şekillendirmekte ve kimliğimizi özgün bir yolla sergilememize olanak sağlamaktadır. Tatların damağın dışında zihne ve kimliğe kazındığı bu yapı, gelecekte gastronomi, psikoloji ve kültürel çalışmaların kesiştiği yeni araştırmalar için güçlü bir potansiyel barındırmaktadır.

Tatlar, nostalji, özlem, aidiyet ve güven duygularını tetikleyerek bireyin psikolojik iyilik hâlini destekleyebilir ya da bazı durumlarda travmatik anıları yeniden canlandırabilir (Herz, 1998; Lim vd., 2022; Garcia vd., 1955; Reid vd., 2022). Özellikle çocukluk döneminde deneyimlenen tatların hafızadaki etkisi, yalnızca lezzete değil, o döneme özgü duygusal ve sosyal anılara da işaret etmektedir. Dolayısıyla tatlar, bu yönüyle hem anıların taşıyıcısı hem de duyguların çağrıştıracısı olarak işlev görmektedir.

Tat hafızası, kültürel kimliğin oluşumunda, sürdürülmesinde ve aktarılmasında önemli roller üstlenmektedir. Nitekim bireyler, ait oldukları topluluğun yemek alışkanlıklarını çocukluktan itibaren içselleştirerek, bu tatlar üzerinden kimliklerini inşa etmektedir (Appadurai, 1988; Bourdieu, 1984). Göç, savaş ve yerinden edilme gibi kolektif kırılma anlarında sürdürülen yemek pratikleri yalnızca geçmişin temsili değil, aynı zamanda kültürel direnişin ve aidiyetin temsili olarak ortaya çıkabilmektedir (Bascuñán-Wiley, 2019; Sutton, 2001; Ray, 2016). Diasporik mutfaklarda sürdürülen geleneksel tatlar ve yeni kültürel bağlamlar sonucu ortaya çıkan melez tarifler, hem köklerle olan bağı korumakta hem de kimliğin yeniden inşasına katkı sunmaktadır. Diğer bir ifadeyle tat hafızası, kültürel sürekliliğin yanı sıra değişim ve melezleşme süreçlerine de tanıklık etmektedir. Bu yönüyle, tat sadece geçmişin değil; aynı zamanda dönüşen kimliklerin güncel bir temsili olarak nitelendirilebilir.

Tat hafızasının toplumsal boyutu; ritüel yemekler, bayram sofraları, düğün ve cenaze yemekleri gibi kolektif yeme içme pratikleri aracılığıyla şekil-

lenmektedir. Bu ortak deneyimler, yalnızca toplulukları bir araya getirmekle kalmaz; aynı zamanda toplumun hafızasında yer etmiş tarihsel ve duygusal bağlamları yeniden canlandırır (Halbwachs, 1992; Seremetakis, 1994). Bu nedenle yemek; bir yandan geçmişin hatırlatıcısı, diğer yandan kültürel sürekliliğin taşıyıcısıdır (Samuel ve Thompson, 1990). Tatlar, zaman içinde yeniden yorumlanarak ya da nostaljik biçimde canlandırılarak toplumsal belleğin güncel temsilcilerine dönüşebilir.

Sonuç olarak, tat hafızası yalnızca fizyolojik ya da duyuşsal bir süreç olmakla kalmayıp birey ve toplumun kimliğini, aidiyetini ve kültürel hafızasını biçimlendiren çok boyutlu zihinsel bir alandır. Gastronomi, bu bağlamda bir tüketim pratiğinden öte; kimliği, geçmişi, duyguları ve kültürel sürekliliği taşıyan ve anlamlandıran bir aracı rolü görmektedir. Tat hafızası üzerine yapılacak disiplinlerarası araştırmalar, bu duyuşsal belleğin nörobilimsel temellerini daha iyi anlamaya, psikolojik ve sosyokültürel etkilerini derinlemesine incelemeye olanak sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aggleton, J.P., & Brown, M. W. (2006). Interleaving brain systems for episodic and recognition memory. *Trends in Cognitive Sciences*, 10(10), 455-463.
- Appadurai, A. (1988). How to make a national cuisine: Cookbooks in contemporary India. *Comparative Studies in Society and History*, 30(1), 3-24.
- Baddeley, A. (1999). *Essentials Of Human Memory*. Psychology Press.
- Bascuñán-Wiley, N. (2019). Sumud and food: Remembering Palestine through cuisine in Chile. *Mashriq & Mahjar: Journal of Middle East and North African Migration Studies*, 6(2), 100-129.
- Benjamin, W. (2018). *Pasajlar*, Cemal, A. (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Beşir, N. (2020). Tat ve koku duyularının duygu düzenlemedeki rolü. *Psikoloji Dergisi*, 25(3), 201-215.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique Of The Judgement Of Taste*. Harvard Şehir: University Press.
- Chu, S., & Downes, J.J. (2002). Proust nose best: Odors are better cues of autobiographical memory. *Memory & Cognition*, 30(4), 511-518.
- Connerton, P. (1989). *How Societies Remember*. Şehir: Cambridge University Press.
- Conway, M.A., Singer, J.A., & Tagini, A. (2004). The self and autobiographical memory: Correspondence and coherence. *Social Cognition*, 22(5), 491-529.

- Degel, J., Piper, D., & Köster, E. P. (2001). Implicit learning and implicit memory for odors: the influence of odor identification and retention time. *Chemical senses*, 26(3), 267-280.
- Durukan, A. (2021). Evin tadı: Erzincan'dan İstanbul'a göç. *Antropoloji*, (42), 11-18.
- Fabri, M., & Fortuna, S. (2020). Maria montessori and neuroscience: the trailblazing insights of an exceptional mind. *Neuroscientist*, 26(5-6), 394-401.
- Fan, C.L., Abdi, H. & Levine, B. (2020). On the relationship between trait autobiographical episodic memory and spatial navigation. *Memory & Cognition*, 1-11
- Garcia, J., Kimeldorf, D.J., & Koelling, R. A. (1955). Conditioned aversion to saccharin resulting from exposure to gamma radiation. *Science*, 122(3160), 157-158.
- Güngör, F.Ş. (2015). Marcel Proust'un Kayıp Zamanın İzinde adlı romanında belleğin kurgulayıcı rolü üzerine bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 55(2), 59-74.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*, Coser, L.A. (Ed. & Trans.). Şehir: University of Chicago Press.
- Herz, R.S. (1998). Are odors the best cues to memory? A cross-modal comparison of associative memory stimuli. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 855, 670-674.
- Herz, R.S. (2004). A naturalistic analysis of autobiographical memories triggered by olfactory, visual and auditory stimuli. *Chemical Senses*, 29(3), 217-224.
- Herz, R.S. (2016). The role of odor-evoked memory in psychological and physiological health. *Brain sciences*, 6(3), 22.
- Herz, R.S., & Schooler, J.W. (2002). A naturalistic study of autobiographical memories evoked by olfactory and visual cues: Testing the Proustian hypothesis. *American Journal of Psychology*, 115(1), 21-32.
- Holtzman, J. D. (2006). Food and memory. *Annual Review of Anthropology*, 35, 361-378.
- Karadeniz, F. (2000). Lezzet algılama mekanizması. *Gıda*, 25(5), 317-324.
- Koç Apuhan, A., & Kement, Ü. (2022). Gastro-turistlerin yerellik ve yiyecek kişilik özelliklerinin yerel yiyecek satın alma niyetine etkisi: Gaziantep ili örneği. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 211-236.
- Kök, A. (2023). Ürün yaşam döngüsü teorisi: Nostaljik endüstriyel yiyeceklerin lezzet hafızasındaki yeri. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 7(2), 392-406.
- Kuehn, G. (2005). How Can Food Be Art?, Light, A. & Smith, J.M. (Ed.), *The Aesthetics Of Everyday Life* (194-212). New York, NY: Columbia University Press.
- Lee, K.S. (2023). Cooking up food memories: A taste of intangible cultural heritage. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 1-9.

- Lim, S.X.L., Höchenberger, R., Ruda, I., Fink, G.R., Viswanathan, S., & Ohla, K. (2022). The capacity and organization of gustatory working memory. *Scientific Reports*, 12, 8056.
- Locher, J.L., Yoels, W.C., Maurer, D., & Van Ells, J. (2005). Comfort foods: An exploratory journey into the social and emotional significance of food. *Food Foodways*, 13(4), 273-297.
- Núñez-Jaramillo, L., Ramírez-Lugo, L., Herrera-Morales, W., & Miranda, M.I. (2010). Taste memory formation: Latest advances and challenges. *Behavioural Brain Research*, 207(2), 232-248.
- Oğuz-Atıcı, K. (2020). Tat duyusunun gelişimsel süreci. *Çocuk Sağlığı ve Gelişimi Dergisi*, 4(1), 45-52.
- Olson, M.H., & Hergenhahn, B. R. (2016). An introduction to theories of learning (9th ed.). Şehir: Pearson.
- Özgüneş, R.E., & Bozok, D. (2022). Lezzetin nostaljisi: Yiyecek ve bellek ilişkisi üzerine. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3213-3228.
- Öztürk, G., & Koç, F. (2023). Comfort Food Kavramı Üzerine Bir Değerlendirme. Tüzün, İ.K., & Öksüz M. (Ed.), *Turizm Alanında Çok Yönlü Araştırmalar II* (289-304). Gaziantep: Özgür Publications
- Proust, M. (2003). *Swann's Way*, Davis, L. (Çev.). Şehir: Penguin Books.
- Ray, K. (2016). *The Migrant's Table: Meals and Memories in Bengali-American Households*. Şehir: Temple University Press
- Reh, R.K., Dias, B.G., Nelson, C.A., Kaufer, D., Werker, J.F., Kolb, B., & Hensch, T.K. (2020). Critical period regulation across multiple timescales. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(38), 23242–23251.
- Reid, C.A., Green, J.D., Buchmaier, S., McSween, D.K., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2022). Food-evoked nostalgia. *Cognition and Emotion*, 37(1), 34-48.
- Rolls, E.T. (2005). *Emotion Explained*. Şehir: Oxford University Press.
- Saive A.L., Royet, J.P., & Plailly J.(2014). A review on the neural bases of episodic odor memory: from laboratory-based to autobiographical approaches. *Front Behav Neurosci*, 7(8). 240.
- Samuel, R., & Thompson, P. (1990). *The Myths We Live By*. Şehir: Routledge.
- Sen, A. (2016). Food, place, and memory: Bangladeshi fish stores on Devon Avenue, Chicago. *Food and Foodways*, 24(1-2), 67-88.
- Seremetakis, C.N. (1994). *The Senses Still: Perception and Memory as Material Culture in Modernity*. Şehir: University of Chicago Press.
- Small, D. M. (2010). Taste representation in the human insula. *Brain Structure and Function*, 214(5-6), 551-561.
- Small, D.M. (2012). Flavor is in the brain. *Physiology & Behavior*, 107(4), 540-552.

- Soysal, A. (2018). *Heidegger'de Zaman Üzerine*. İstanbul: MonoKL Yayınevi.
- Spence, C. (2017). Comfort Food: A Review. *International Gastronomy and Food Science*, 9, 105-109.
- Straczuk, J. (2020). "I Still remember this taste": Senses and Emotions in Perceiving Cultural Change. *Etnografia Polska*, 64(1-2), 107-124.
- Sutton, D.E. (2001). Remembrance of Repasts: An Anthropology of Food and Memory. *Berg*.
- Troisi, J.D., & Gabriel, S. (2011). Chicken soup really is good for the soul: "Comfort food" fulfills the need to belong. *Psychological Science*, 22(6), 747-753.
- Trubek, A.B. (2008). *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir*. Şehir: Univ of California Press.
- Tulving, E. (1972). Episodic and semantic memory. *Organization Of Memory*, 1, 381-403.
- Van Campen, C. (2014). *The Proust Effect: The Senses as Doorways to Lost Memories*. Şehir: Oxford University Press.
- Wagner, H.S., Ahlstrom, B., Redden, J.P., Vickers, Z., & Mann, T. (2014). The myth of comfort food. *Health Psychology*, 33(2), 1552-1557.
- Wansink, B. (2006). *Mindless Eating: Why We Eat More Than We Think*. New York: Bantam Dell Books.
- Willander, J., & Larsson, M. (2007). Olfaction and emotion: The case of autobiographical memory. *Memory & Cognition*, 35(7), 1659-1663.
- Yeşildağ, İ. (2021). Duyuların nörofizyolojik temelleri. *Sinirbilim ve Eğitim*, 3(2), 78-89.

GASTRONOMİ TURİZMİ PERSPEKTİFİNDEN DESTİNASYONLARDA YARATICI ve YENİLİKÇİ UYGULAMALAR

Filiz ARSLAN*

GİRİŞ

Son yıllarda küresel ölçekte turist sayısı artmakta ve daha fazla bölge veya pazara kolay erişime sahip turizm tüketimi büyümektedir. Özellikle dijital teknolojilerin gelişmesi, metaverse evren aracılığıyla bilgiye erişimi kolaylaştırmış ve bu da tüketici tercihlerini değiştirmiştir. Günümüz turistleri daha deneyimli, bilinçli ve sofistike tercihler yapmaktadır. Bu nedenle, turizm destinasyonlarında yer alan kuruluşlar değişen dinamiklere uyum sağlamalı ve rekabet üstünlüğünü iyileştirmek veya korumak için stratejiler geliştirmelidirler. Rekabet avantajı elde etmek ve sürdürmek için destinasyonlarda yenilikçi ve yaratıcı uygulamaların önemi her geçen gün artmaktadır. Turizm faaliyetleri ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlere uygun şekilde yönetilmeli; rekabet avantajı elde etmek için küreselleşme, değişen turist talepleri ve sürdürülebilirlik dikkate alınmalıdır (Carvalho ve Costa, 2011). Gastronomi ve mutfaka ilişkin unsurlar, turizm destinasyonları ve işletmelerinde rekabet edebilirlik stratejileri için temel faktörlerden biri olarak görülmektedir. Çünkü yiyecek ve içecekler, yerel üretimle, benzersiz kültürlerle ilişkili olduğundan bir destinasyonu zenginleştirmektedir. Dolayısıyla gastronomi turizmi, turistleri çekmek için turizmde yükselişte olan bir stratejidir (Kuhn, vd., 2024).

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak sanatları M.Y.O., filizarслан@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3868-6637

Değişen tüketim tercihleri turizm sektörünü etkilediği gibi gastronomi turizmi faaliyetlerini de değiştirmektedir. Gastronomi turizmi, farklı kültür-
lere ait yeme-içme alışkanlıklarını, gastronomik değerlerini deneyimlemek
amacıyla gerçekleştirilen turizm seyahatlerini ifade etmektedir. Günümüzde
önemli bir alternatif turizm türü olan gastronomi turizmine olan talebin artı-
şına bağlı olarak, turizm bölgelerinde yer alan işletmelerin hizmetleri de bu
yönde etkilenmiştir. Bu turizm türünde, ziyaretçilerin bir destinasyonu ziya-
ret etme amacı genel olarak yemek kültürü, gıda ile ilişkili deneyimler doğ-
rultusunda şekillenmektedir (Hjalager, 2002; Hall ve Sharples, 2003; Yeoman
ve McMahon-Beatte, 2016; Bastenegar, 2020; Kuhn, vd., 2024). Günümüzde
önemli bir alternatif turizm türü olarak belirtilen gastronomi odaklı turizm
faaliyetine olan talebin gün geçtikçe artması turizm destinasyonlarında yer
alan işletmelerin hizmetlerini bu yönde etkilemiştir. Gastronomi turizmi,
destinasyonların mevcut kaynaklarıyla yaratıcı ve yenilikçi uygulamalar
geliştirerek sektöre önemli katkılar sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, gast-
ronomi turizminin gelişmesi, destinasyonların sunduğu yaratıcı ve yenilikçi
uygulamalarla doğrudan ilişkilidir. Turizm destinasyonlarında gastronomi
odaklı deneyimler yöresel unsurları desteklemeyi, çevresel kaynakları ko-
rumayı ve ekonomik sürdürülebilirliği göz önüne alarak toplumsal katkılar
sağlamayı amaçlamalıdır. Hazırlanan bu çalışmanın “turizm ve gastronomi”
başlığında, turizm, gastronomi ve gastronomi turizmi kavramları açıklan-
maktadır. İkinci başlıkta, gastronomide yaratıcılık ve yenilik aktararak, son
başlıkta ise gastronomi turizminin gelişmesinde yaratıcı ve yenilikçi uygula-
malar teorik çerçevede aktarılmaktadır.

TURİZM ve GASTRONOMİ

Ülke ekonomilerine yaptığı katkı, istihdam yaratma ve gelir sağlama
açısından önemi göz önüne alındığında, turizm sektörünün rekabet gücü-
nün artırılması önem taşımaktadır (Carvalho ve Costa, 2011; Arslan, 2021).
AIENT (International Association of Scientific Experts in Tourism-Uluslararası
Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından turizm kavramı, *“insanların de-
vamlı ikamet ettikleri ve çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları
yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği
mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler
bütünü”* olarak ifade edilmektedir. İnsanların en temel ihtiyacı olan yeme-iç-
me eylemi ise turizm faaliyetleri içerisinde önemli bir üründür. İhtiyacın öte-
sinde insanların başka kültür-
lere ait olan yiyecek veya içecekleri keşfetme

duygusu dünyada önemli bir seyahat motivasyonu olan gastronomi turizmine hızlı bir ivme kazandırmaktadır.

Gastronomi, yiyecek- içeceklerin tarihsel gelişme sürecinden başlayarak, sanatsal ve bilimsel unsurların da dahil olduğu tüm niteliklerinin detaylı bir şekilde anlaşılmasını, uygulanmasını ve geliştirilerek günümüz şartlarına uygun hale getirilmesi çalışmalarını içine alan bir bilim dalı olarak tanımlanmaktadır (Hatipoğlu, 2014). Turizm içinde gastronomi önemli bir birleşendir. *Gastronomi turizmi*, bir destinasyonda yiyecek-içecek odaklı bir deneyim sunan, aynı zamanda bir destinasyonun kültürünü, tarihini, geleneklerini ve yaşam tarzını da tanıtan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir (Hjalager, 2002). Gastronomi turizmi, UNWTO (2019) tarafından, otantik, geleneksel ve yenilikçi mutfak deneyimlerini içerebilen, yiyecek tüketimi ile ilişkili ürün ya da faaliyet alanlarıyla entegre ziyaretçi deneyimiyle ifade edilen turizm faaliyetleri şeklinde tanımlanmaktadır. Gastronomi turizmi kapsamında seyahat eden turistler, ziyaret ettikleri bölgelerde yemeklerin hazırlanış ve pişirilme yöntemlerini öğrenmekte, bu yemeklerin sunum biçimlerine tanıklık etmekte, ayrıca hazırladıkları yemekleri de tatma fırsatı bularak, farklı yöresel tatları, kültürel unsurları ve yerel halkla etkileşimi deneyimlemektedir. Son yıllarda bu alanda hizmet veren profesyonel tur organizasyonlarının sayısı da dünya genelinde hızla artmakta olup, özellikle Asya ve Güney Amerika gibi bölgeler bu konuda öne çıkan destinasyonlar arasında yer almaktadır. Bu turlar, genellikle seçkin bölgeler ve çeşitli mutfak tarzları doğrultusunda planlanmaktadır (Demir ve Yaylı, 2010; Arslan ve Kaynakçı, 2017). Hall ve Sharples (2003), gastronomi turizmine katılan bireylerin seyahat motivasyonlarının; belirli bir bölgeye özgü bir yiyeceği tatma arzusu, özel bir yemeği deneyimleme isteği ya da tanınmış bir aşçının hazırladığı lezzetleri tatma arzusu gibi nedenlere dayandığını belirtmiştir. Bu bağlamda turistlerin temel seyahat motivasyonları şu şekilde sıralanabilir (Uyar, 2015; Arslan ve Kaynakçı, 2017):

- Tanınmış bir şefin veya restoran sahibinin gerçekleştirdiği bir pişirme gösterisini veya söyleşisini izleme,
- Popüler veya yenilikçi bir restoranda ya da barda yemek yeme ve içecek deneyimleme,
- Özel davetlere ya da açılış gecelerine katılma,
- Yerel halk tarafından tercih edilen, keşfedilmesi zor restoran veya barlara gitme,
- Yemek, şarap veya bir içecek temalı etkinliklerde bulunma,

- Yöresel ve taze gıda ürünlerini doğrudan üretim alanlarında, manavda veya pazarda araştırmak,
- Şarap üretimi yapılan yerleri ziyaret etmek, şarap üretim sürecini takip etmek,
- Yemek kurslarına katılmak (birkaç gün, hafta veya ay).

Gastronomi turizmi, turistlerin bir yerin mutfağına olan ilgisiyle oluşan ve destinasyonlara sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel faydalar sağlayan bir araçtır (Bastenegar, 2020). Bir destinasyonun sahip olduğu doğal, kültürel ve ekonomik değerler, genel anlamda bölgenin turizm potansiyelini belirlerken; özelde ise turizm işletmelerine rekabet üstünlüğü kazandıran önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Gastronomi turizmi, geleneksel gastronomik değerlerin yanı sıra yerel mutfakların korunmasına ve tanıtılmasına da olanak tanımaktadır (Hall ve Sharples, 2003). Yiyecek ve içecekler, bir milletin tarihiyle birlikte kültürünün ve kimliğinin de temel unsurlarından biridir. Smith (1995), uluslararası gastronomi teorisinde, “özgünlük” ile bir destinasyonun veya ülkenin tarihi, yeri ve kültürü arasındaki bağlantıyı vurgulamaktadır. Bu nedenle ülkeler ve idareleri yerel gıdaları savunur ve koruyucu önlemleri alırlar (Yeoman ve McMahon-Beatte, 2016). Gastronomi turizmi, sürdürülebilirliğe önemli katkı sunarak, sivil sorunları çözmede yenilikçi yaklaşımların benimsenmesiyle, o toplumun yaşanabilir ve daha iyi refah bulacağı belirtilmektedir (Bastenegar, 2020). Literatürde gastronomi ve turizm ilişkisi üzerine çalışmaları inceleyen çalışmalar (Naruetharadhol, vd., 2020; Okumuş, vd., 2018) ve destinasyon seçiminde gastronomik unsurların etkisini vurgulayan araştırmalar bulunmaktadır (Karim ve Chi, 2010; Smith ve Costello 2009; McKercher vd. 2008; Kivela ve Crotts, 2006).

GASTRONOMİDE YARATICILIK ve YENİLİK

Günümüzde turizmi faaliyetlerine katılan turistler destinasyonlarda yaratıcı ve yenilikçi uygulamaları beklemektedir. Destinasyon yönetiminde etkili ve farklılaştırıcı stratejilerin oluşturulmasında, yaratıcılık ve yenilikçi yaklaşımlar kilit rol oynamaktadır (Lindroth vd. 2007). Destinasyonlarda, turist taleplerine yanıt verebilmek ve rekabet gücünü sürdürebilmek adına yeni turistik ürünlerin geliştirilmesi ya da mevcut ürünlerin güncellenerek yeniden sunulması gereklidir. Başka bir deyişle, turistik ürünlerin zamanla değişen beğenilere, eğilimlere ve trendlere uyum sağlayacak biçimde yeniden yapılandırılması kaçınılmazdır (Demir ve Yaylı, 2010). Yaratıcılık, Wallas (1926) tarafından problem çözme süreci olarak ifade edilmektedir (Torrance, 1993).

Ürün ya da fikrin yaratıcılığı; “ürün ya da fikrin orijinalitesi, mümkünlüğü ya da kullanıma uygunluğu” ile ilgilidir (Saraçoğlu, vd., 2010). Yaratıcılıkla yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesi ile ilgili başlayan süreç yararlı fikirlerin uygulanması, ticarileştirilmesi ve benimsenmesi ile son bulmaktadır. Ticarileşen fikir sonucunda yenilik gerçekleşmektedir (Scott vd., 1994; Reuvers vd, 2008). Yaratıcı turizm kavramı, turizmin bir alt türü olarak ilk kez Pearce ve Butler (1993) tarafından ortaya atılmış; 1990’lı yıllarda Avrupa’nın çeşitli ülkelelerinde yürütülen araştırmalarla kuramsal çerçevesi geliştirilmiş ve kavramsal olarak daha belirgin hâle gelmiştir. Raymond, yaratıcı turizm anlayışını Konfüçyüs’ün “duyarsam unuturum, görürsem hatırlarım, yaparsam öğrenirim” yaklaşımıyla ilişkilendirerek tanımlamıştır (Richards, 2015’ten akt. Zoğal ve Emekli, 2017: 22). Genel bir ifadeyle yaratıcı turizm; bir destinasyonun kültürel mirası ve sanatsal değerlerinin, yerel halkla etkileşim içerisinde, katılımcı ve deneyim temelli bir şekilde öğrenilmesini sağlayan sürdürülebilir bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir. 2006 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde gerçekleştirilen “Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru” başlıklı konferansta, yaratıcı turizm kavramı detaylı şekilde ele alınmış ve UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı temsilcilerinin de katılımıyla kavramın içeriği netleştirilmiştir. Bu kapsamda yaratıcı turizm; bireylerin bir bölgenin sanatsal ve kültürel mirasını, özgün kimliğini ve yaşayan kültürünü yerel halkla doğrudan etkileşim yoluyla öğrenmesini ve bu süreçte otantik deneyimler yaşamasını amaçlayan bir seyahat biçimi olarak tanımlanmıştır (UNESCO, 2006). Bu doğrultuda gastronomi ve mutfak kültürü yaratıcı turizm faaliyetinde önemli bir birleşendir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye’de gastronomi kapsamında yaratıcı şehir ağına giren şehirler: Gaziantep, Hatay, Afyonkarahisar olarak sıralanmaktadır.

Yenilik, ürün yenilikleri (yeni veya geliştirilmiş mevcut ürünler), süreç yenilikleri (harici süreçler ve hizmet genişletme dâhil iş modelleri) gibi çeşitli şekillerde literatürde belirtilmektedir. Ancak turizm sektörünün yapısal özelliği gereği, hizmet ve pazarlama turizm yeniliğinin iki ana kategorisi olduğundan dolayı hizmet yeniliği kavramına odaklanmak gerekmektedir. Hizmetlerde müşteri beklentilerini dikkate alarak onlara değer yaratmak hedeflenmektedir (Kuhn vd., 2024). Yenilik, rekabetçi bir pazarda turizm firması için ürünün veya turizm deneyiminin değerini artırmalıdır. Değer, müşterilerin algılanan kaliteleri bu kalitede fiyatla (maliyet) bölünmüş olduğundan, başarılı yenilik kaliteyi yükseltmek veya fiyatı düşürerek (maliyet) değeri artırmalıdır. Başarılı yenilik, rekabetçi bir pazarda turizm firması için ürünün veya turizm deneyiminin değerini artırmalıdır. Yenilik yalnızca yeni

ürün, hizmet yeniliği değil var olan değerlerin farkına varılıp turizm bölgesine entegre edilmesi ile de sağlanabilir. Burada başka yerlerde yapılan yenilikçi etkileri taklit etmek değil, aynı zamanda bir şirketin veya destinasyonun kendi gücünü ve temel yetkinliklerini arttırmak, ayrıca bilgi yönetimi vasıtasıyla güçlendirilmek ve daha da geliştirilmek önem kazanmaktadır (Weiermair, 2004). Yaratıcılık ve yenilik, gelişimin, büyümenin destekleyici bir gücüdür ve rekabette önemli bir üstünlük sağlamaktadır. Bono (1996), işletmelerin yeniliğe ve değişime direnerek asla var olamayacağını belirtmektedir (Bentley, 1999: 28). Gastronomi de yaratıcılığı ve yeniliği inceleyen çalışmalar ilgili alan yazınında olmakla birlikte (Kuhn vd., 2024; Arslan, 2021), bu yönde gerçekleştirilecek çalışma sayısının artırılması önem taşımaktadır.

GASTRONOMİ TURİZMİNDE YARATICI ve YENİLİKÇİ UYGULAMALAR

Gastronomi turizmi kapsamındaki yaratıcı ve yenilikçi uygulamalar, ziyaretçilere unutulmaz deneyimler sunmayı hedeflemektedir. Bu tür uygulamalar, bölgesel mutfakların tanıtımının yanı sıra, sürdürülebilirlik, yerel üretim ve geleneksel mutfak mirasının korunmasını sağlayacak şekilde tasarlanması oldukça önemlidir. Gastronomi turizmi kapsamında yaratıcı ve yenilikçi uygulamalardan bazıları; *“yaratıcı mutfak deneyimleri, sürdürülebilir gastronomi, gastronomide metaverse evren ve dijital teknolojiler, gastronomi turları, yaratıcı ve yenilikçi festivaller ve etkinlikler”* olarak belirtilebilir.

Yaratıcı Mutfak Deneyimleri: Ziyaretçilere sunulan özgün mutfak deneyimleridir. Bu deneyimler, turistlerin yalnızca yemekleri tatmalarına değil, aynı zamanda yemek yapım sürecine katılmalarına olanak tanımaktadır. Yaratıcı mutfak uygulamaları arasında şeflerle yemek yapma atölyeleri, yerel pazarlarda gastronomi turları ve geleneksel yemeklerin yenilikçi yorumları yer alır (Richards, 2002). İtalya’nın Toskana bölgesinde, turistler geleneksel İtalyan yemekleri yapmayı öğrenebilecekleri atölyelere katılabilmektedirler. Bu uygulama, hem yerel mutfakla tanışmayı hem de kültürel bir deneyim yaşatmayı amaçlamaktadır. Bazı restoranlar yerel şefler tarafından sunulan yemeklerin yanı sıra, müşterilere özel yemek menüleri de sunarak kişiye özel deneyimler yaratmaktadır (TuscanyNow&More, 2025).

Sürdürülebilir Gastronomi: Çevresel ve kültürel sorumlulukları kapsamaktadır. Yenilikçi uygulamalar arasında organik ve yerel gıda kullanımı, sürdürülebilir gastronomi, yerel tarımı desteklerken aynı zamanda turistlere de çevre dostu bir deneyim sunar (Hall & Sharples, 2003). Hollanda’daki Amsterdam şehri, sürdürülebilir gastronomi konusunda yaratıcı çözümler

sunan bir destinasyondur. Şehirdeki restoranlar, menülerinde yerel ve organik ürünler kullanırken, aynı zamanda çiftliklerden doğrudan temin edilen gıda ürünlerine yer verirler. Bu uygulamalar, turistlerin çevresel farkındalık kazanmasına yardımcı olurken, aynı zamanda yerel çiftçilerin ekonomisini desteklemektedir (Amsterdam, 2025).

Gastronomide Metaverse Evren ve Dijital Teknolojiler: Gastronomi turizmini daha erişilebilir ve etkileşimli hale getirmiştir. Metaverse, fiziksel dünyayı dijital sanallıkla bütünleştiren, sürekli ve kalıcı özellik taşıyan, çok kullanıcı bir sanal ortam olarak tanımlanabilir. Bu kavram, sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojilerin birleşimiyle, dijital nesneler ve bireyler arasında çoklu duyuşsal etkileşimleri mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, Metaverse, kalıcı çok kullanıcı platformlarda entegre sosyal ağ bağlantıları üzerinden sürükleyici ve etkileşimli ortamlar sunan bir dijital ekosistem olarak işlev görmektedir (Mystakidis, 2022'den akt. Çiğdem, 2022). Metaverse, Meta evrenin üç boyutlu dünyası, gerçek hayata benzer sanal bir ortamda uygulanabilir çok sayıda yeni uygulama üreten, inovasyona ve problem çözmeye odaklanan bir olgudur (Krein vd., 2023). Tüketici deneyimini geliştirmek için gerçeklik teknolojilerini kullanmaktadır. Restoran sektöründe, dijital teknolojiler müşterilerin yemek yeme deneyimlerini iyileştirdiği düşünülerek restoran sahipleri arasında giderek artan bir ilgi gördüğü belirtilebilir (Batat, 2021). Sanal gerçeklik (VR) ve Artırılmış Gerçeklik (AR), turizmde, otellerde, restoranlarda bulunmaktadır. Ancak turizmle ilgili çalışmalarda bu tür teknikleri kullanan çalışmaların kapsamlı bir analizini bulmak kısıtlıdır (Loureiro vd. (2020). Birçok destinasyon, sanal turlar, çevrimiçi yemek atölyeleri ve dijital menü sistemleri gibi yenilikçi dijital uygulamalarla gastronomi turizmini desteklemektedir (Sigala, 2017). Fransa'nın Provence bölgesi, sanal gastronomi turları sunan bir uygulama geliştirmiştir. Bu uygulama, turistlere sanal ortamda yerel şarapların ve peynirlerin üretildiği yerleri gezme imkânı sunmaktadır. Ayrıca, çevrimiçi şarap tadım etkinlikleri düzenlenerek, turistlerin evlerinden çıkmadan Fransız mutfakını keşfetmeleri sağlanmaktadır. Yiyecek ve içecek sektöründe sürekli değişen ve gelişen Pazar koşullarında rekabet avantajı sağlamak için yenilikçi bir yaklaşım benimseyerek teknolojiyi takip etmek, kritik bir stratejik faktör olarak değerlendirilmektedir (Krein vd., 2023).

Gastronomi Turları: Bu turlar çeşitli kategorilerde düzenlenebilmektedir. Arısoy (2009) bu faaliyetleri beş kategoride toplamaktadır. Bunlar özellikle:

Yöresel Yemek Turları: Bu turlar, katılımcılara gittikleri bölgenin geleneksel yemeklerinin hazırlanış süreçlerini öğretmeyi amaçlayan, genellik-

le grup halinde gerçekleştirilen etkinliklerdir. Türkiye’de Adana, Antakya (Hatay), Aydın, Gaziantep, Malatya, Trabzon, İzmir ve Kayseri gibi destinasyonlar, yöresel yemek turları için örnek teşkil etmektedir.

Şarap Turları: Şarap üretimi ve bölgenin özgün şarapları ile yöresel yemeklerin eşleştirildiği turlar, gastronomi turizminin önemli bir alanıdır. İtalya, Fransa ve Amerika, bu tür turların en fazla tercih edilen destinasyonları arasında yer alırken, Şili, Arjantin, Yeni Zelanda ve Avustralya gibi ülkeler de son yıllarda popülerlik kazanan yeni destinasyonlar arasında bulunmaktadır.

Sokak Yemekleri Turları: Özellikle Asya ve Uzak Doğu bölgesinde, Japonya, Tayland, Vietnam, Hong Kong ve Endonezya gibi ülkelerde yaygın olarak düzenlenen sokak yemekleri turları, bölgesel mutfak deneyimleme fırsatı sunmaktadır.

Gurme Yemek Sınıfları: Bu sınıflar, gezilen şehirlerdeki önde gelen oteller ve restoranlar bünyesinde, baş şefler eşliğinde düzenlenerek, katılımcılara gastronomik tekniklerin ve tariflerin öğretildiği etkinlikler olarak ifade edilmektedir.

Restoran Sahipleri ve Aşçılar İçin Düzenlenen Özel Yemek Turları: Günümüzde, bazı restoran işletmecileri ve aşçılar, bu tür turlara katılarak, ilgili bölgelere seyahat edip, yerel mutfak hakkında bilgi edinmektedirler. Örneğin, Amerika’da bir Meksika restoranı sahibi, ekibini Meksika’ya götürüp, yemeklerin hazırlanışı, kullanılan malzemelerin temin edildiği kaynaklar ve yerel mutfakla yapılan karşılaştırmalar gibi konularda yerel halkla doğrudan etkileşimde bulunarak bilgi edinme fırsatına sahip olmaktadır. Bu tür turlar, aynı zamanda çalışanlar için verimli bir eğitim deneyimi sağlamaktadır. Bu turizm şekli aynı zamanda seyahat edilen bölge esnafı için de ekonomik avantaj oluşturmaktadır. Konaklama, bölgedeki restoranlarda yemek yeme, yerel açık pazarlarda alışveriş yapma, bölge ekonomisine katkı sağlamaktadır. Türkiye’yi ziyaret eden turistler de Türk mutfak kültürünü tanımak ve denemek istemektedirler. İnsan hayatının devamı için vazgeçilmez bir olgu olan beslenme, içinde bulunulan kültürel, coğrafi, ekonomik, ekolojik yapıya ve tarihsel süreçte göre şekillenmektedir (Demir ve Yaylı, 2010).

Yaratıcı Etkinlikler ve Festivaller: Bir destinasyonun gastronomi mirasını korumanın ve tanıtanın harika bir yoludur. Bu tür etkinlikler, yerel mutfakları öne çıkarırken, turistlere kültürel bir deneyim sunar. Gastronomi festivalleri, yemek yarışmaları, şef gösterileri, yemek tadım etkinlikleri, yemek

tarihi seminerleri ve kültürel gösteriler gibi çeşitli etkinliklerle desteklenmektedir. Festivaller, yalnızca turistlere yönelik değil, aynı zamanda yerel halkın da katılımıyla gerçekleşir ve toplumda gastronomiye dair bir farkındalık yaratır (Hjalager, 2002). Gastronomi turizminin yayılmasında ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynar. İspanya'nın Barcelona şehrinde her yıl düzenlenen "Mercat de Mercats" adlı festival, ziyaretçilere yerel üreticilerden taze gıda ürünleri ve geleneksel yemekler sunar. Festival, yerel şeflerin yaratıcı yemekler sunduğu bir etkinlik olup, turistlere yerel mutfağın derinliklerine inmeleri için fırsat sağlamaktadır (Metropolitan Barcelona, 2024). Ülkemizde de çeşitli illerde birçok gastronomi festival düzenlenmektedir. Alaçatı Ot Festivali, Adana Lezzet Festivali, Uluslararası İstanbul Mutfak Günleri bu festivallere örnek verilebilir.

SONUÇ

Gastronomi turizmi, yaratıcı ve yenilikçi uygulamalarla zenginleştirilmiş bir deneyim sunarak, destinasyonların kültürel ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmaktadır. Destinasyonlar, gastronomi temelli deneyimlerde sınırlarını zorlayarak, sürdürülebilirlik ve dijitalleşme gibi çağdaş trendleri entegre ederek gastronomi turizminin geleceğini şekillendirmektedir. Bu tür uygulamalar, turistlere unutulmaz bir deneyim sunarken, yerel halk ve ekonomiler için de faydalı sonuçlar doğurmaktadır. Sadece turizme fayda sağlamakla kalmayıp, kültürel mirası da korumaktadır. Gastronomi alanında turist tercihleri değişmekte ve bu değişimin gelecekte daha da farklılaşacağı düşünülmektedir. Bu yüzden işletmeler özellikle yeni trendleri iyi analiz etmeli, gündelik ve gerçek hayatın ötesinde bir evren olan metaverse gastronomide farklı uygulamalar geliştirerek tüketici beklentilerini yakalamalıdır. Demir ve Yaylı (2010) çalışmasında, Türkiye'nin zengin yemek kültürünün, son yıllarda dünya çapında daha fazla keşfedilmeye başlanmış olduğunu, kullanılan malzemeler, yaşam tarzı, coğrafi özellikleri, insanların ve gelenekleri ile birleşerek, ülkenin gastronomik mirasının giderek daha fazla ilgi gördüğü bir alana dönüşmektedir. Bu bağlamda, Türkiye, yemek turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olup, gelecekte de bu alanda küresel ölçekte önemli bir destinasyon olma yolunda olduğunu ifade edilmektedir. Ancak bu önemli potansiyel doğru tanıtılırken, turizm faaliyetleri sürdürülebilir kapsamda, ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlere uygun olarak yönetilmelidir. Günümüzde gastronomi turizmi alanında yenilikçi ve yaratıcı uygulamalar, sektörel gelişim ve rekabet açısından önemli bir yer tutmak-

tadır. Bu doğrultuda yürütülen bu çalışmanın, geleneksel gastronomik yaklaşımların modern yöntemlerle bütünleştirilmesini yeniden yorumlayarak, uygulama verimliliğini artırmayı ve özgün çıktılar üretmeye yön vereceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Amsterdam, (2025). <https://www.iamsterdam.com/en/see-and-do/restaurant-and-bars/sustainable-and-low-waste-dining-in-amsterdam> Erişim tarihi: 01.03.2025.
- Arslan, F. (2021). Gastronomi ve İnovasyon Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar (131-141), Arman, A. & Erdem, Ö (Ed.), *Gastronomide Sistemik Araştırmalar*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Arslan, F., & Çakmak, A. F. (2021). Yiyecek-içecek çalışanlarının yenilikçi iş davranışı ile ilişkisinde dönüşümcü lider ve demografik bazı değişkenlere göre farklılığının incelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 220–235. <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/64>.
- Arslan, F., & Kaynakçı, E. (2017). *Yöresel Yemeklerin Otel İşletmelerinde Yeri ve Yiyecek-İçecek Bölümü Çalışanlarının Görüşleri*, 4. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Aydın, Turkey, 18-22.
- Barkat, M.S., & Vermignon V. (2006). *Gastronomy Tourism: A Comparative Study of Two French Regions: Brittany And La Martinique*, Sustainable Tourism With Special Reference To Islands And Small States Conference, Malta.
- Bastenegar, M. (2020). From gastronomy tourism to creative and sustainable tourism of gastronomy case study: 30 Tir Street Food in Tehran, *Manzar-The cientific Journal of Landscape*, 11 (49), 24-33.
- Batat, W. (2021). How augmented reality (AR) is transforming the restaurant sector: Investigating the impact of “Le Petit Chef” on customers’ dining experiences, *Technological Forecasting and Social Change*, 172, 10.1016/j.techfore.2021.121013.
- Bentley, T. (1999). *Takımınızın Yeteneklerini Geliştirme’de Yaratıcılık (Creativity)*, (Çev. Onur Yıldırım), İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bono, E. De (1996). *Rekabetüstü*, (Çev: Oya Özel,1996), Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Carvalho, L., & Costa, T. (2011). *Tourism Innovation – A Literature Review Complemented By Case Study Research, Book of Proceedings*. 1, International Conference on Tourism & Management Studies, Algarve, 23-33.
- Çiğdem, S. (2022). Dijital Dönüşüm Sürecinde Metaverse Olgusunu Jean Baudrillard’ın Simülasyon Kuramı Çerçevesinde Değerlendirmek, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 1156-1175.
- Demir, C., & Yaylı, A. (2010). *Mutfak Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkileri (Kuşadası Örneği)*. V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 599-600, 27–30 Mayıs 2010, Nevşehir.

- Hall, C.M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the special issue on food and tourism, *International Journal of Hospitality Management*, 22(3), 205-216.
- Hatipoğlu, A., & Batman, O. (2014). Osmanlı Saray Mutfağı'na Ait Gastronomik Unsurların Günümüz Türk Mutfağı ile Kıyaslanması, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 62-74.
- Hjalager, A.M. (2002). A Typology Of Gastronomy Tourism, *Tourism Review*, 57(3), 25-32.
- Karim, S., & Chi, C. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of destinations' food image, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 531-555
- Kivela, J., & Crofts C. J. (2006). Gastronomy's influence on how tourists experience a destination, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30, 354-377.
- Krein, D.D.C., Bernardon, M., Menezes, J., Rosseto, M., Richards, N.S.Q.S., & Dettmer, A. (2023). *Metaverse in Food Production*, Anais do Web Encontro Nacional de Engenharia Química Conference Online, <https://www.researchgate.net/publication/373442754>, 10.29327/166591.2-63.
- Kuhn, V.R., Dos Anjos, S.J.G., & Krause, R.W. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis, *International journal of Gastronomy and Food Science*, 35, 1-13.
- Lindroth, K., Ritalahti, J., & Soisalon-Soininen, T. (2007). Creative tourism in destination development, *Tourism Review*, 62, 53-58.
- Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J. & Ali, F. (2020). 20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach, *Tourism Management*, 77, 10.1016/j.tourman.2019.104028.
- McKercher, B., Okumuş, F., & Okumuş, B. (2008). Food tourism as a viable market segment: It's all how you cook the numbers!, *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 2, 137-148.
- Metropolitan Barcelona, (2024). <https://www.barcelona-metropolitan.com/events/mercat-de-mercats/>, Erişim Tarihi: 02.03.2025.
- Naruetharadhol, P., & Gebombut, N., 2020. A bibliometric analysis of food tourism studies in Southeast Asia. *Cogent Business and Management*, 7(1), <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1733829>.
- Okumus, B., Koseoglu, M.A., & Ma, F., 2018. Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis, *International Journal Of Hospitality Management*, 73, 64-74. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.020>.
- Pearce, D. G., Butler, R. W. (1993). *Tourism Research: Critiques And Challenges*, Routledge, London.

- Reuvers, M., Van Engen, M. L., Vinkenburg, Claartje J., & Wilson-Evered, E. (2008). Transformational leadership and innovative work behaviour: exploring the relevance of gender differences, the authors journal compilation, *Blackwell Publishing*, 17 (3).
- Richards, G. (2002). *Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption? In Culinary Tourism*, University of Illinois Press.
- Richards, G. (2015). *Creative Tourism: New Opportunities for Destinations Worldwide?* https://www.academia.edu/17835707/Creative_Tourism_New_Opportunities_for_Destinations_Worldwide Erişim tarihi: 23.03.2017.
- Scott, Susanne G., Bruce, & Reginald, A. (1994). Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace, *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Sigala, M. (2017). Social media and customer engagement in tourism and hospitality: A review, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(6), 706-721.
- Smith, S., & Costello, C. (2009). Segmenting Visitors to a Culinary Event: Motivations, Travel Behavior, and Expenditures, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18, 44-67.
- TuscanyNow&More, (2025). <https://www.tuscanynowandmore.com/discover-italy/best-food-italy> Erişim Tarihi: 03.03.2025.
- UNESCO, (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism*. Discussion Report of the Planning Meeting 2008, International Conference on Creative Tourism, Sant a Fe, <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>.
- Uyar, H., & Zengin, B. (2015). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. *The Journal of Academic Social Science*, 17, 355-376.
- UNWTO, (2019). *UNWTO Tourism Definitions*, <https://doi.org/10.18111/9789284420858>, Erişim Tarihi: 08.03.2025.
- Weiermair, K. (2004). Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism?, OECD, 1-11.
- Yeoman, I. & McMahon-Beatte, U. (2016). The future of food tourism, 2(1), *Journal Of Tourism Futures*, 95-98.
- Zoğal, V., & Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsal ve coğrafi bir yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi*, 26(1), 21-34.

ALAN YAZINDA SİSTEMATİK BİR İNCELEME: RESTORAN-LOKANTA TRENDLERİ

Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ*

Dönüş ÇİÇEK**

GİRİŞ

Restoran işletmeleri üzerine bilimsel çalışmalar yönetim biliminde insan ve insan ilişkileri yönündeki çalışmaların arttığı dönemlere kadar dayanmaktadır. Gerek sektörde gerekse bilimde köklü bir dergi olan (şimdiki adıyla) Cornell Hospitality Quarterly’de 1951 yılında “*özellikle otel ve restoran yönetimi ile ilgili konular hakkında bibliyometri*” başlığıyla bir seri yayınlamaya başlamıştır. Her sene güncellenen bu çalışmada “*otel*” ve “*restoran*” başlığında yayınlanan makaleler listelenmiştir (Spinney, 1961). Söz konusu çalışmanın restoran araştırmaları hakkında bilgi veren, konuların nasıl ilerlediğini gösteren ilk örneklerden olduğu söylenebilir.

Okumuş ve arkadaşları (2018), sadece restoran üzerine olmamakla birlikte turizm ve otelcilik alanında 1976 yılından 2016 yılına kadarki süreçte hazırlanmış olan gastronomi konusundaki araştırmaları incelemişlerdir. Çalışma sonucunda 2000’li yıllarla birlikte artan yayın sayıları araştırma sonucunda dikkat çekmiş olup özellikle operasyonel konuların ampirik araştırmalar ve nicel yöntemler çerçevesinde daha fazla incelendiği tespit edilmiştir.

* Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ezencir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6668-9961

** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği, dcicek@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3690-4442

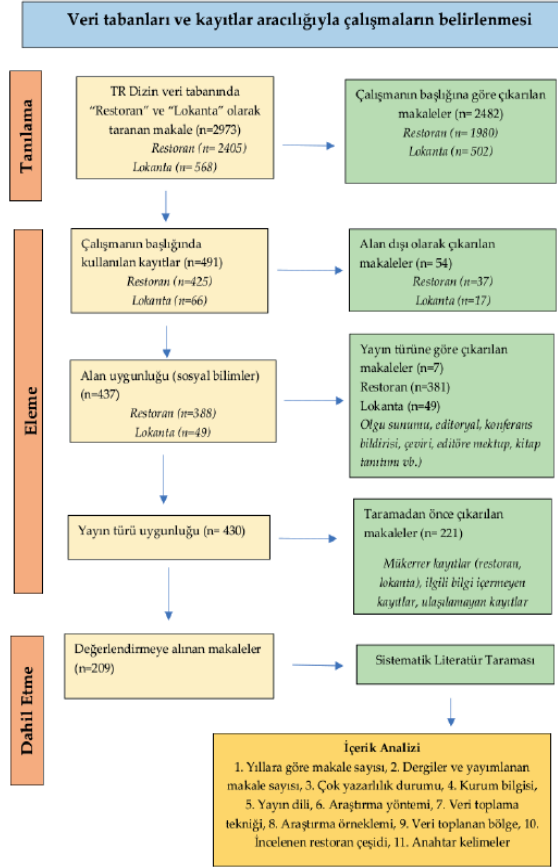
Restoranlar özelinde bakıldığında 2000-2018 yılları arasını iki dönemde ve dört tema altında inceleyen Rodríguez-Lopez ve arkadaşlarının (2020) çalışması, araştırma konularının eğilimini ortaya koyması bakımından öne çıkmaktadır. Sözkonusu çalışmada yayın sayıları açısından 2009 yılının kırılma noktası olduğu, 2009 yılından itibaren restoran ile ilgili yayın sayısında önemli bir artış yaşandığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada 2000-2009 yılları arasındaki yayınların incelemesinde “*azalan*” tema altında ülkeler, “*temel ve çapraz*” tema altında ise pazarlama öne çıkmıştır. Marka konusu *azalan-temel* konu olarak tespit edilmiştir. İşletmecilik, davranış ve hizmet kalitesi bilimsel araştırmaların yapı taşı olarak kabul edilen *motor* tema altında değerlendirilirken etnik restoranlar ve imaj konuları “*gelişmiş ve izole*” konular grubunun altında yer almıştır. 2010- 2018 yılları arasında araştırma eğilimleri değişmiş, sağlık ve sistemler *azalan* konular altında yer alırken, *temel* konular altında duygular; *motor* temalar altında marka, gıda, karlılık ve memnuniyet; *gelişmiş ve izole* konular altında tutum çalışmaları tespit edilmiştir. Alan yazından örnek olarak verilen bu çalışmalarda da görüldüğü gibi bilimsel çalışmalar gerek araştırma konusu gerekse araştırma yöntemleri bağlamında değişim göstermektedir. Bu çalışmada Türkiye’de ulusal düzeyde ULAKBİM-TR Dizin tarafından taranan restoran ile ilgili çalışmaların eğiliminin incelenmesi amaçlanmıştır. Böylece Türkiye’de restoranlar üzerine yapılan çalışmaların eğilimine ilişkin çıkarımların yapılması mümkün olacağı gibi aynı zamanda uluslararası alan yazındaki eğilimlerle karşılaştırma olanağı da olacaktır.

YÖNTEM

Bu araştırma alan yazında restoranlar ile ilgili çalışmaların bilimsel sistematığının ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma alanı ULAKBİM TR Dizininde yer alan ve çalışma başlığında “*restoran*” ve “*lokanta*” kavramı geçen makalelerle sınırlandırılmıştır. Turizm alanında yayımlanan restoran ile ilgili çalışmaların belirlenmesi için sistematik tarama gerçekleştirilmiştir. Sistematik taramada incelenecek veri setinin belirlenmesinde Prisma 2020 modelinden yararlanılmış ve Sistematik Derleme ve Meta-Analizler için Tercih Edilen Raporlama Öğeleri (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses- *PRISMA*) kontrol listesi referans olarak alınmıştır. Böylece sistematik araştırmaları geliştirmenin temel adımlarının (Moller ve Myles, 2016) izlenmesi mümkün olmuştur. Çalışma kapsamında oluşturulan akış Şekil 1’de verilmiştir.

Sistematik literatür taraması sonucunda, Mart 2025 tarihli taramada toplam 209 makale inceleme kapsamına alınmıştır. Toplanan veri setine içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi daha önceden belirlenen ölçütler çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu ölçütler sırasıyla; yıllara göre makale sayısı, dergiler ve yayımlanan makale sayısı, çok yazarlılık durumu, kurum bilgisi,

yayın dili, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, araştırma örneklemi, veri toplanan bölge, incelenen restoran çeşidi, incelenen destinasyon ve anahtar kelimelerdir.



Şekil 1. PRISMA makale seçme aşamaları

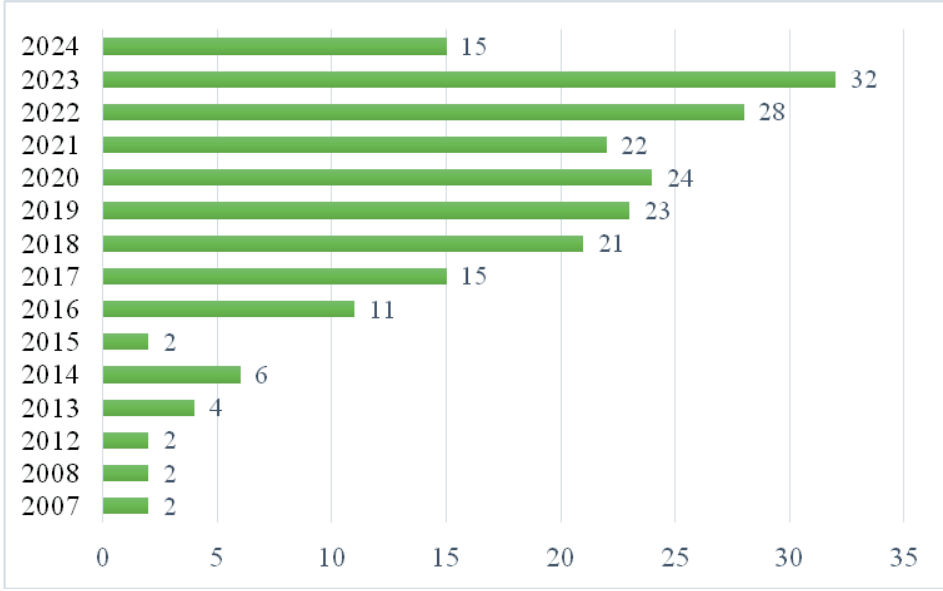
BULGULAR

Belirlenen ölçütlere göre incelenen makalelere ilişkin bulgular; *genel dağılımlar, yöntem eğilimleri, restoran çeşidi ve destinasyon gibi taramaya özgü konular ve anahtar kelimeler* olmak üzere dört bölümde sunulmuştur.

Genel Dağılımlar

İncelenen makalelerin yıllara göre dağılımı değerlendirildiğinde (Grafik 1) restoran konusunda TR dizinde kayıtlı ilk yayınlar 2007 yılına aittir. Konuya akademik ilgi 2016 yılı itibariyle artmıştır. Bu bulgu uluslararası alan yazının çok ivedi olmamakla birlikte takip edildiği şeklinde yorumlanabilir.

Yayın üretkenliğinin en fazla (32 makale) görüldüğü yıl 2023 yılı olarak tespit edilmiştir.



Grafik 1. İncelenen makalelerin yıllara göre dağılımı

Grafik 1 incelendiğinde kırılma noktası olan 2016 yılı itibariyle konunun güncelliğini koruduğu anlaşılmaktadır. Restoran konusunda yayın yapan dergilerin dağılımı araştırmanın bir diğer ölçütüdür. 209 makalenin yayınlandığı dergiler incelendiğinde 69 farklı dergide yayın yapıldığı görülmüştür. En az bir ve en fazla 64 makale yayımlayan dergilerin olduğu tespit edilmiştir. Bu dergilerden en az iki makale yayınlayanlara Tablo 1’de yer verilmiştir.

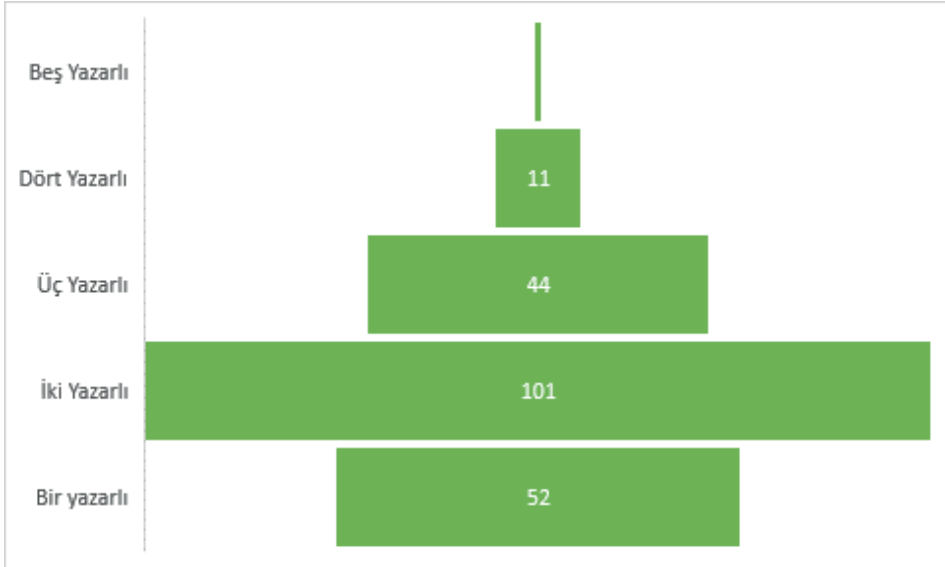
Tablo 1. Makale yayınlanan dergi ve yayın sayıları

Dergi Adı	Yayın Sayısı
Journal Of Tourism And Gastronomy Studies	64
Journal Of Gastronomy, Hospitality And Travel (Online)	13
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	12
İşletme Araştırmaları Dergisi	11
Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	8
Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	7
Turizm Akademik Dergisi	6
Journal Of Yasar University	5
Aydın Gastronomy	4
Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	4

Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi (Online)	4
Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	3
Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	3
Alanya Akademik Bakış	2
Business and Management Studies: An International Journal	2
Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2
Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi	2
Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Elektronik)	2
İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2
Manas Journal Of Social Studies	2
Turkish Studies - Economics, Finance, Politics	2
Kent Akademisi (Online)	2

Tablo 1’de görüldüğü üzere *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* dergisi restoran konusundaki yayınların ağırlıklı olduğu dergi olup yayınlanan toplam makalelerin yaklaşık üçte biri bu dergide yer almaktadır. Bunu sırasıyla; *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* ve *İşletme Araştırmaları Dergisi* izlemiştir. Tabloda gösterilen dergilerin yanı sıra 47 dergide daha başlığında “restoran” ya da “lo-kanta” kavramları geçen sadece bir yayın olduğu ulaşılan bulgulardandır. Bu dergiler; Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Akademik Hassasiyetler, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Ankara Araştırmaları Dergisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (Online), Antropoloji, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi, Coğrafi Bilimler Dergisi, Current Perspectives in Social Sciences (Online), Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Folklor/Edebiyat, GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation And Sports Sciences, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, International Journal Of Social Inquiry, İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Karadeniz İncelemeleri Dergisi,

Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, Maliye Finans Yazıları, Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, Mukaddime, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, Öneri, Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, Praksis, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Tourism and Recreation (Online), Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Türkiye Halk Sağlığı Dergisi, Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi şeklinde sıralanabilir. Sosyal bilimler alanında yer alan dergilere bakıldığında özellikle turizm fakültelerinin bulunduğu üniversitelerin dergilerinin ön plana çıktığı söylenebilir. Yayımlanan makalelerin yazar sayıları incelendiğinde en fazla iki yazarlı yayınların (101 makale) olduğu görülmektedir (Grafik 2). Bunu bir yazarlı (52 makale) ve üç yazarlı (44 makale) yayınlar izlemiştir.



Grafik 2. Çok yazarlık durumu

Grafik 2’de yayınların genellikle bir ve iki yazarlı olarak yapıldığı görülmektedir. Üç ve üzerinde yazarlık durumunun da az olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun turizm alan yazınındaki birçok çalışmayla benzerlik gösterdiği söylenebilir (Tayara ve Özel, 2019; Yeksan ve Akbaba, 2019). Alan yazına katkı veren yazarların kurumlarına bakıldığında toplamda 82 üniversite ve 12

bağımsız kurumdan araştırmacıların restoran alan yazınına katkı sağlandığı tespit edilmiştir. Bunlardan Mersin Üniversitesi'nin 49 çalışmayla birinci sırada olduğu görülmektedir (Tablo 2). Mersin Üniversitesi'nden sonra Muğla, Konya, Ankara, Antalya, Aydın, Eskişehir, Balıkesir ve Çanakkale'deki üniversiteler öne çıkmaktadır.

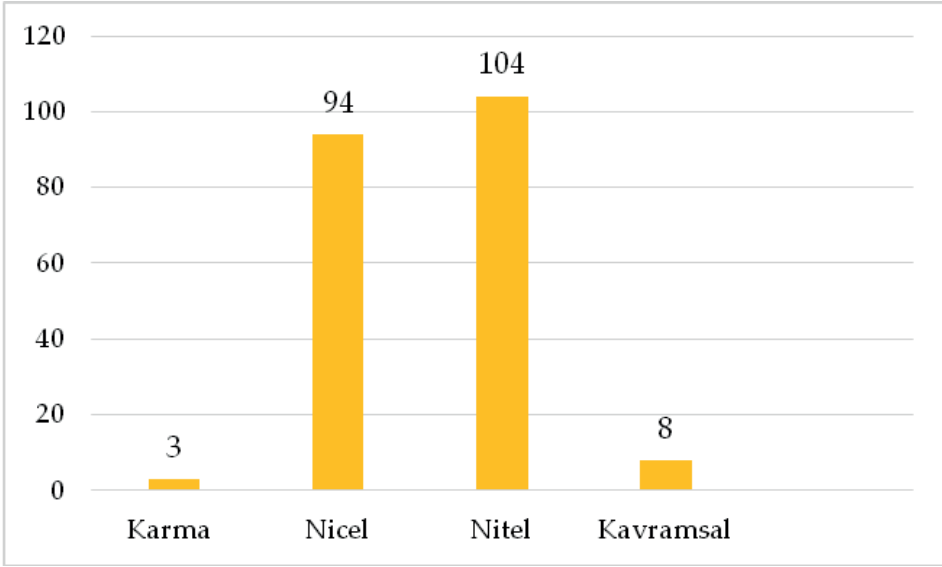
Tablo 2. Katkı sağlayan kurumlar

Kurum	Yazar Sayısı	Kurum	Yazar Sayısı
Mersin Üniversitesi	49	Kocaeli Üniversitesi	4
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	16	Ordu Üniversitesi	4
Necmettin Erbakan Üniversitesi	16	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	4
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	15	Tarsus Üniversitesi	4
Akdeniz Üniversitesi	14	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi	3
Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	13	Başkent Üniversitesi	3
Anadolu Üniversitesi	12	Gebze Teknik Üniversitesi	3
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	12	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi	3
Balıkesir Üniversitesi	12	İstanbul Arel Üniversitesi	3
Diğer	12	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	3
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	11	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi	3
Karabük Üniversitesi	10	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	3
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	9	Siirt Üniversitesi	3
Erciyes Üniversitesi	9	Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi	3
Gazi Üniversitesi	9	Yozgat Bozok Üniversitesi	3
Afyon Kocatepe Üniversitesi	8	Batman Üniversitesi	2
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	8	Bayburt Üniversitesi	2
Ankara Üniversitesi	7	Dicle Üniversitesi	2
İstanbul Gelişim Üniversitesi	7	Doğuş Üniversitesi	2
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üni.	7	Hitit Üniversitesi	2
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	7	İstanbul Beykent Üniversitesi	2
Giresun Üniversitesi	6	İstanbul Gedik Üniversitesi	2
Gümüşhane Üniversitesi	6	İstanbul Kent Üniversitesi	2
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	6	İstanbul Topkapı Üniversitesi	2
Gaziantep Üniversitesi	5	İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi	2
İskenderun Teknik Üniversitesi	5	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üni.	2
İstanbul Kültür Üniversitesi	5	Kastamonu Üniversitesi	2
İstanbul Üniversitesi	5	Mardin Artuklu Üniversitesi	2
Adıyaman Üniversitesi	4	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	2
Aksaray Üniversitesi	4	Özyeğin Üniversitesi	2
Alanya Alaaddin Keykubat Üni.	4	Sinop Üniversitesi	2
Bartın Üniversitesi	4	Uşak Üniversitesi	2
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üni.	4	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	2
Kırklareli Üniversitesi	4		

Tablo 2’de listelenen kurumlar dışında, Altınbaş Üniversitesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bingöl Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Harran Üniversitesi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Iğdır Üniversitesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, İstanbul Galata Üniversitesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul Okan Üniversitesi, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Pamukkale Üniversitesi, Piri Reis Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Trakya Üniversitesi ve Yeditepe Üniversitesi birer yayın ile katkı sağlamışlardır. Herhangi bir kuruma bağlı olmayan 12 araştırmacının olması dikkat çekici olup bunların bir kısmı sektör çalışanları bir kısmı ise lisansüstü eğitim alan araştırmacılar ve diğer şeklinde kodlanmıştır. Genel eğilimler başlığında incelenen son parametre yayın dilidir. Günümüzde ulusal yazında İngilizce yayınlanan dergilerin arttığı ve Türkçe/İngilizce seçeneğinin bulunduğu dergilerin varlığı bilinmektedir. Bununla birlikte araştırma kapsamında sadece 11 makalenin İngilizce yayınlandığı görülmüştür. Bu durum ulaşılabilirliği kısıtlaması ve etki alanını daraltması bakımından olumsuz bir durum ortaya koymakla birlikte İngilizce alternatifinin yakın tarihli olmasından dolayı ilerleyen yıllarda artacağı tahmin edilmektedir.

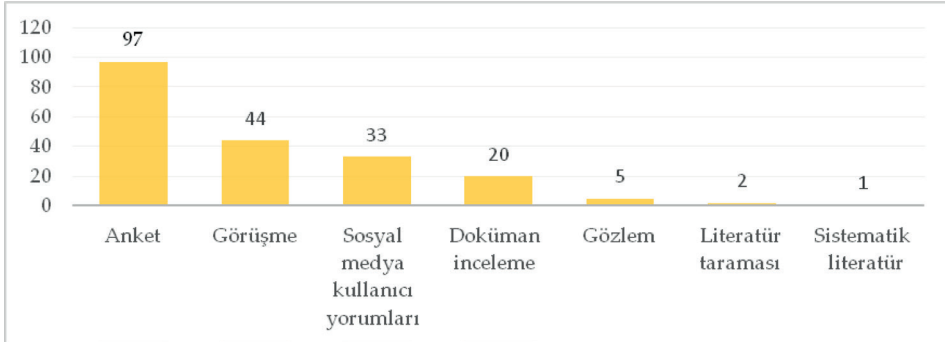
Yöntem Eğilimleri

Restoranlarla ilgili çalışmaların yöntemleri incelendiğinde araştırmalarda en çok (104 makale) nitel yöntemin tercih edildiği görülmüştür. Nicel yöntem tercihi de nitel yöntemle yakın bir oranda çıkmıştır (94 makale). Bu bulguya dayanarak restoranlarla ilgili çalışmaların alan araştırmasına dayalı yayınlar olduğu söylenebilir. Kavramsal incelemelerin çok sınırlı (8 makale) olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmalarda yöntem eğilimlerinin uluslararası eğilimden farklı olduğu söylenebilir. Restoran konusu gastronomi içinde önemli bir iş ve uygulama alanını oluşturmaktadır. Çalışanlarından yönetim şekline, mutfak operasyonlarından servis özelliklerine kadar pek çok bakımdan araştırılması gereken bir iş koludur. Alan yazındaki araştırmalar bu ihtiyaçla örtüşmektedir. Restoranların teorik bilginin yanı sıra nasıl iyileştirilebileceği ve geliştirilebileceği, değişen müşteri ihtiyaç ve isteklerine nasıl uyum sağlayabileceği gibi konuların bilimsel araştırmalar çerçevesinde incelenmesi sektör ile akademinin uyumu olarak değerlendirilebilir.



Grafik 3. Araştırma yöntemlerine ilişkin bulgular

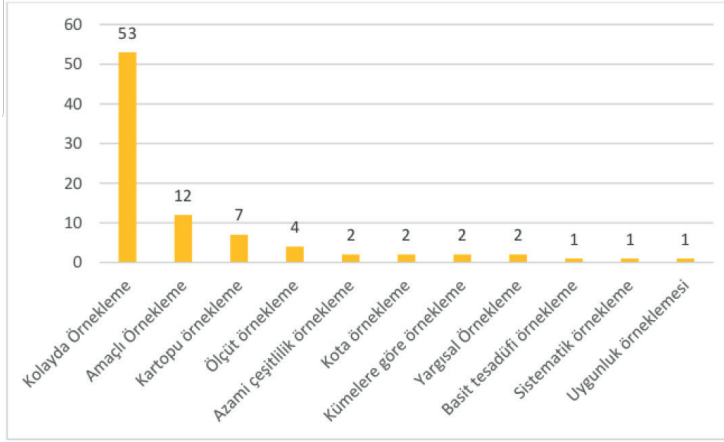
Araştırmalarda verilerin toplanmasına yönelik eğilimler yöntem bulgularıyla uyumludur. Verilerde nicel araştırmalarda çoğunlukla anket tekniği tercih edilmiştir. Görüşme, sosyal medya yorumları, doküman incelemesi ve gözlem teknikleri de nitel verilerde tercih edilen tekniklerdir.



Grafik 4. Veri toplama tekniğine ilişkin bulgular

Doküman incelemelerinde menü, işletme faaliyet raporları, endeksler, web sayfaları, fotoğraflar gibi kaynaklar kullanılmıştır. Geneline bakıldığında nitel araştırmalarla uyumlu 105, nicel araştırmalarla uyumlu 97 teknik kullanıldığı görülmektedir. Bu bulgu restoranların araştırma konusuna uygun olarak farklı tekniklerle inceleme kapasitesini göstermektedir. Araştırmalarda hangi örnekleme çeşidinin kullanıldığı inceleme kapsamında ele alınan bir diğer ölçüttür. Çalışma kapsamına alınan makalelerden sadece 87'sinde araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi bilgisine yer verildiği,

114 makalede ise örnekleme çeşidine ilişkin herhangi bir açıklamanın olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum makalelerin metodoloji yazımında bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Söz konusu makalelerde belirtilen örnekleme yöntemleri aynı şekilde kodlanarak Grafik 5’de gösterilmiştir.



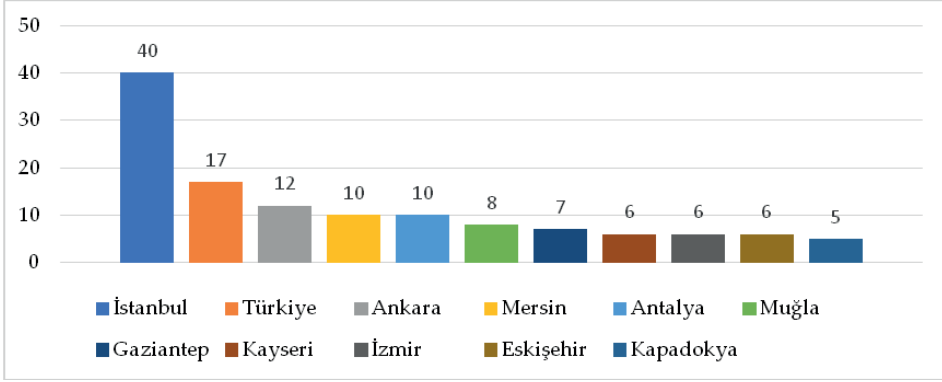
Grafik 5. Örnekleme çeşidine ilişkin bulgular

En fazla kullanılan örnekleme çeşidi olan kolayda örnekleme nicel araştırmalarda sıklıkla tercih edilmektedir. Buna göre incelenen makalelerde nicel araştırma içerikli olanların metodoloji dilinde daha duyarlı olduğu, nitel araştırma çalışmalarında ise yöntem yazımının eksik olduğu söylenebilir. Oysa yöntem bilgisi ve aktarımı bilimsel çalışmaların temelini oluşturmaktadır. Ancak özellikle alandaki nitel çalışmalarda geçerlik ve güvenilirlik yazımı (Şener vd., 2017) veya araştırma deseninin aktarımı gibi yöntem bilgilerinde eksiklikler olduğu görülmektedir (Özdemir, 2023). Bilimsel yayın kalitesini artırabilmesi için bu konuya özen gösterilmesi önem arz etmektedir.

Taramaya Özgü Konular

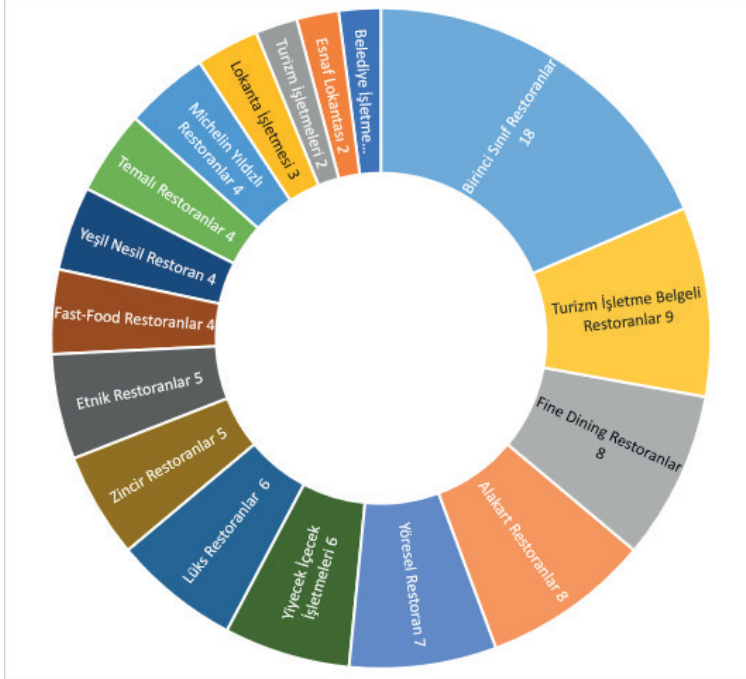
Restoran ile ilgili makalelerde incelemeye konu olan bölgeler ve ele alınan restoran çeşitlerinin belirlenmesi genel ve bütüncül bir değerlendirme yapabilmek adına önemlidir. Buradan yola çıkarak makalelerde incelemeye konu olan bölgeler (ülke, şehir gibi) ve ele alınan restoran çeşitleri ayrı ayrı incelenmiştir. Restoran incelemelerinin en yoğun olduğu yer İstanbul’dur (Grafik 6). Türkiye’de gerek sayı gerek nitelik olarak Bakanlık istatistiklerine göre de İstanbul öne çıkmaktadır. İller bazında bunu Ankara, Mersin ve Antalya takip etmektedir. Türkiye genelinde araştırma yapılan makale sayısı 17’dir. Ülkesel ve geniş kapsamlı araştırmaların zorluğu yayın azlığının sebebi olabilir. Türkiye dışındaki ülkelerden İspanya (3), Bulgaristan (1), Ukrayna (1), Kırgızistan- Bişkek (1), İtalya (1), İsveç (1) ve Fransa (1) da makalelerde

incelenmiştir. Coğrafi bölge ve bölümler bağlamında sadece Ege bölgesi (2) ve Doğu Karadeniz bölgesine (1) yönelik araştırmaya rastlanmıştır.



Grafik 6. İncelemeye konu olan yere göre bulgular

Restoran denildiğinde çok geniş bir çeşitlilikten bahsetmek mümkündür. Bu nedenle araştırmada ölçüt olarak makalelerde hangi restoran çeşidinin ele alındığına yer verilmiştir. Bu bağlamda 123 makalede restoran çeşidine ilişkin spesifik bilgiler verilmiştir. Restoran çeşitleri sınıflandırması makalelerde verildiği şekliyle kodlanmıştır (Grafik 7). Buna göre 41 farklı restoran çeşidi tanımı kullanılmıştır.



Grafik 7. Tanımlanan restoran çeşitlerine göre bulgular

Grafik 7’de görüldüğü gibi araştırma kapsamına alınan makalelerde en çok incelenen restoran çeşidi birinci sınıf restoranlar (18), turizm işletme belgeli restoranlar (9), fine dining restoranlar (8), alakart restoranlar (8), yöresel restoranlar (7), yiyecek içecek işletmeleri (6), lüks restoranlar (6), zincir restoranlar (5) ve etnik restoranlardır (5). Bunların dışında; alışveriş merkezlerinde hizmet veren restoranlar, balık restoranı, Çin restoranları, çocuk dostu restoran, dünyanın en iyi restoranları, etno-restoran, füzyon mutfağı, geleneksel restoran, Hatay yemeği sunan restoranlar, hava limanı restoranları, kahvehane, kafeterya ve lokanta, köfteci, meclis restoranı, orta sınıf restoran, otel restoranları, slow food ve slow menü organizasyonu içerisinde yer alan restoranlar, tablet mönü kullanan restoranlar, tarihi yöresel restoran, turistik restoran, Türk mutfağı konseptine sahip restoranlar, yemeksepeti sitesinde yer alan restoranlar, yerel yiyecek ve içecek işletmesi, yerli fast-food (yff) restoranlar, yeşil restoranlar ve yurt dışındaki Türk restoranları makalelerde ele alınan restoranlardır. Dağılım dikkate alındığında özellikle üst düzey hizmet verildiği ve özellikli işletmelerin araştırıldığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Bakanlık tarafından verilen birinci sınıf restoran kategorisi resmi sınıflandırma olması bakımından daha çok tercih edilmiş olabilir. Diğer yandan incelenen restoranlar arasında Hatay mutfağı gibi belli bir bölgenin mutfağının veya füzyon mutfağı gibi trend işletmelerin olması yöresel ve küresel konuların alan yazında yer bulduğuna işaret etmektedir. Yiyecek içecek endüstrisinde büyük paya sahip olan fast food işletmelerle ilgili yayın sayısının azlığı dikkati çeken bir diğer konudur.

Anahtar Kelimeler

Araştırmada değerlendirilen son parametre anahtar kelimelerdir. İncelemede toplamda 873 anahtar kelime bulunmaktadır. Verileri sadeleştirmek ve anlaşılabilirliği artırmak için anahtar kelimelerde tekrarlanma sıklıklarına bakılmış ve görselleştirmek adına “*WordArtCreator*” kullanılarak kelime bulutu oluşturulmuştur (Şekil 2). Dahil etme kriterleri içerisinde makalenin adında “*restoran*” veya “*lokanta*” kelimelerinin kullanımı kriter olarak belirtildiği için anahtar kelimelerde olsa bile kelime bulutuna bu iki kelime dahil edilmemiştir.



Şekil 2. Anahtar Kelime Bulutu

Araştırma kapsamına alınan makalelerde en çok ele alınan konunun restoran işletmeciliği olduğu söylenebilir. Bunun haricinde gastronomi, müşteri şikâyeti, müşteri memnuniyeti, menü, turizm ve İstanbul kelimeleri öne çıkmaktadır. Bu bağlamda restoranlar söz konusu olduğunda özellikle yönetim ile ilgili konuların bilimsel olarak incelendiği söylenebilir. Benzer sonuçlar Rodriguez-Lopez vd.'nin (2020) ve Gavinolla vd.'nin (2023) araştırmalarında da görülmüştür. Buradan hareketle restoran işletmelerinde hizmetin daha iyi hale getirilebilmesi temeline dayanan müşteri şikayetleri ve memnuniyeti konularının hala önemini koruduğu söylenebilir.

SONUÇ

Restoran işletmeleri bilimin her zaman dikkatini çeken konular arasında yer almıştır. Özellikle işletme sayısının ve çeşitliliğinin artması, yiyecek içecek endüstrisinin büyümesi, değişen tüketici ihtiyaçları gibi pek çok etken konunun devamlılığını sağlamıştır. Bu çalışmada da alan yazında restoran çalışmalarının eğilimi incelenmiştir. Araştırma bulgularından hareketle ulusal düzeyde taranan bilimsel makalelerin uluslararası alan yazını takip ettiği söylenebilir. Farklı olarak uluslararası alan yazında incelenen yayınlarda nicel araştırmalar ön plana çıkarken, çalışma kapsamına alınan araştırmalarda her iki yönteminde hemen hemen aynı oranda olduğu söylenebilir. Bu sonuç ulusal çalışmalarda endüstriyel üretim veya bütün sektörü kapsayıcı konular yerine daha niş olarak değerlendirilebilecek konulara ilgi duyulmasıyla

ilişkilendirilebilir. Türkiye’de restoran işletmelerinin yapısı daha geleneksel olup özel konuların incelenmesine olanak tanımaktadır. Her bölgenin, her ilin ve hatta işletmenin kendine özgü uygulamaları olabilmekte ve bu uygulamalar bilim dünyasının ilgisini çekmektedir. Bir anlamda bu farklılaşma Türk kültürünün samimi yapısının bir parçası olarak da değerlendirilebilir. Diğer taraftan ulusal yayınlarda uluslararası yayınlarda olduğu gibi restoranlardaki operasyonlara ilişkin çalışmaların artırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Gavinolla, M. R., Roy, H., & Kaushal, V. (2023). A retrospective overview of the Journal of Foodservice Business Research using bibliometric analysis. *Journal of Foodservice Business Research*, 26(5), 741-761.
- Møller, A.M., & Myles, P. S. (2016). What makes a good systematic review and meta-analysis?. *BJA: British Journal of Anaesthesia*, 117(4), 428-430.
- Okumuş, B., Koseoglu, M.A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Özdemir, C. (2023). Ulusal turizm araştırmalarında nitel yöntemlere bir bakış. *Journal of Gastronomy Hospitality Travel*, 6(3), 1223-1232.
- PRISMA, (2025). *Sistematis Derleme ve Meta-Analizler için Tercih Edilen Raporlama Ögeleri*, <https://www.prisma-statement.org/prisma-2020-checklist> Erişimi Tarihi: 25.05.2025
- Rodríguez-López, M. E., Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Muñoz-Leiva, F. (2020). A review of restaurant research in the last two decades: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102387.
- Sandıkçı, M., Boyraz, M., Mutlu, H. Ve Gökçe, F. (2018). *Gastronomi Araştırmaları Bibliyografyası*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Spinney, K.R. (1961). How to use this bibliography. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 2(2), 48-104.
- Şener, S., Bahçeci, V., Doğru, H., Sel, Z. G., Ertas, M., Songür, S., & Tütüncü, Ö. (2017). Turizm alanındaki nitel araştırmaların güvenilirlik ve geçerlik ölçütleri kapsamında değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 7-26.
- Tayara, M., & Özel, Ç.H. (2019). Annals of tourism research dergisinde yayımlanan postmodern dönemde turizm konulu makaleler: Bibliyometrik inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 100-111.
- Yeksan, Ö., & Akbaba, A. (2019). Sürdürülebilir turizm makalelerinin bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 220-231.

SOSYAL MEDYA İLE GASTRONOMİ TRENDLERİNİ ŞEKİLLENDİRMEK: SWOT ANALİZİ TEKNİĞİYLE BİR GELECEK PERSPEKTİFİ

Serkan BARUT*

Mehmet Necati CİZRELİOĞULLARI**

GİRİŞ

Son yıllarda gastronomi alanında sosyal medya etkisini anlayabilmek, sektördeki yenilikçi yaklaşımları ve değişim dinamiklerini değerlendirmek bir gereklilik arz etmektedir. Bu nedenle, sosyal medyanın gastronomi üzerindeki etkilerini kavrayarak, hem mevcut durumu hem de gelecekte olabilecek yenilikleri daha iyi izleyebilmek amacı önem taşımaktadır.

Sosyal medya, yalnızca mutfak kültürlerini değil, aynı zamanda tüketici davranışlarını etkilemekte ve bu davranışlardan etkilenmektedir. Yiyecek ve içecekler hakkında yapılan paylaşımlar, kullanıcıların damak zevklerini geliştirirken, restoranların menü tasarımlarını güncellemelerini teşvik etmektedir (Şakiroğlu, 2024). Bunun yanı sıra, belirli yiyecekler ya da trendler üzerine oluşturulan etiketler (hashtag), geniş kitlelere ulaşmak için önemli bir araç haline geldiği görülmektedir. (Evliyaoğlu, 2023). Örneğin, bir Instagram gönderisi aracılığıyla yayılan bir fotoğraf, birçok kişiyi belirli bir restoran ya da yemek trendine yönlendirebilmektedir. Bu nedenle, sosyal medya platformlarının yemek kültürü üzerindeki etkisi gün geçtikçe daha da artmak-

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, serkanbarut1983@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8984-9083

** Doç. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, necaticizreliogullari@artuklu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9884-6084

tadır (Demirel ve Karanfiloğlu, 2020). Sosyal medyanın kullanıcıların damak tadı ve yemek tercihleri üzerindeki etkisinin günümüz gastronomi anlayışı üzerinde nasıl evrildiğini anlamak hayati bir öneme sahiptir (Eraslan, 2024). Gastronomi alanında sosyal medya ile birlikte ortaya çıkan yeni eğilimlerin ve uygulamaların izlenmesi, yemek sektöründe yaşanan değişimlerin sağlıklı bir şekilde yorumlanabilmesi açısından kritik bir süreçtir (Uzut, 2021).

Sosyal medyanın hızlı gelişimi ve yaygın kullanımı göz önüne alındığında, gastronomi sektöründeki değişimlere olan etkisini incelemek büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda ilgili çalışmaların sosyal medya platformlarındaki yemek ve yemek kültürü üzerindeki olumlu ve olumsuz yansımaları üzerine de yoğunlaşması gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, sosyal medyanın gastronomi trendlerini nasıl şekillendirdiğini derinlemesine ve kapsamlı bir şekilde inceleyerek geleceğe yönelik potansiyel perspektiflerini detaylı bir şekilde ortaya koymaktır. Çalışmanın kapsamını oluşturan temel unsurlar arasında sosyal medyanın gastronomi alanındaki etkileri ile bu ilişkinin SWOT analizi aracılığıyla değerlendirilmesi yer almaktadır. Günümüzde yaşadığımız çağın, sosyal medya platformları, gastronomi alanını etkileyen birçok değişkeni barındırmakta ve bu etkileşimler üzerinden yeni trendlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu araştırmanın, sektördeki değişimleri, dönüşümleri ve gelişimleri anlamak açısından büyük bir önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, gelecekte oluşabilecek gelişmeler için etkili bir yol haritası oluşturmak adına kritik bir işlev görmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Medya ve Gastronomi Kavramı Tarihçesi

Sosyal medya ve gastronomi tarihsel evrimi göz önüne alındığında, gastronominin tarihinin binlerce yıl öncesine uzandığını ve insanlık tarihi boyunca büyük bir evrim geçirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. İnsanlığın yeme-içme alışkanlıkları, tarımın ilerlemesi ve ticaretin yaygınlaşması ile önemli değişikliklere uğramış ve bu değişimlerin izleri gastronomi tarihine derin şekilde işlenmiştir (Akmeşe ve Burak, 2023). Gastronominin kökleri, tarihsel süreç içerisinde farklı kültürlerin etkileşimleriyle şekillenmiştir. Özellikle bölgeler arası ticari ilişkiler sonucunda yeni yemek tarifleri ve pişirme teknikleri ortaya çıkmıştır.

Öte yandan, sosyal medyanın tarihsel gelişimi incelendiğinde internetin yaygınlaşması ve dijital platformların ortaya çıkışı ile başladığı söylenebilir (Karakuş, 2021). İlk başlarda yalnızca mesajlaşma ve paylaşım imkânı su-

nan bu basit platformlar, zamanla karmaşık sosyal ağlara evrilerek, insanlar arasında etkileşimi, bilgi paylaşımını ve yeni sosyal normların oluşumunu teşvik eden bir alan haline gelmiştir (Bilim, 2020). Sosyal medya, bireylerin günlük yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş ve bu sayede kullanıcılar, ilgi alanlarını keşfetme ve daha önce ulaşamadıkları kaynaklara erişim sağlama imkânını elde etmiştir. Bu iki alanın kesişimi, günümüzde gastronomi ve sosyal medya üzerinde etkileyici bir paydaşlık oluşturmuş ve insanların deneyimlerini paylaşma biçimlerini köklü biçimde değiştirmiştir (Arslan ve Şimşek, 2022).

Sosyal medya aracılığıyla, gastronomi ile ilgili içeriklerin hızla yayılması, hem bireylerin hem de işletmelerin potansiyel müşteri kitlelerine ulaşmasını kolaylaştırmıştır. Birçok restoran ve gıda üreticisi, sosyal medya platformları vasıtasıyla kendilerini tanıtmaya fırsatı bulmuş ve bu sayede hedef kitleleriyle daha etkin bir iletişim kurma imkânı elde etmiştir. Bu yeni dijital çağ, gastronomik deneyimlerin daha geniş kitlelerle paylaşılmasına olanak sağlarken, aynı zamanda şeflerin ve restoranların tanıtımında da devrim niteliğinde bir etki yaratmıştır. Bu süreçte, kullanıcılar tarafından üretilen içerikler, merak uyandırıcı ve ilgi çekici bir biçimde ortaya konarak gastronomi alanında yeni trendlerin doğmasına zemin hazırlamıştır (Faraç ve Cinnioğlu, 2021).

Sosyal Medya ve Gastronomi İlişkisi

Sosyal medya, günümüzde gastronomi alanını derinden etkileyen son derece önemli bir faktördür ve bu etki her geçen gün daha da artmaktadır. İnsanların yemekle ilgili deneyimlerini, tariflerini ve önerilerini paylaşabildiği bu platformlar, yalnızca bireysel zevkleri değil, aynı zamanda toplumsal alışkanlıkları da şekillendirerek birer kültür aracı haline gelmektedir (Çaycı, 2019).

Yemek fotoğrafları, detaylı tarifler, kapsamlı restoran incelemeleri ve ilgi çekici yemek videoları gibi çeşitli farklı içerikler, sosyal medya platformlarında geniş ve farklı kitlelere ulaşarak büyük bir etki yaratmakta, bu sayede standartların değişmesine yol açmaktadır (Aktaş vd., 2022). Böylelikle, farklı kültürlerden gelen yemekler tanıtılmakta ve bu sayede insanlar arasındaki yemek kültürü etkileşimi artmakta, çok kültürlü bir gastronomi deneyimi oluşturulmaktadır. Bu durum, restoranların ve şeflerin popülerliklerini arttırmalarının yanı sıra, yeni yemek trendlerinin hızla yayılmasına olanak tanımakta ve gastronomi ile ilgilenen insanların bir araya gelip fikir alışverişi yapmalarını sağlamaktadır (Güner ve Aydoğdu, 2022). Ayrıca, sosyal medya

sayesinde, yemek yapma konusunda meraklı olan bireyler, dünyanın dört bir yanındaki ünlü şeflerin sunduğu tariflere, ipuçlarına ve tekniklere kolaylıkla ulaşarak mutfak becerilerini geliştirme şansı bulmakta ve bu süreçte pişirme konusunda kendilerini daha iyi ifade etme fırsatı yakalamaktadır (Yıldırım ve Uyar, 2024).

Yemek kültürü hakkında bilgi sahibi olmayı isteyen bireyler için sosyal medyanın sağladığı bu kolaylıklar, bilgi edinme süreçlerini hızlandırmakta ve aynı zamanda farklı mutfakların inceliklerini öğrenmelerine yardımcı olmaktadır. Sosyal medya, sadece yemek tariflerini ve video içeriklerini değil, aynı zamanda insanların yemek beğenilerini ve damak tatlarını da şekillendirme konusunda kritik bir rol oynamaktadır. Bu etkiler, günümüz tüketim biçimlerini ve sürdürülebilir yemek yapma alışkanlıklarını da düzenlemektedir (Ayan, 2021).

Sosyal Medyanın Gastronomiye Etkileri

Sosyal medyanın gastronomiye olan etkileri oldukça çeşitlilik göstermektedir ve bu etki pek çok farklı alanda hissedilmektedir. Bir yandan bu platformlar, restoranların ve şeflerin daha geniş kitleler tarafından tanınmasını ve ün kazanmasını sağlarken, diğer yandan yemekle ilgili yeni ve ilgi çekici trendlerin oluşmasına ve bu trendlerin zamanla çeşitli şekillerde değişmesine katkıda bulunmaktadır (Eraslan, 2024).

Yemekle ilgili içerik üreten bireyler, sosyal medya sayesinde kendi kişisel markalarını oluşturmak için büyük bir fırsat bulmakta ve bu markalar aracılığıyla gastronomi alanında kendilerine sağlam ve kalıcı bir yer edinebilme imkânı yakalamaktadırlar. Bu durum, hem profesyoneller hem de amatörler için gerçekten önemli fırsatlar ve yaratıcı yeni yollar sunmaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların kendi deneyimlerini paylaşmalarına olanak tanıyarak, gastronomi alanına farklı ağızlardan ve bakış açılarıyla katkıda bulunarak, daha zengin ve çeşitli bir içerik sunulmasına neden olmaktadır. (Evliyaoğlu, 2023).

Sosyal medya aracılığıyla yaratılan dinamik etkileşim, gastronomi alanındaki dinamikleri köklü bir şekilde değiştirmekte ve yeni bakış açıları kazandırmaktadır. Bu kapsamda, sosyal medya platformlarının etkisi altında yeni yemek trendleri hızla ortaya çıkmakta ve dünya genelindeki yiyecekler ile içecekler konusunda bir zenginlik ve çeşitlilik yaratmaktadır (Kıran vd., 2020). Sosyal medyanın sağladığı bu etkiler, restoranların tanıtımlarından tutun, çeşitli mutfak kültürlerinin gündeme gelmesine kadar, daha önce hiç

olmadığı kadar geniş bir kitleye ulaşmayı mümkün kılmakta ve gastronomi alanında yenilikçi gelişmelerin yaşanmasına olanak tanımaktadır (Demir, 2024).

Sosyal Medya ve Gastronomi Trendleri İlişkisi

Son yıllarda bireylerin tüketim davranış ve alışkanlıklarında hızlı bir değişim gerçekleşmektedir. Bu değişim gastronomi alanında çeşitli trendleri beraberinde getirmiştir. Bu trendlerin bazıları *“yavaş yemek, çiğ beslenme, organik tarım, moleküler gastronomi, yöresel mutfak, yeşil restoranlar, füzyon mutfak, yenilebilir böcekler, yenilebilir çiçekler”* olarak sıralanabilmektedir (Oğan, 2022: 38).

Gastronomi trendlerinin oluşması ve yayılmasında, sosyal medyanın büyük bir etkisi vardır ve bu etki gün geçtikçe sürekli artış göstermektedir. Bu durum, özellikle Instagram, Pinterest ve TikTok gibi popüler platformlar sayesinde daha da belirgin hale gelmiştir. Bu sosyal medya platformları, estetik açıdan göz alıcı yemek fotoğrafları ve videoları ile bir gastronomi trendinin hızla yayılmasını sağlamakta önemli bir rol oynamaktadır. Kullanıcılar, bu göz alıcı görseller aracılığıyla farklı yemek tariflerini, yenilikçi sunumları ve ilham verici içerikleri paylaşarak geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Özellikle genç kitlelerin ilgisini çeken bu etkileyici içerikler, kullanıcıların yemek yapma ve keşfetme motivasyonlarını arttırarak daha fazla insanın gastronomi alanına dâhil olmasına katkı sağlamaktadır (Bölükbaş, 2024; Demir, 2024, Bagheri, 2023).

Yemek endüstrisi profesyonelleri, sosyal medya mecralarını etkili bir şekilde kullanarak hem mevcut gastronomi trendlerini takip etmekte hem de kendi işletmelerini geliştirmek amacıyla tamamen yeni stratejiler oluşturmaktadır. Bu platformlarda aktif bir şekilde yer alan şefler ve restoran sahipleri, hazırladıkları paylaşımlar ile geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemekte ve bu süreç gastronomi alanındaki yeniliklerin ve ilginç gelişmelerin daha hızlı bir şekilde duyulmasına, benimsenmesine ve takip edilmesine olanak tanımaktadır (Yıldız ve Yılmaz, 2020).

Sosyal medyanın bu gücü, aynı zamanda yemek kültürünü demokratikleştirirken, yaratıcılığı teşvik eden zengin bir ortam sunarak çok daha fazla insanın gastronomi ile ilgilenmesine ve yeni tatlar denemesine olanak sağlamaktadır. Bu durum, sadece bireyler açısından değil, aynı zamanda restoranlar ve şefler gibi profesyoneller açısından da oldukça faydalı bir etki yaratmaktadır. Çünkü sosyal medya, yemekleri tanıtmaya ve potansiyel müşterileri kitlelerine ulaşma fırsatı sunar. Gastronomi alanındaki işletmeler, bu plat-

formlar aracılığıyla daha fazla görünürlük elde etmekte, kullanıcıların dikkatini çekme ve farklı yemek deneyimleri sunma konusunda büyük avantajlar sağlamaktadır (Özdemir, 2023; Yıldız ve Yılmaz, 2020).

Gastronomide Sosyal Medyanın Kullanımı

Gastronomi alanında sosyal medyanın kullanım kanalları, genel anlamda Instagram, Facebook, Twitter, TikTok ve YouTube gibi popüler platformları kapsamaktadır. Özellikle restoranların kendi hesapları aracılığıyla internet üzerinde şık yemek fotoğrafları ve etkileyici videolar paylaşma eğilimi, Instagram'ı en çok tercih edilen ve en popüler sosyal medya kanallarından biri haline getirmiştir. Bu sosyal medya platformunda yalnızca yemek eleştirmenleri değil, aynı zamanda çok sayıda yemek deneyimlerini yansıtanlar (food blogger) da aktif bir şekilde paylaşımlarda bulunarak gastronomi alanındaki yenilikleri tanımlama, geliştirme ve mevcut trendlerin yayılmasında son derece önemli bir rol üstlenmektedir (Bölükbaş, 2024; Akmeşe ve Burak, 2023; Syahbani ve Widodo, 2017).

Facebook ve Twitter gibi sosyal medya araçları ise restoranların, mevcut ve potansiyel müşterileriyle etkili ve sağlam bir iletişim kurma fırsatını değerlendirdikleri önemli noktalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sosyal medya platformları, restoranların güncel kampanyalarını, özel etkinliklerini ve menüdeki değişiklikleri duyurmaları açısından son derece yararlı ve faydalı olmaktadır (Kaygısız, 2022). TikTok ve YouTube platformları, özellikle yemek tarifleri, restoran incelemeleri ve eğlenceli yemek pişirme videolarının paylaşılması için oldukça sık tercih edilen alanlar haline gelmiştir. Bu etkileşimli sosyal medya platformları, kullanıcıların ilham alabileceği yaratıcı ve eğlenceli içerikler sunarak, yiyecek ve içecek kültürünün daha geniş bir kitleye ulaşmasına önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve gastronomi alanının dinamiklerini desteklemektedir (Bozkurt, 2020; Rahımı ve Kırkbir, 2022). Ayrıca, sosyal medyanın sağladığı bu etkileyici güç, gastronomi meraklılarının yeni tatlar ve unutulmaz deneyimler keşfetmelerine de yardımcı olmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların gastronomik yolculuklarını daha eğlenceli ve keyifli hale getirirken, aynı zamanda gastronomi alanında çeşitli yenilikleri takip etme imkânı da sunmaktadır (Barmanbay, 2024).

YÖNTEM

Bu çalışmada, sosyal medyanın gastronomi trendlerini nasıl şekillendirdiğini, dönüştürdüğünü ve geleceğe yönelik perspektiflerini nasıl belirlediğini anlamak amacıyla nitel veri analizi yöntemlerinden literatür taraması

yöntemi kullanılmıştır. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının etkileri üzerinde derinlemesine bir inceleme yapılarak, literatür taraması çalışmasının önemli bileşenleri arasında yer alınarak SWOT analizi tekniğiyle detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Dolayısıyla çeşitli ve güvenilir kaynaklardan elde edilen bilgiler, bir araya getirilerek sosyal medya ile gastronomi trendleri arasındaki ilişki ve etkileşimler aşamalı, detaylı ve kapsamlı bir biçimde ortaya konulmasına imkân tanımıştır. Ayrıca konu ile ilgili bütün dinamiklerin ve faktörlerin gözden geçirilmesi sağlanmıştır.

SWOT Analizi

SWOT analizi, bir organizasyonun içsel ve dışsal durumunu derinlemesine kavrayabilmek amacıyla kullanılan kapsamlı ve detaylı bir planlama aracı olarak oldukça önemlidir. Özellikle gastronomi sektörü gibi dinamik bir alanda, sosyal medyanın etkisinin titizlikle incelenmesi sürecinde SWOT analizi tekniğiyle *“güçlü yanlar, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler”* belirlenmesinde önemli bir rol üstlenmekte ve etkili bir biçimde kullanılabilmektedir. Bu analizin, sektördeki gastronomi işletmelerinin sosyal medya kullanımlarını daha iyi bir şekilde anlamalarına, değerlendirmelerine ve gelecekteki olası trendleri öngörmelerine dair önemli ve kıymetli bilgiler sunması beklenmektedir (Dalkıran ve Göncü, 2023; Daştan, 2023).

Gastronomi sektörü, sosyo-kültürel dinamiklerin etkisi altında sürekli bir evrim süreci geçirdiğinden dolayı, bu analizlerin sonuçları doğrultusunda etkili stratejiler geliştirmek ve uygulamak büyük bir gereklilik arz etmektedir. Böylece, sosyal medyanın sunduğu fırsatlardan en iyi biçimde faydalanma imkânı sağlanacak ve bunun yanı sıra, sosyal medya platformlarının sürekli değişen yapısı da dikkate alınarak, işletmelerin tıpkı bir okyanusta yüzen gemiler gibi dalgalara ayak uydurması gerekecektir. Ayrıca, sosyal medya platformlarının tüketici davranışları üzerindeki etkileri, bu strateji geliştirme sürecini destekleyen önemli bir unsur olarak büyük bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, işletmelerin sosyal medya renklerini ve kendine özgü hikâyelerini başarı ile yansıtabilmeleri adına dikkatli ve planlı bir şekilde hareket etmeleri büyük önem arz etmektedir (Evliyaoğlu, 2023).

SWOT Analizinin Temel Unsurları

SWOT analizinin temel bileşenleri, dört ana kategori çerçevesinde toplanarak, stratejik planlamada son derece önemli ve kritik bir rol oynamaktadır: güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler.

İlk olarak güçlü yönler, bir organizasyonun veya projenin mevcut durumundaki avantajlı ve başarılı unsurlarını temsil etmektedir. Bu güçlü yönler, aynı zamanda organizasyonun rakiplerine kıyasla sahip olduğu benzersiz faydalar, yetenekler ve güçlü noktalar olarak öne çıkmakta; dolayısıyla organizasyonun pazar konumunu güçlendirmede önemli bir etki sağlamaktadır.

İkinci olarak zayıf yönler, söz konusu olduğunda, bunlar organizasyonun olumsuz etkilerini ve içsel eksikliklerini yansıtmaktadır. Bu eksiklikler, organizasyonun genel verimliliği, etkinliği ve kaliteli sonuçlar elde etme yeteneği üzerinde önemli ölçüde olumsuz bir etki yaratabilir.

Üçüncü olarak fırsatlar, organizasyonun veya projenin dışındaki olumlu gelişmeler, dikkat çekici trendler ve piyasa dinamiklerini yansıtmaktadır. Bu fırsatlar, organizasyonun büyümesi, gelişmesi ve rekabet gücünü artırması açısından kritik bir rol oynamakta olup, potansiyel olarak iyi bir şekilde değerlendirilmelidir.

Son olarak tehditler, dış çevreden gelebilecek olumsuz etkileri temsil etmektedir. Bu tehditler, organizasyonun sürdürülebilirliği, iş sürekliliği ve stratejik hedeflere ulaşabilme kapasitesi açısından dikkate alınması gereken önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Yukarıda belirtilen her bir kategori, SWOT analizinin derinlemesine anlaşılmasını ve organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşabilmesini sağlamak amacıyla titizlikle incelenmeli ve detaylı bir şekilde analiz edilmelidir. Bu yaklaşım sayesinde, organizasyonun güçlü yönleri ön plana çıkarılabilir, zayıf yönleri iyileştirilebilir ve fırsatlar ile tehditler üzerinde etkili stratejiler geliştirilebilir (Daştan, 2023; Çoban ve Karakaya, 2010; Leigh, 2009).

BULGULAR

Gastronomi ve Sosyal Medya Alanındaki SWOT Analizi Uygulamaları

Gastronomi ve sosyal medya alanında gerçekleştirilen SWOT analizi uygulamaları, yalnızca sektördeki güçlü ve zayıf yönlerin ayrıntılı bir şekilde belirlenmesiyle sınırlı kalmamaktadır. Bunun yanı sıra, sektörün karşı karşıya olduğu fırsatlar ve tehditlerin kapsamlı bir şekilde incelenmesinde son derece kritik bir öneme sahiptir. Örneğin, sosyal medyanın gastronomi endüstrisine sağladığı olumlu etkiler, özellikle pazarlama ve müşteri erişimi açılarından önemli fırsatlar sunarak, işletmelere rekabet avantajı sağlama noktasında büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, hızlı değişen tüketici trendlerinin getirdiği belirsizlikler ve bu belirsizliklerin yarattığı tutarsızlık-

lar, sektörde ciddi tehdit unsurları haline dönüşebilir (Gürsoy ve Özer, 2022; Güllü, 2018).

İşletmelerin sosyal medya platformlarını daha etkin ve verimli bir biçimde kullanabilmelerini sağlamak üzere, bu analizlerin bulguları doğrultusunda oluşturulacak eylem planlarının önemi de son derece büyüktür. Bu tür planlar, gastronomi sektörünün dinamik yapısı içinde işletmelere rehberlik ederek, uzun vadeli başarılarını artırmalarına ve daha sürdürülebilir bir büyüme sağlamalarına yardımcı olmaktadır. İşletmeler, bu analizler sayesinde (Tablo 1), sosyal medyada daha güçlü bir varlık oluşturma yollarını keşfedebilir ve rekabet ortamında üst sıralara yükselirler (Demirci vd., 2020; Davutoğlu ve Yıldız, 2020).

Tablo 1. Gastronomi ve sosyal medya SWOT (GZFT) analizi

Güçlü Yönler (Strengths)	Zayıf Yönler (Weaknesses)
Hızlı değişim, etkileşim ve geri bildirim Dijital pazarlamada rekabet üstünlüğü Sosyal pazarlamada rekabet üstünlüğü Yeni veya farklı ürün ve tariflerinin sunumu Global alanda erişim, gıda estetiği etkisi	Gerçek olmayan beklentiler Devamlılığı olmayan trendler Gastronomi sektörü üzerindeki yoğun baskı Olumsuz yorumlar ve kriz yönetimi Prosedürlere bağlılık
Fırsatlar (Opportunities)	Tehditler (Threats)
Yeni ve farklı pazarlara yayılma Influencer ve işbirlikleri Online sipariş ve rezervasyon artışı Sağlıklı ve sürdürülebilir gıda trendleri	Aldatıcı bilgiler ve sahte veya taklit trendler Aşırı rekabet, Telif hakkı İçerik kopyalama dijital güvenlik tehlikeleri Hızla gelişen ve değişen algoritmalar

Sonuç olarak sosyal medya, hızlı değişimlere ayak uydurma, geniş kitlelere erişim, doğrudan etkileşim ve pazarlama avantajları sunar. Yeni tariflerin tanıtımı ve gıda estetiği gibi unsurlar sektörü canlı tutar. Buna karşın, gerçekçi olmayan beklentiler, hızlı unutulmuş trendler ve işletmelerin özgünlük kaybı riski oluşturur. Ayrıca, olumsuz yorumların hızla yayılması ve algoritma bağımlılığı önemli zorluklardır. Sosyal medya sayesinde yeni pazarlara ulaşmak, influencer (sosyal medya ünlüsü) iş birlikleriyle marka bilinirliğini artırmak ve çevrimiçi (online) sipariş-trendler ile büyüme sağlamak mümkündür. Ancak, yanlış bilgi yayılması, aşırı rekabet, telif hakkı ihlalleri ve dijital güvenlik riskleri büyük tehditler arasındadır. Sosyal medya algoritmalarının sık değişmesi de işletmelerin görünürlüğünü olumsuz etkileyebilir.

Sosyal Medyada Gastronomi Trendlerinin Gelecek Perspektifleri

Video içeriklerin artan popülaritesi, günümüz sosyal medya platformlarının daha fazla dikkat ettiği ve önem verdiği bir alan haline gelmiştir; bu

içeriklerin üretimi ve paylaşımı konusunda markaların ve kullanıcıların yönelimlerini gözlemek oldukça mümkündür. Sanal gerçeklik deneyimleri ve yüz tanıma teknolojileri gibi yenilikçi unsurların gastronomiye entegrasyonunun gelecekte hangi yönlerde etkili olacağı üzerine detaylı projeksiyonlar ve analizler yapmak da mümkündür. Bu durum, markaların ve restoranların sosyal medya üzerindeki stratejilerini yeniden gözden geçirmelerine ve bu sayede hedef kitleleriyle daha etkili, daha verimli bir şekilde etkileşim kurmalarına olanak tanımaktadır. Özellikle görsel içeriklerin ve etkileşimli uygulamaların kullanımı, gastronomi dünyasında kesinlikle önemli bir yere sahip olacaktır (Kara, 2022; Aydın ve Çakır, 2022).

Sosyal medyanın sunduğu anlık geri bildirim olanakları, işletmelerin hizmet kalitelerini ve ürünlerini sürekli olarak iyileştirmelerine yardımcı olacak şekilde büyük bir fayda sağlayacaktır. Böylece sosyal medya, yalnızca bir bilgi paylaşım alanı olmanın ötesine geçerek, gastronomi sektöründeki oyuncular için büyük fırsatlar sunan bir platform haline dönüşecektir. Ayrıca, değişen tüketici davranışları ve sosyal medya algıları, gelecekte gastronomi alanındaki trendlerin nasıl şekilleneceği üzerinde oldukça büyük bir etkiye sahip olacaktır (Davutoğlu ve Yıldız, 2020; Bölükbaş, 2024).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi trendlerini etkileyip şekillendirmek amacıyla sosyal medyanın, günümüzdeki etkisi oldukça önemli bir unsur temsil etmekte ve bu durum çok yönlü olarak dikkatimizi çekmektedir. Sosyal medya platformları, gastronomi endüstrisine sadece büyük bir potansiyel sunmakla kalmayıp, aynı zamanda pek çok belirli zorluk ve engelle birlikte gelmektedir.

Yapılan detaylı ve kapsamlı araştırmaların sonuçlarına göre, sosyal medyanın gastronomi trendlerini belirleme ve şekillendirme konusundaki rolünün son derece önemli olmasının yanı sıra, bu alanda büyük bir dönüştürücü ve yenilikçi etkisinin olduğu da vurgulanmaktadır. Bu nedenle, gastronomi sektöründeki işletmelerin sosyal medya platformlarını etkin, verimli ve etkili bir şekilde kullanmaları, ayrıca stratejik bir anlayışla bu platformları entegre etmeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

Günümüzde, sosyal medya platformları, tüketicilerin ilgi alanları ve taleplerini yönlendirme noktasında doğrudan etkili ve belirleyici bir konumda bulunmaktadır. Genç neslin sosyal medya kullanma oranının artması ve bu platformlarda aktif olmanın önemi göz önüne alındığında, gastronomi işlet-

meleri için sosyal medya üzerinde varlık göstermek, pazarlama stratejilerinin vazgeçilmez ve temel bir parçası haline gelmiş durumdadır.

Sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen yaratıcı ve dikkat çekici kampanyalar, yalnızca kullanıcılarla etkileşim sağlamakla kalmaz, aynı zamanda marka bilinirliğini önemli ölçüde artırarak, yeni gastronomi trendlerinin hızlı bir şekilde yayılarak benimsenmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, işletmelerin sosyal medyayı etkili ve doğru bir biçimde kullanması, günümüz pazar dinamiklerinde sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir. Farklı sosyal medya platformlarının sunduğu çeşitli olanaklar, gastronomi alanında yaratıcı ve yenilikçi stratejiler geliştirilmesine oldukça önemli katkı sağlamaktadır. Sosyal medya, gastronomi dünyasında bir yandan yenilikleri tanııtma işlevi görürken, diğer taraftan kullanıcıların deneyimlerini paylaşmaları için bir alan sunmakta ve bu sayede topluluklar oluşturmaktadır.

Gastronomi sektörü, bu araçları en iyi şekilde kullanarak, yemek kültürünü ve trendlerini daha geniş kitlelere ulaştırma fırsatı bulmakta ve bu durum sektördeki rekabeti olumlu yönde şekillendirmektedir. Markaların sosyal medya içeriklerini sürekli olarak güncellemeleri, takipçilerle etkileşimde bulunmaları ve geri dönüşleri dikkate alarak hareket etmeleri, onların pazardaki görünürlüğünü artırmakta ve sadık bir müşteri kitlesi oluşturmalarına yardımcı olmaktadır.

Günümüzde, gastronomi işletmelerinin sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları son derece önemli hale gelmektedir. Bu bağlamda, bu işletmelerin sosyal medya platformlarında mevcut trendleri yakından takip etmeleri, hedef kitleleriyle etkileşimi artırmak adına çeşitli stratejiler geliştirmeleri ve aynı zamanda marka bilinirliklerini güçlendirmek için içerik paylaşımında bulunmaları gerekmektedir. Gastronomi işletmeleri, sosyal medya aracılığıyla markalarını etkili bir biçimde tanııtmanın yollarını bulmalı ve takipçi sayısını artırmak için güncel, ilgi çekici içerik paylaşımlarına daha fazla ağırlık vermelidirler. Bunun yanı sıra, gastronomi alanında faaliyet gösteren işletmelerin sosyal medya stratejilerini sürekli olarak geliştirmeleri ve çağdaş trendlere uygun, ilgi çekici içerikler üretmeleri de kritik bir öneme sahip bir durumdur. Bu durum, sadece günümüzde değil, işletmelerin gelecekteki başarıları için de son derece önemli olacak olup, hem müşteri memnuniyetini artıracak hem de sektördeki rekabet avantajlarını elde ederek daha geniş kitlelere ulaşma imkânı bulmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akmeşe, K.A., & Burak, Y. (2023). Gastronomi ve Sosyal Medya. Akmeşe, K.S. (Ed.), *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Temel Kavramlar ve Güncel Konular* (285-302). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Aktaş, F., Çetiner, H., & Keskin, E. (2022). Gastronomi blogları ve tatma davranışı arasındaki ilişkilerin analizi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 873-886.
- Arslan, A., & Şimşek, G. (2022). Gezginlerin seyahat deneyimlerini sosyal medyada paylaşma motivasyonları. *Turizm Akademik Dergisi*, 9(2), 379-392.
- Ayan, İ. (2021). *Tüketim kültürü bağlamında sağlıklı yaşam eğiliminin inşası reklam ve etki-leyici kişiler üzerine bir analiz*, (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, Ş., & Çakır, M.U. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Neuşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(4), 2143-2159.
- Bagheri, N. (2023). *Fenomen pazarlamasında kaynak güvenilirliğinin, satın alma niyeti-ne etkisinde, fenomeni tavsiye etme niyetinin rolü: Instagram üzerine bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Barmanbay, M.C. (2024). *Gastronomi ürünlerinin pazarlanmasında dijital medya kullanımı: İstanbul'a yönelik hatırlı pazarlama örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bilim, H. (2020). *Yeni iletişim araçlarının kullanım sıklığı ile dönüşen kişiler arası iletişim biçimi*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bölükbaş, R. (2024). Gastronomi turizmi ve sosyal medyaya ilişkin sistematik bir literatür taraması. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 132-139.
- Bozkurt, G.Ş. (2020). *Sosyal medyada parasosyal etkileşim: Sosyal medya fenomenlerinin tüketicilerin marka algısına etkisinin değerlendirilmesi*, (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çaycı, A.E. (2019). Sosyal medya'da dijital yemek kültürü. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 120-136.
- Çoban, B., & Karakaya, Y.E. (2010). Geleceği planlamada stratejik yönetim ve SWOT analizi: Kavramsal yaklaşımlar. *Social Sciences*, 5(4), 342-352.
- Dalkıran, G.B., & Göncü, K.K. (2023). Ekonomik sürdürülebilirlik açısından sınır şehirlerinde sağlık turizmi pazarının SWOT AHP yöntemiyle analizi: Edirne örneği. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(3), 1642-1663.
- Daştan, H.D. (2023). Destinasyon planlamasında SWOT analizi: İzmir Üzerine sistematik alanyazın taraması. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(2), 265-284.
- Davutoğlu, N., & Yıldız, E. (2020). Turizm 4.0'dan gastronomi 4.0'a giden yolda: Geleceğin restoranları ve yönetimi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(109), 301-318.

- Demir, İ.E. (2024). *Yerel mutfağın turist motivasyonuna etkisi: İzmir’de bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Demirci, B., Sarıkaya, G.S., & Erol, E. (2020). Türkiye’de gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminin değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3311-3324.
- Demirel, G., & Karanfiloğlu, M. (2020). Sosyal medyada yemek fotoğraflarının kimlik inşası bağlamında tüketimi: Instagram örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 236-259.
- Eraslan, O. (2024). *Gastronomi turizminin gelişimine yerel halkın katılım düzeyinin belirlenmesi: Şanlıurfa örneği* (Doktora Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Evliyaoğlu, G. (2023). *Gastronomi bloglarının destinasyon yemek imajı ve davranışsal niyete etkisi*, (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Faraç, M., & Cinnioğlu, H. (2021). Türkiye’deki UNESCO gastronomi şehirlerinin sosyal medya hesapları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(3), 323-340.
- Güllü, K. (2018). A SWOT analysis to determine the tourism potential of the develi as a tourism destination. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(4), 862-877.
- Güner, D., & Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: Dijital gastronomi. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.
- Gürsoy, Ç., & Özer, Ç. (2022). Sürdürülebilir unsurların gelişmesine katkıda bulunan bir yaratıcı ekonomi alanı: Gastroekonomi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(1), 11-23.
- Kara, G. (2022). *Akıllı teknolojilerin yiyecek-içecek sektöründe uygulanması: Konya örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karakuş, M. (2021). Gelenekselden dijital propaganda araçlarının dönüşümü. *Selçuk İletişim*, 14(1), 462-491.
- Kaygısız, E. (2022). *Restoranların markalaşma sürecinde sosyal medya kullanımının yeri ve önemi: Restoran yöneticilerine yönelik araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Kıran, S., Küçükboştancı, H., & Emre, İ.E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. *Handbook of Improving Performance in the Workplace*. Wiley Online Library.
- Oğan, Y. (2021). Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Akımlar. Birinci, M.C., & Yayla, Ö. (Ed.), *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları* (34-52). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.

- Özdemir, T. (2023). *Postmodernizm bağlamında gösterişçi yaşam tarzının sosyal medya üzerinden inşası: Instagram örneği*, (Yüksek Lisans Tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Rahımı, Z., & Kırkbir, F. (2022). Sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin yeme-içme işletmeleri müşterilerinin ilhami ve marka bağlılığı üzerindeki etkisi: Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (36), 111-130.
- şakiroğlu, M.H. (2024). *Sosyal medya reklamcılığında ikna ve bilgisayar tabanlı sosyal medya fenomenlerinin tüketici davranışları üzerindeki etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Syabhani, M.F., & Widodo, A. (2017). Food blogger instagram: Promotion through social media. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 46-58.
- Uzut, İ. (2021). *Gastronomi turizmi rekabet analizi: İstanbul örneği* (Doktora Tezi), Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Yıldırım, A.Z., & Uyar, U. (2024). Dijital çağda aşçılığın evrimi: Sosyal medya ve yemek videoları üzerine inceleme. *Anasay*, (29), 152-162.
- Yıldız, M., & Yılmaz, M. (2020). Gastronomi alanındaki trendlere bir bakış. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (5), 19-35.

GASTRONOMİ ALANINDAKİ YEMEK ve MUTFAK KÜLTÜRÜ ÇALIŞMALARININ BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZİ

Neslihan ONUR*

Ayşen ERTAŞ SABANCI**

GİRİŞ

Yemek ve mutfak kavramlarıyla birlikte açıklanan gastronomi; çok yönlü bir alan olarak günümüzde önemli bir yere sahiptir. Yemek, bir eylemi ve gıdaların karışımı; mutfak, bir faaliyet alanı ve mekânı açıklasa da insanların sadece fizyolojik gereksinimlerini karşılamakla kalmamakta bunun yanı sıra kültürel birikimi ve kimliği de bünyesine katarak gelişim gösteren iki temel olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca sürekli gelişim göstermeleri sonucunda insan yaşamının sürdürülebilme hedefi zamanla kültürel boyuta taşınmıştır. Yemek ve mutfak ile ilgili davranışlar ve alışkanlıklar her toplumda farklılaşarak şekillenmiştir. Kültürün bir parçası olan ve gündelik yaşamı etkileyen “*yemek*” ve “*mutfak*” kültürel zeminde kişisel ve toplumsal yönleri bulunmaktadır. Kültürel beğeni ve değerler yaşanan çevresel ortamın kullanılarak, kültürel tabanın ve kimliğin oluşmasını sağlamıştır. Toplumlar için taşıdığı önem ve anlamlar ise özel olmuştur. Bu nedenle de yemeğin kültürel, tarihi ve sosyo-ekonomik bağlamı içinde incelenmesi en doğru yaklaşım olmuştur.

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Manavgat Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, neslihanonur@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6016-1098

** Arş. Gör., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, aysen.ertas@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7166-9022

Gastronomi, sadece yeme ve içme sanatı ve eylemi değil, ayrıca bu eylemlerin kültürel, sanatsal ve tarihsel boyutlarını da kapsayan çok disiplinli bir alandır. Bu bağlamda yemek ve mutfak kültürü, gastronominin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Her toplumun tarihsel süreçte geliştirdiği yemek alışkanlıkları, kullanılan malzemeler, pişirme teknikleri ve sofrâ düzenleri, o toplumun kimliğinin önemli bir yansımasıdır (Scarpato, 2002; Goody, 2013). Bu nedenle gastronomi çalışmaları, yalnızca beslenmeye yönelik pratikleri değil; aynı zamanda bu pratiklerin arkasındaki değerleri, inançları ve sembolik anlamları da analiz eder (Montanari, 2006; Talu, 2018). Özellikle kültürel mirasın korunması ve tanıtılmasında yemek ve mutfak kültürü, yerel gastronomik unsurlar aracılığıyla önemli bir rol üstlenmektedir (Yurtseven ve Kaya, 2011).

Yemek ve mutfak kültürü, coğrafi, ekonomik, sosyal ve politik değişkenlerle şekillenen dinamik bir yapıdır ve gastronomi bu yapıyı analiz eden bir çerçeve sunar. Örneğin, geleneksel yemek tariflerinin kuşaktan kuşağa aktarılması hem kültürel sürekliliği sağlar hem de gastronomik çeşitliliğin korunmasına katkı sunar (Cusack, 2000; Yurtseven ve Kaya, 2011). Ayrıca modernleşme, küreselleşme ve turizm gibi olgular, yerel mutfakları evrensel platformlara taşıyarak gastronominin kültürel diplomasi aracı olarak kullanılmasını mümkün kılmaktadır (Richards, 2002). Bu bağlamda gastronomi, yemek ve mutfak kültürü aracılığıyla hem bireysel hem de toplumsal düzeyde kimlik oluşturma ve ifade etme sürecinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Gastronomi kapsamında yemek ve mutfak aracılığıyla kültürel kimliği anlamak ve anlatmak için güçlü bir araç olarak değerlendirilmektedir (Akın ve Arıkan Saltık, 2020).

Bu çalışmanın temel amacı, gastronomi alanındaki yemek ve mutfak kültürünü konu edinen akademik literatürün bibliyometrik bir analizini gerçekleştirerek, alanın mevcut durumunu, gelişim sürecini ve araştırma eğilimlerini ortaya koymaktır. Böyle bir analizin yapılması literatürde öne çıkan çalışmaların, tematik odakların, iş birliklerinin ve yayın yapılan dergilerin belirlenmesi açısından önemlidir. İlgili alandaki akademik yayınların sayısal ve niteliksel gelişimi üzerine sistematik bir inceleme yapılmamıştır. Bu durum, alan yazındaki eğilimlerin, boşlukların ve yönelimlerin bütüncül olarak değerlendirilmesini zorlaştırmaktadır. Aynı zamanda bu çalışma, araştırmacılara gelecek çalışmaları için yol gösterici olmayı, alandaki boşlukları tespit etmeyi ve disiplinler arası iş birliği potansiyellerini görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bu gerekçeler doğrultusunda çalışma, gastronomi alanının

akademik gelişimini daha iyi anlamaya yönelik önemli bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

YEMEK, MUTFAK ve KÜLTÜR

İlk çağlardan itibaren toplumlar yaşadıkları coğrafyanın iklimsel koşullarına uygun biçimde yemekler hazırlamış ve doğanın sunduğu kaynak çeşitliliğine bağlı olarak bu yemekleri zamanla geliştirmiştir. Bu yemek kültürü, savaşlar, ticaret ilişkileri, göç hareketleri ve sınır komşulukları gibi etkileşimlerle farklı kültürlerden etkilenmiş; böylece her toplum kendine özgü, ayırt edici nitelikler taşıyan yemek ve mutfak kültürlerini oluşturmuştur (Delemen, 2001). Yemek ve mutfak pratikleri, yalnızca beslenme faaliyetinden ibaret olmayıp, aynı zamanda bir toplumun kültürel değerlerini ve estetik anlayışını yansıtan, toplumsal yapıyı, kültürel altyapıyı ve ortak kimliği şekillendiren, sınıfsal ayrımları ve toplumsal statüleri görünür kılan önemli kültürel göstergeler arasında yer almaktadır. Kısacası yaşam ile ilgili pek çok konuyu ilgilendiren toplumsal bir belirteçtir (Goode, 2005; Beşirli, 2010; Beardsworth ve Keil, 2011).

Yeme içme eylemi, yaşamın devamlılığını sağlamakta ve yaşamın kendisine yön vermektedir. Yemekler kültürün bütünleyici bir parçası, kültür ise ne yiyeceğimizin ve yemeyeceğimizin temel belirtisidir. Neyi, nasıl, nerede, ne zaman, kimlerle ve ne şekilde yediğimiz ise mutfak kültürünü ortaya çıkarmaktadır (Maviş, 2003; Türk ve Şahin, 2004). Yemek; bir eylem olarak tüketimi, bireyin hayatı fonksiyonlarını sürdürebilmesi için gerekli olan besin öğelerinin alınması sürecini anlatmaktadır. Bu süreç, temel bir fizyolojik gereksinimin karşılanmasına hizmet etmekte ve tüm insan topluluklarında gözlemlenen evrensel bir davranış biçimidir (Belk vd. 1996, Beşirli, 2010). Her ne kadar yemek, farklı besinlerin bir araya getirilmesiyle oluşan bir karışım olarak tanımlansa da bu olgu sadece biyolojik bir zorunlulukla sınırlı değildir. Yemeğin hazırlanış, sunum ve tüketim süreçleri; toplumsal etkileşimleri yapılandıran, kültürel normları yansıtan ve bireyler arası manevi bağları oluşturan önemli kültürel anlamlar taşıyan çok katmanlı bir olgudur (Mintz ve Du Bois, 2002; Spuy, 2018). Farklı işlem ve tekniklerle gıda maddelerinin hazırlanması sonucunda ortaya çıkan yemekler, insanın bireysel deneyimi, çabası ve birikimiyle şekillenen bir gelişim sürecinin, yaşam tarzının ve insanla coğrafya arasındaki ilişkinin bir yansımasıdır. Yemek hem bireysel hem de toplumsal boyutları olan bir kültürel unsurdur ve içinde bulunan fiziksel ve kültürel coğrafya, yemek kültürünü derinden etkilemiştir (Sitti vd., 2009).

Mutfak; ev, lokanta ya da otelde yemeklerin hazırlanması için ayrılan bölümü, alanı, mekânı tanımlasa da ayrıca hazırlama şekli açısından ele alındığında yemekleri ve sağlıklı beslenmenin tüm hazırlık ve uygulamalarını da tanımlanmaktadır. Mutfak bir toplumun kültürünün en önemli parçasıdır. Mutfak ve yemek toplumun gelenekler-görenekleri, ekonomisi, coğrafyası, yetiştirilen bitkileri/hayvanları, dini ve sosyal değerleri kısacası toplumların kültürü ile çok yakından ilişkilidir (Özarslan ve Diken, 2022). Mutfak ise yemek kültürünün sistematikleştiği, teknik ve simgesel anlamlar kazandığı bir organizasyon alanı olarak tanımlanabilir. Mutfak, belirli bir toplumun yemek yapma tekniklerini, malzeme kullanımını, sunum biçimlerini ve hatta sofrada adabını kapsayan kültürel bir yapıdır (Beşirli, 2023). Bu yönüyle mutfak, kültürün maddi olmayan mirasını oluşturan temel alanlardan biri olup, toplumun tarihsel hafızasını ve kimliğini taşır. Kültür kavramı ile mutfak arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur; kültür mutfakçı biçimlendirirken, mutfak da kültürel anlatının bir aracı olarak işlev görür (Civitello, 2019). Bu çerçevede yemek, mutfak ve kültür kavramları birbirini tamamlayan, toplumsal yapıyı ve kimliği anlamlandırmada birlikte ele alınması gereken unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

Kültür; toplumların kendilerine özgü maddi ve manevi değerleridir. Bu değerlerin yaratılmasında ve nesilden nesile aktarılmasında kullanılan araçların tümüdür (TDK, 2025). Başka bir ifadeyle kültür; soyut düşünceler, değerler ve bireylerin dünyayı algılama tarzlarını içeren bir yapıdır. Bu unsurlar, insanların tutum ve davranışlarına yansır ve onların toplumsal yaşantıları hakkında ipuçları sunar. Aynı zamanda kültür, bir toplumun üyeleri tarafından paylaşılan, kuşaktan kuşağa aktarılan ve öğrenilen ortak davranış örüntülerinin oluşmasını sağlar (Odabaş ve Barış, 2017; Haviland vd., 2008). Kültür, insanların üyesi olduğu toplumun sahip olduklarını ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Sanat, müzik ve tarih gibi ana kültürel kaynakların yanı sıra gündelik yaşamın içerisindeki birçok uygulamaları da kapsamaktadır. Toplumlara temsil eden dil, din, değerler, gelenek, görenekler, yaşam tarzı ve alışkanlıklar, yaşamsal bilgi, beceri, davranış ve uygulamaları içeren simgesel olguların kendisidir (Sağır, 2012; Beşirli, 2011). Bunlardan biri de yiyecek ve içeceklerle dair kültürdür (Giddens, 2000). Bilindiği üzere, toplumlar geleneksel yemek ve mutfak kültürlerine çok büyük bir önem vermekte ve özel anlamlar yüklemekteler. Çünkü toplumların kültürel kimliğini tanımlayan önemli bir unsurlardır. Yaşanılan coğrafya, iklim, bitki ve hayvan türlerindeki çeşitlilik ve zenginlik yemek ve mutfak kültürünün belirgin,

özgün ve benzersiz unsurları ortaya çıkmaktadır (Üner, 2014). Dolayısıyla mutfaklar, kültürel arka plana sahip kapsamlı bir simgesel bir alandır.

Son yıllarda gastronomi alanının artan popülaritesi, gastronomiyi konu alan akademik çalışmaların sayısında ve çeşitliliğinde önemli bir artışa neden olmuştur. Bu durum, alandaki belirlenmiş özel kavramların mevcut literatürün sistematik bir şekilde gözden geçirilmesini ve analiz edilmesini gerekli kılmaktadır. Özellikle yemek ve mutfak kültürü ile ilgili çok yönlü olarak araştırılabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, gastronomi alanında “*yemek ve mutfak kültürü*” bağlamında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizini yaparak alanın güncel eğilimlerini belirlemenin yanı sıra gelecek araştırmalar için potansiyel yönelimleri ortaya koymaktır. Bu araştırma ile çalışmaların kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesi ve literatürdeki boşlukların daha net bir şekilde ortaya konulması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Kökleri Orta Asya’ya kadar uzanan Türk mutfak kültürü, günümüz Türkiye’inde yedi bölgeden oluşan coğrafi özellikleri ve bu bölgelere özgü yiyecek içecek ürünleriyle zengin bir hazinedir. Bu hazinenin alan yazında daha fazla yer alması da tanıtım ve bilinirlik açısından oldukça önemlidir. Buradan hareketle çalışmada yemek ve mutfak kültürü odaklı yapılan çalışmaların bibliyometrik verilerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada nitel analiz yöntemlerinden bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz tekniği bilimsel araştırmalara yönelik geniş bir bakış açısı sağlamakla birlikte disiplinler arası bir temel olarak kabul görmektedir (Samiee ve Chabowski, 2012). Turizm ve yiyecek içecek alanlarında özellikle son yıllarda bibliyometrik araştırmaların yoğunlaştığı görülmektedir (Yılmaz, 2017; Gazelci ve Aksoy, 2024). Bibliyometrik analiz pek çok yayın türüne uygulanabildiği gibi asıl odağı makalelerdir (Hall, 2011). Buradan hareketle çalışmada DergiPark’ta 2014-2024 yılları arasında yayınlanan Türkçe makaleler incelenmiştir. Literatür taraması sonucunda belirlenen ‘*mutfak kültürü*’, ‘*yemek kültürü*’, ‘*sofra kültürü*’ ve ‘*içecek kültürü*’ anahtar kelimeleriyle yapılan tarama sonucunda 50 makaleye ulaşılmıştır. Çalışmaya dahil edilen makaleler; yayın yılları, yayınlandıkları dergiler, bilim alanları, araştırma yöntemleri, anahtar kelimeleri, makale konuları bakımından incelenmiştir. Çalışma Türk yemek ve mutfak kültürüne odaklandığı için Türkçe makaleler çalışmaya dahil edilmiştir. Ayrıca güncel çalışmaların değerlendirilmesi bakımından son on yıllık makaleler incelenmiştir. Çalışmanın sınırlılıkları olarak bu iki kriter öne çıkmaktadır.

BULGULAR

Çalışma kapsamında ele alınan makaleler belli kriterler bakımından incelenmiş ve bu kriterlere aşağıda şekil ve tablolarda yer verilmiştir. Bu kapsamda makaleler; yayın yılı, yazar sayısı, araştırma yöntemi, anahtar kelimeler, bilim alanı ve konuları olmak üzere toplam altı kategori altında toplanan bulgular tablo ve şekiller altında yorumlanarak açıklanmıştır. İlk olarak makalelerin yıllara göre dağılımları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Makalelerin yıllara göre dağılımları

Yıllar	f	%	Yıllar	f	%
2014	1	2	2020	5	10
2015	1	2	2021	9	18
2016	2	4	2022	6	12
2017	3	6	2023	8	16
2018	5	10	2024	5	10
2019	5	10	Toplam	50	%100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada ele alınan makaleler yılları bakımından incelenmiştir. Tablo 1’e göre en fazla yayın 2021 (%18) ve 2023 (%16) yıllarında yapılmıştır. Devamında ise 2022 (%12), 2018 (%10), 2019 (%10), 2020 (%10) ve 2024 (%10) yılları gelmektedir. Buradan hareketle yemek ve mutfak kültürü temalı çalışmaların 2019 yılından sonra artmaya başladığı, 2021 yılında zirve yaptığı ve azalmış olsa da günümüzde hala popülerliğini korumaya devam ettiği çıkarımında bulunulabilir. Araştırma kapsamındaki makalelerin yayınlandıkları dergilere göre dağılımları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Makalelerin yayınlandığı dergilere göre dağılımları

Dergi Adı	f	%	Dergi Adı	f	%
Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi	3	6	Sanat ve Tasarım Dergisi	1	2
Journal of Humanities and Tourism Research	2	4	Safran Kültür ve Turizm Araş. Dergisi	1	2
Atatürk Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2	4	Uluslararası Kültürel ve Sos. Araş. Dergisi	1	2
Selçuk Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2	4	FSM İlmi Ar.İnsan ve Toplum Bilimleri D.	1	2
Aydın Gastronomy	2	4	Milli Folklor	1	2
Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim D.	1	2	Avrasya Dil Eğitimi ve Araştırmaları D.	1	2
Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi	1	2	Karadeniz İncelemeleri Dergisi	1	2
Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2	Tarih ve Gelecek Dergisi	1	2
Journal of Tourism Theory and Research	1	2	Food and Health	1	2
Anadolu Üni. Mesleki Eğitim ve Uyg. Dergisi	1	2	J. of Global Tourism-Technology Research	1	2
Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi	1	2	Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi	1	2
Journal of Eurasia Tourism Research	1	2	Abant Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi	1	2	Culture and Civilization	1	2

Türklük Bilimi Araştırmaları	1	2	Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi	1	2
Erzurum Tek. Üni. Sos. Bil. Enstitüsü Dergisi	1	2	Oltu Beşeri ve Sos. Bil. Fakültesi Dergisi	1	2
Dokuz Eylül Ün. Sosyal Bil. Enstitüsü Dergisi	1	2	Adıyaman Üni. Sos. Bil. Enstitüsü Dergisi	1	2
Afyon Kocatepe Üni. Sosyal Bilimler Dergisi	1	2	İnsan ve Toplum Bilimleri Araş. Dergisi	1	2
Ordu Üni. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi	1	2	Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araş. Dergisi	1	2
Tourism and Recreation	1	2	Folklor Akademik Dergisi	1	2
Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi	1	2	Bingöl Araştırmaları Dergisi	1	2
Journal of Academic Tourism Analysis	1	2	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	1	2
Mustafa Kemal Üni. S.os.Bil.Enstitüsü Dergisi	1	2	Recep Tayyip Erdoğan Üni. İlah.Fak. Der.	1	2
Toplam				50	100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırmada incelenen makalelerin yayınlandığı dergilere göre dağılımları Tablo 2’de gösterilmiştir. Makalelerin genel olarak farklı dergilerde yayınlandığı ulaşılan sonuçlardandır. Dergiler arasında “Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi” (%6), “Journal of Humanities and Tourism Research”(%4), “Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi”(%4), “Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi” (%4) ve Aydın Gastronomy”(%4) dergilerinde birden fazla makale yayınlandığı anlaşılmıştır. Dergilerin genel olarak sosyal bilimler dergisi (%26) olduğu ve turizm alanındaki çalışmaların yayınlanmasında tercih edildiği de çalışmanın bulgularındandır. Araştırma kapsamındaki makalelerin yazar sayılarına göre dağılımları Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Makalelerin yazar sayılarına göre dağılımları

Yazar Sayısı	Makaleler	f	%
Tek Yazarlı	(Aşkın Uzel, 2017) (Deniz, 2023) (Sevim, 2017) (Uğureli, 2022) (Beşirli, 2016) (Uçan, 2023) (Saylam, 2017) (Erdem, 2020) (Kasar, 2021) (Çaycı, 2019) (Şimşek, 2021) (Irmak, 2019) (Yılmaz Çildam, 2021) (Somuncu, 2023) (Kaya Hasdemir, 2021) (Şahinbaş, 2018) (Kapar, 2019) (Akbaş, 2024) (Işkın, 2021) (Küçükylıldız Gözelce, 2021) (Avcıoğlu, 2022) (Ağarı, 2018) (Soğandereli, 2020) (Kızıldemir, 2020) (Alpyıldız, 2022) (Küçükylıldız Gözelce, 2024) (Bıyıklı, 2022)	27	54
İki Yazarlı	(Türk ve Şahin, 2014) (Bekar ve Zağralı, 2015) (Solmaz ve Altınır, 2018) (Sarioğlu ve Cevizkaya, 2016) (Varol ve Gök, 2022) (Öztürk ve İspir, 2021) (Özkan ve Çitil, 2023) (Dikici ve Sağlam, 2021) (Ünüvar ve Cesur, 2023) (Çoşan ve Seçim, 2020) (Dikmen Boyraz ve Sandıkcı, 2023) (Çoşan ve Seçim, 2019) (Ersavaş ve Özkanlı, 2018) (Özdemir ve Özbay, 2023) (Uçuk ve Kayran, 2023) (Akgül ve Öncel, 2024) (Şenel ve Karabulut, 2024)	17	34
Üç Yazarlı	(Özer, Albayrak ve Ağan, 2021) (Yılmaz Akçaözoğlu ve Koday, 2019)	2	4
Dört Yazarlı	(Göde, Kayaardı, Uyarcan ve Söbeli, 2021) (Curoğlu, Saraç, Pamukcu ve Sandıkcı, 2022)	2	4
Beş Yazarlı	(Işık, Kılıçarslan, Güldemir, Önay Derin ve Barı, 2017)	1	2
Altı Yazarlı	(Akyürek, Çalık, Taş, Pir, Kaya ve Zeybek, 2024)	1	2
Toplam		50	100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmaya dahil edilen makaleler yazar sayıları bakımından ele alınmıştır. Tablo 3'e göre makalelerin büyük çoğunluğu (%54) tek yazar tarafından kaleme alınmıştır. Devamında ise sırasıyla iki yazarlı (%34), üç ve dört yazarlı (%4), beş ve altı yazarlı (%2) olmak üzere dağılım göstermektedir. Araştırma kapsamındaki makalelerin araştırma yöntemlerine göre dağılımları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Makalelerin araştırma yöntemine göre dağılımları

Yöntem	Makaleler	f	%
Nitel	(Türk ve Şahin, 2014) (Deniz, 2023) (Sevim, 2017) (Uğureli, 2022) (Beşirli, 2016) (Uçan, 2023) (Saylam, 2017) (Erdem, 2020) (Varol, Gök, 2022) (Kasar, 2021) (Çaycı, 2019) (Öztürk ve İspir, 2021) (Şimşek, 2021) (Irmak, 2019) (Özkan ve Çitil, 2023) (Akyürek, Çalık, Taş, Pir, Kaya ve Zeybek, 2024) (Yılmaz Çildam, 2021) (Somuncu, 2023) (Kaya Hasdemir, 2021) (Şahinbaş, 2018) (Küçükyıldız Gözelce, 2021) (Kapar, 2019) (Akbaş, 2024) (Işkın, 2021) (Avcıoğlu, 2022) (Ağarı, 2018) (Dikici ve Sağlam, 2021) (Soğandereli, 2020) (Kızıldemir, 2020) (Ünüvar ve Cesur, 2023) (Çoşan ve Seçim, 2020) (Alpyıldız, 2022) (Dikmen Boyraz ve Sandıkcı, 2023) (Küçükyıldız Gözelce, 2024) (Çoşan ve Seçim, 2019) (Bıyıklı, 2022) (Ersavaş ve Özkanlı, 2018) (Akgül ve Öncel, 2024) (Özdemir ve Özbay, 2023) (Şenel ve Karabulut, 2024) (Özer, Albayrak ve Ağan, 2021) (Bekar ve Zağralı, 2015) (Uçuk ve Kayran, 2023) (Solmaz ve Altınar, 2018) (Sarioğlu ve Cevizkaya, 2016) (Işık, Kılıçarslan, Güldemir, Önay Derin ve Barı, 2017) (Göde, Kayaardı, Uyarcan ve Söbeli, 2021) (Yılmaz Akçaözöğlü ve Koday, 2019) (Curoğlu, Saraç, Pamukcu ve Sandıkcı, 2022)	49	98
Nicel	(Aşkın Uzel, 2017)	1	2
Karma		-	-
Toplam		50	100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada ele alınan makalelerin araştırma yöntemine göre dağılımları incelenmiştir. Tablo 4'e göre araştırmada incelenen makalelerin büyük çoğunluğunda (%98) nitel yöntem tercih edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle nitel araştırma yöntemlerinin verileri derinlemesine analiz etme imkânı tanınmasının bu duruma neden olduğu sonucu çıkarılabilir. Çalışmada ele alınan makalelerde özellikle doküman inceleme ve görüşme tekniğinden çokça faydalanıldığı anlaşılmıştır. En çok tercih edilen analiz tekniği de içerik analizidir. Çalışmada araştırma makalelerinin yanı sıra derleme çalışma sayısının da oldukça fazla olduğu anlaşılmıştır. Tablo 4'e göre çalışmaya dahil edilen makalelerden sadece %2'sinde nicel yöntem tercih edildiği ve hiçbir makalede karma yöntem kullanılmadığı ulaşılan diğer sonuçlardır. Araştırma kapsamındaki makalelerin anahtar kelimelerine göre dağılımları Şekil 1'de yer almaktadır.

Şekil 1. Makalelerin anahtar kelimelerine ait kelime bulutu analizi



*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada yer verilen makaleler anahtar kelimeleri bakımından incelenmiştir. Makalelerin 410 adet anahtar kelimesi sıklıklarına göre kelime bulutu analize ile görselleştirilmiştir. Şekil 1'e göre en fazla tekrar eden kelimelerin "yemek kültürü" (17), "mutfak kültürü" (16), "kültür" (10), "beslenme" (8), "mutfak" (8) ve "yemek" (5) olduğu anlaşılmıştır. Devamında ise; Türk mutfağı, gastronomi turizmi, sofrada adabı, yöresel mutfak, saray mutfağı, gastronomi, somut olmayan kültürel miras, kültürel coğrafya, yöresel yemekler, beslenme alışkanlıkları, göç, Türk mutfak kültürü, sosyal medya ve sürdürülebilirlik kelimeleri öne çıkan anahtar kelimelerdir. Araştırma kapsamındaki makalelerin bilim alanına göre dağılımları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Makalelerin bilim alanına göre dağılımları

Bilim Alanı	f	%
Turizm	22	44
Edebiyat	7	14
Tarih	6	12
Halkbilimi	3	6
Gıda Mühendisliği	2	4
Sosyoloji	2	4
Pazarlama ve Reklamcılık	2	4
İletişim	2	4
Coğrafya	2	4
Diğer	2	4
Toplam	50	100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmaya dahil edilen makaleler bilim alanlarına göre incelenmiştir. Tablo 5'e göre makalelerin büyük çoğunluğu (%44) turizm alanında kaleme alınmıştır. Devamında ise Edebiyat (%14), Tarih (%12) ve Halkbilimi (%6) alanına yönelik çalışma gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde ise yemek kültürü konusunun farklı disiplinler açısından çalışmaya da müsait bir konu olduğu ve bu çalışmaların konuya zenginlik kattığı çıkarımında bulunulabilir. Araştırma kapsamındaki makalelerin konularına göre dağılımları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Makalelerin konulara göre dağılımları

Konular	f	%
Yöresel/Bölgesel Mutfaklar	14	28
Yemek Tarihi ve Dönem Mutfakları	11	22
Göç ve Mutfak Etkileşimi	5	10
Beslenme Alışkanlıkları Odaklı Makaleler	4	8
Somut Olmayan Kültürel Miras ve Yemek İlişkisi	3	6
Sürdürülebilirlik ve Yemek/ Sürdürülebilir Gastronomi	3	6
Teknoloji ve Dijitalleşme ile Yemek İlişkisi	2	4
Yiyecek İçecek Ürünü Odaklı makaleler	2	4
Sosyal Medya ve Yemek İlişkisi	2	4
Diğer makaleler	4	8
Toplam	50	100

*Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada ele alınan makaleler araştırma konuları/ odaklandıkları temalar bakımından irdelenmiştir. Tablo 6'ya göre makalelerin %28'i yöresel/ bölgesel mutfaklar odaklı kaleme alınırken %22'si ise Yemek tarihi ve dönem mutfakları konusuna odaklanmıştır. Devamında ise sırasıyla konular; göç ve mutfak etkileşimi (%10), beslenme alışkanlıkları (%8), somut olmayan kültürel miras ve yemek ilişkisi (%6), sürdürülebilirlik ve yemek (%6), Teknoloji-dijitalleşme ve yemek (%4), sosyal medya ve yemek ilişkisi (%4) ve yiyecek içecek ürünü odaklı (%4) makaleler olmak üzere dağılım göstermektedir. Tablo 6'dan anlaşıldığı üzere yemek kültürünün farklı konularla sentezlenmesi sonucunda yeni araştırma konuları ortaya çıkmaktadır. Bu konuların çeşitliliğinin fazla olmasının Türk mutfak kültürünün teorik temeline katkı sağladığı ve bu alanda çalışan araştırmacılara yeni çalışmalarında kullanabilmeleri için ilham verdiği çıkarımında bulunulabilir.

SONUÇ

Gastronomi disiplini, son yıllarda akademik çevrelerde hızla artan bir ilgiye konu olmuş; özellikle yemek ve mutfak kültürü ile olan çok boyutlu ilişkisi, sosyoloji, antropoloji, turizm ve kültürel çalışmalar gibi farklı alanlarda incelenmeye başlanmıştır. Yemek ve mutfak kültürü, yalnızca beslenmeye dair pratikleri değil, aynı zamanda toplumların kimliğini, yaşam tarzını, tarihsel mirasını ve kültürel aktarım biçimlerini yansıtan önemli bir alan olarak öne çıkmakta ve kültürel bir anlatı, bir yaşam biçimi ve bir sosyokültürel ifade biçimi olarak ele alınmaktadır. Buradan hareketle çalışmada 2014-2024 yılları arasında ele alınan yemek ve mutfak kültürü çalışmalarının bibliyometrik analizi ele alınmıştır. Çalışmada sonucunda incelenen makalelerin turizm alanında yoğunlaştığı, 2021 yılında diğer yıllara oranla daha fazla yayın yapıldığı, özellikle yöresel mutfaklar odaklı kaleme alındığı, daha çok nitel yöntemin tercih edildiği anlaşılmıştır.

Çalışmadan hareketle, gelecek araştırmalarda makalelerle birlikte, kitap bölümü, bildiri ve tezlerinde incelenerek kaynakların genişletilmesi sonucunda güncel kaynaklarla konu yeniden araştırılması önerilerinde bulunulabilir. Çalışmada öne çıkan sonuçlardan biri de nicel araştırma bakımından yeterince araştırma yapılmamış olmasıdır. Bu bakımdan nicel yöntemlerle yapılan yemek ve mutfak kültürü çalışmaları arttırılabilir. Ayrıca metodolojik çeşitliliğin artırılması da önemli bir ihtiyaç olarak öne çıkmaktadır. Nitel araştırmaların hâkim olduğu alana nicel, deneysel ve karşılaştırmalı çalışmaların entegre edilmelidir. Farklı disiplinlerden (örneğin sanat, psikoloji, bilişim, mimarlık, medya gibi) araştırmacıların katılımıyla oluşturulacak disiplinler arası projeler yemek kültürüne dair özgün ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

Son olarak benzer çalışmaların arttırılarak alan yazına katkı sağlama-sı çalışmanın önerilerindendir. Özellikle kültürel bağlamın anlaşılmasında yerel mutfakların küreselleşme karşısındaki direncinin incelenmesi kimlik, toplumsal hafıza ve aidiyet konularında yapılacak çalışmalar değerli veriler sunabilir. Ulusal ve bölgesel yemek mirası, yalnızca turizm, edebiyat ve tarih bağlamında değil, aynı zamanda toplumsal hafıza, kültürel kimlik ve yaşam tarzı araştırmalarında da diğer disiplinlerle ilişkili stratejik bir araştırma alanı olarak değerlendirilmelidir. Tematik çeşitliliğin artırılması oldukça önemlidir. Mevcut literatürde sıklıkla öne çıkan anahtar kelimelerin yanı sıra; kültürel bellek açısından felsefi ve teknolojik boyutların daha fazla ele alınması gerekmektedir. Çünkü yemek kültürünün dijitalleşme sürecindeki

dönüşümü, örneğin sosyal medya üzerinden yemek paylaşım uygulamaları ya da dijital yemek tarif arşivleri- yeterince incelenmemiş bir alandır ve yeni nesil araştırmalar için önemli bir fırsat sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Ağarı, Ş. (2018). Gelibolulu Âlî'nin Surnâmesinde Osmanlı yemek kültürü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 106-123.
- Akbaş, A. (2024). Culture of fast food and consumption habits: Changing eating practices in modern society. *Journal of Academic Tourism Analysis*, 5(2), 84-99.
- Akçaözoğlu, E.Y., & Koday, S. (2019). Kültürel coğrafya bakımından Osmaniye ilinin mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 537-552.
- Akgül, Z., & Öncel, S. (2024). Yöresel mutfakların sürdürülebilirliği kapsamında Sivas yemek kültürü ve değişimi üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi*, 3(2), 151-173.
- Akın, M. S., & Arıkan Saltık, S. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında yemeğin kimlik inşasında rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1206-1220.
- Akyürek, S., Çalık, İ., Taş, S., Pir, R., Kaya, F., & Zeybek, H. İ. (2024). Kültürel miras unsuru olarak yayla mutfak kültürü: Gümüşhane ili örneği. *Milli Folklor*, 18(141), 78-91.
- Alpyıldız, E. (2022). Dijital kültür çağında geleneksel Türk yemek kültürü ve kuşaklararasılık. *Folklor Akademisi Dergisi*, 5(2), 311-326.
- Avcioğlu, İ. (2022). Giresun yöresi vejetaryen mutfak kültürü üzerine halkbilimsel bir araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (53), 1-20.
- Baysal, A. (1993). *Türk Yemek Kültüründeki Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değerlendirme*. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:3. s. 12-21, Ankara.
- Bearsworth, A., & Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi*. Dede, A. (Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Bekar, A., & Zağralı, E. (2015). Türk yemek kültürü ve teknolojik gelişmelerin yemek kültürü üzerine etkileri. *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(1), 40-48.
- Belk, R.W., Ger, G., & Søren A. (1996). Metaphors of Consumer Desire. *Advances in Consumer Research*, 23, 368- 373.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, Kültür ve Kimlik. *Milli Folklor*, 87, 159-169.
- Beşirli, H. (2016). Yabancı seyyahların gözünden farklı yüzyıllarda Türk yemek kültürü. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (40), 11-31.
- Beşirli, H. (2023). Yiyecek ve mutfakın toplumsal görünümü-yemek ve mutfak ti-polojisi çalışması. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi* (11), 45-62.

- Bıyıklı, M. (2022). Abbâsîler dönemi sosyal hayatın bir göstergesi olarak yiyecek ve içecek kültürü (132-218/750-833). *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (22), 281-307.
- Boyras, H.D., & Sandıkcı, M. (2023). Coğrafi işaretli ürünlerin somut olmayan kültürel miras Türk mutfak kültürü unsurlarıyla karşılaştırılması: UNESCO Gastronomi Şehri Afyonkarahisar ili örneği. *Tourism and Recreation*, 5(2), 172-185.
- Civitello, L. (2019). *Mutfak ve Kültür, İnsanın Beslenme Tarihi*. Nahya, N., & Örnek, S. (Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Curoğlu, Ö.B., Saraç, Ö., Pamukcu, H., & Sandıkcı, M. (2022). Bulgaristan'dan Sakarya'ya göç eden Türklerin geçmişten günümüze mutfak kültürü. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 19(1), 108-123.
- Cusack, I. (2000). African cuisines: Recipes for nation-building? *Journal of African Cultural Studies*, 13(2), 207-225.
- Çaycı, A. E. (2019). Sosyal Medyada Dijital Yemek Kültürü. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 120-136.
- Çoşan, D., & Seçim, Y. (2019). Bartın mutfak kültürü içerisinde tatlıların yeri ve önemi üzerine nitel bir çalışma. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14(27), 279-292.
- Çoşan, D., & Seçim, Y. (2020). Doğu Karadeniz bölgesinde yaşayan Laz topluluklarının dili, gelenekleri ve mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(45), 129-142.
- Delemen, İ. (2001). *Antik Dönemde Beslenme*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Eskiçağ Bilimleri Enstitüsü.
- Deniz, D. (2023). Somut olmayan kültürel miras perspektifinden Gevaş ilçesinin mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13(2), 307-319.
- Dikici, E., & Sağlam, A. (2021). Geleneksel/Alternatif tıp uygulamalarına yeni yaklaşım olarak beslenme ve yemek kültürü Şalpazarı örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 295-329.
- Erdem, G. (2020). "Maysa ve Bulut" örneğinde yemek kültürü inşası. *Avrasya Dil Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 82-99.
- Ersavaş, H., & Özkanlı, O. (2018). 20. Yüzyılda Orta Toroslardaki Yörüklerin mutfak kültürü. *Aydın Gastronomy*, 2(1), 39-49.
- Gazelci, S.C., & Aksoy, M. (2024). Türkiye'de oluşturulan teorik gastronomi rotalarının bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(1), 149-167.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*, Özer, H., & Güzel, C. (Çev.). Ankara: Ayraç.
- Goode, J. (2005). *Yemek*, Mormenekşe F. (Çev.). Millî Folklor 17. 67: 172-176.
- Goody, J. (2013). *Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması*. Güran, M. (Çev.). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

- Göde, G., Kayaardı, S., Uyarcan, M., & Söbeli, C. (2021). Tarihin gelişim sürecinde Türk yemek kültürü ve beslenme alışkanlıklarının değişimi. *Food and Health*, 7(3), 216-226.
- Gözelce, D.K. (2021). İşlevsel Halkbilimi Kuramı Bağlamında Rize Sofra Kültürü. *Culture and Civilization*, 1(1), 51-77.
- Hall, C.M. (2011). Publish and perish? bibliometric analysis. *Journal Ranking and The Assessment of Research Quality in Tourism. Tourism Management*, 32, 16–27.
- Hasdemir, H. K. (2020). Kültepe tabletleri ve arkeolojik bulgulara göre Asur ticaret kolonileri Dönemi'nde Eski Anadolu'nun mutfak kültürü. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 6(4), 1608-1635.
- Haviland, W., Prins, H., & McBride, B.v. (2008). *Cultural Anthropology: The Human Challenge* (12 b.). California: Wadsworth/Thomson Learning.
- Irmak, Y. (2019). Bingöl mutfak kültürü ve gastronomi turizmi. *Bingöl Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 111-144.
- Işık, N., Kılıçaslan, A., Güldemir, O., Derin, D.Ö., & Barı, N. (2017). İlgin mutfak kültürü ve yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (38), 86-94.
- Işkın, M. (2021). Göç-Kültür Etkileşiminde Kadının Rolü: Mutfak Kültürü Bağlamında Bir Araştırma. *Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 258-274.
- Kapar, M.A. (2019). İki Seyyah Bir Kültür: Broquière Ve İbn Battûta Seyahatnâmelerine Göre Türklerde Yemek Kültürü. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (41), 427-444.
- Kasar, H. (2021). Türk Mutfak Kültürü Evreleri Ve Mutfak Sentezinin İncelenmesi. *Journal Of Humanities And Tourism Research*, 11(2), 359-378.
- Kızıldemir, Ö. (2020). Edirne Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(12), 100-113.
- Küçük yıldız-Gözelce, D. (2024). Bir ev ve aile ansiklopedisi: Rehber-İ Umûr-I Beytiyye'nin dönemin mutfak kültürü açısından değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 77-97.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mintz, S.W., & Du Bois, C.M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99–119.
- Montanari, M. (2006). *Food Is Culture*. Columbia University Press.
- Odabaş, Y., & Barış, G. (2017). *Tüketici Davranışları*. İstanbul: MediaCat Akademi.
- Özarslan, M., & Diken, H.A. (2022). *Bir Folklor Ögesi Olarak "Geleneksel Mutfak Kültürü"nüñ Halk Hayatındaki Yeri, Değeri ve Önemi Üzerine Bazı Tespitler. Geçmişten Geleceğe Türk Dünyası*. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları. Erzincan.

- Özdemir, A., & Özbay, G. (2023). Sürdürülebilirlik çerçevesinde Malatya mutfak kültürü: Vegan-vegetaryen yemekler üzerine bir araştırma. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 465-479.
- Özer, Ç., Albayrak, A., & Ağan, C. (2021). Türkiye’de yaşayan Boşnaklar ve mutfak kültürü üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1), 407-428.
- Özkan, Ö., & Çitil, E. (2023). Levi-Strauss’ un eksik iletişim yaklaşımı temelinde Didim Yoran köyü mübadilleri ve Didim’in yerleşik toplumu ilişkilerinde yemek kültürü. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 783-801.
- Öztürk, Y., & İspir, N. (2021). Sosyal medyanın yerel yemek kültürü etkileri üzerine bir değerlendirme: Dijital fenomenler. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3(1), 9-26.
- Richards, G. (2002). Gastronomy: An Essential Ingredient in Tourism Production and Consumption?. Hjalager, A.M., & Richards, G. (Ed.), *Tourism and gastronomy* (3–20). Routledge.
- Samiee, S.C., & Brian, R. (2012). Knowledge structure in international marketing: A multi-method bibliometric analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), 364-386.
- Sarıoğlu, M., & Cevizkaya, G. (2016). Türk mutfak kültürü: Şerbetler. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(14), 237-250.
- Saylam, İ. (2017). Vakfiyeler ışığında Anadolu beylikleri dönemi vakıflarında yemek kültürü ve sosyal yardımlaşma ile ilgili örnekler. *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 57-70.
- Scarpato, R. (2002). Gastronomy as a Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies. Hjalager, A.M., & Richards, G. (Ed.), *Tourism and Gastronomy* (51–70). Routledge.
- Sevim, C. (2017). Yemek kültürü ve sofrası seramikleriyle etkileşimi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(2), 195-206.
- Sitti, S., Hayta, M., & Yetim, H. (2009). *Kayseri mantısı: hazırlanışı ve kalite nitelikleri*. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu (27-29 Mayıs 2009, Van) 208-211. Korza Basım. Ankara.
- Soğandereli, F. (2020). Eski Mezopotamya ve Anadolu’da mutfak kültürü. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 7(2), 1308-1342.
- Solmaz, Y., & Altın, D.D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Somuncu, A. Ş. (2023). Kültür taşıyıcısı olarak âşıkların dilinde mutfak kültürü (Develili Âşık Ali Çatak Örneği). *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, (58), 143-157.

- Spuy, A.V.D. (2018). Food as a marker of identity in my beautiful death by Eben Venter. *Athens Journal of Philology*, 5(1), 7-18.
- Şahinbaş, K. (2018). Kayseri’de geçiş dönemlerine ve belirli günlere özgü mutfak kültürü. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(8), 100-112.
- Şenel, P., & Karabulut, A. S. (2024). Sürdürülebilir mutfak kültürü; Adana unutulmaya yüz tutmuş yerel yemekleri üzerine bir çalışma. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 351-364.
- Şimşek, A. (2021). Rakı ve Türk rakı sofrasındaki yemek kültürü. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 76-95.
- Talu, N. (2018). Kültürel bellek ve yemek: Mutfak kültürünün sosyolojik analizi. *Sosyoloji Dergisi*, 38(1), 43-66.
- TDK-Türk Dil Kurumu (2025). *Kültür*. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.05.2025.
- Türk, H. & Şahin, K. (2014). Antakya geleneksel yemek kültürü. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2).
- Uçan, L. (2023). Velihaht Abdülmecid Efendi’nin sofrasından son dönem Osmanlı saray mutfak kültürü. *FSM İlmi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, (21), 307-334.
- Uçuk, C., & Kayran, M.F. (2023). Türk mutfak kültürü ve çorbalar: Gaziantep örneği. *Journal of Eurasia Tourism Research*, 4 (Türk Turizminin Geçmiş ve Gelecek Yüzyılı), 55-67.
- Uğureli, A. (2022). Yabancılar Türkçe öğretiminde yaşayan kültürel mirasın aktarım aracı olarak Türk yemek kültürü: Yedi İklim Türkçe ders kitapları örneği. *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4(1), 71-83.
- Uzel, R.A. (2018). Geleneksel mutfak kültürü ve tarımsal ürün çeşitliliğinin, üniversite öğrencileri beslenme durumu üzerine etkisi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 55(1), 37-44.
- Üner, E. H. (2014). *Her şey dahil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atılım Üniversitesi, Ankara.
- Ünüvar, Ş., & Cesur, G. (2023). Düzce mutfak kültürü üzerine bir çalışma. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 4(1), 29-39.
- Varol, E., & Gök, İ. (2022). Balkan göçmenlerinin sofrası kültürü: Tekirdağ Malkara örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 775-789.
- Yılmaz Çildam, S. (2021). Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 305-325.
- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.
- Yurtseven, H.R., & Kaya, O. (2011). Gastronomi turizmi ve yerel mutfakların önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 23-36.

YEREL YİYECEKLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNDEKİ ROLÜ ÜZERİNE BİBLİYOGRAFİK BİR ÇALIŞMA

Suzan EROL*

GİRİŞ

Gastronomi kavramı, Yunanca “*gaster*” (mide) ve “*nomos*” (kural) kelimelerinden türemiştir ve temel olarak iyi yemek yeme sanatı anlamına gelir (Altanlar ve Enlil, 2020). Günümüzde gastronomi; yemeğin tarihsel, toplumsal, ekonomik ve sanatsal yönlerini kapsayan disiplinler arası bir alan haline gelmiştir (Acar, 2016; Bayram, 2018). Yerel yiyecekler ise geleneksel pişirme ve sunum yöntemleriyle destinasyonlara özgünlük kazandırmakta ve bu bölgelerin marka değerine katkı sağlamaktadır (Cömert ve Sökmen, 2017). Yemek deneyimi; tat, kalite, ortam ve birlikte yemek yenilen kişiler gibi birçok unsuru içeren çok boyutlu bir yapıdır. Bu deneyim, bireylerde duysal ve unutulmaz izlenimler bırakabilir (Sutton, 2001). Bazı turistler, farklı lezzetleri tatmak amacıyla yerel mutfakları keşfetmek istemekte ve bu istek, seyahat tercihlerinde etkili olmaktadır (Oğan ve Durlu-Özkaya, 2021; Sönmez, 2023). Tatil sırasında yeni yiyecekler denemek, hem restoran seçimlerini etkileyen hem de turistik deneyimi zenginleştiren önemli bir faktördür (Dizdar, 2022).

Son yıllarda gastronomi turizmine ilgi artmış, bu alanda yapılan araştırmalar çoğalmıştır. Yerel mutfaklara olan turist ilgisinin hem turizm gelirlerine hem de bölgesel kalkınmaya katkı sağladığı görülmektedir. Ancak bu araştırmaların genel bir değerlendirmeye tabi tutulması gerekmektedir. Bu noktada, gastronomik deneyimlere odaklanan ulusal çalışmaların bibliyo-

* Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, s.erol3332@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1997-8976

metrik yöntemle analiz edilmesi, alandaki bilimsel birikimi anlamak açısından önem taşımaktadır. Bibliyometrik analiz, alanın gelişimini ve araştırma eğilimlerini belirlemede etkili bir araçtır (Oğan, 2024). Bu çalışma, yerel yiyecekler ve gastronomi deneyimlerine dair akademik üretimi sayısal olarak inceleyerek, öne çıkan ve eksik kalan konulara dair kapsamlı bir tablo sunmayı amaçlamaktadır. Bu sayede, gelecekte yapılacak araştırmalara yön verilmesi mümkün olacaktır. Yerel yiyeceklerin deneyimlenmesinin kültürel, keşifsel, etkileşimsel, duyuşsal ve bilişsel katkılar sunduğu, dolayısıyla turizm deneyiminin ayrılmaz bir parçası olduğu söylenebilir. Bu araştırmanın amacı yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan ve Türkiye’de gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bibliyometrik analizinin yapılmasıdır. Bu bağlamda şu araştırma sorularına cevap aranmıştır;

- Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların yayın türüne göre dağılımı nasıldır?
- Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların araştırma yöntemine göre dağılımı nasıldır?
- Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların araştırma modeline göre dağılımı nasıldır?
- Yerel yiyeceklerin gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların ele aldığı gastronomik bölgeye göre dağılımı nasıldır?
- Yerel yiyeceklerin gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların konu açısından dağılımı nasıldır?

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yerel Yiyeceklerin Kültürel ve Ekonomik Katkıları

Yerel yiyecekler, belirli bir coğrafi bölgede yetişen, o bölgenin iklimi, tarımsal koşulları ve geleneksel bilgi birikimi ile şekillenmiş olan özgün gıda ürünleri olarak tanımlanmaktadır (Sökmen vd., 2024). Bu ürünler, genellikle nesiller boyu aktarılan tarifler ve üretim teknikleri ile hazırlanmakta ve o bölgenin kültürel hafızasında önemli bir yer tutmaktadır (Çırak, 2020). Yerel yiyeceklerin önemi yalnızca kültürel mirasın korunmasıyla sınırlı değildir. Aynı zamanda tarımsal çeşitliliğin korunması, küçük üreticilerin desteklenmesi ve kırsal kalkınmanın sağlanması açısından da kritik bir rol oynamaktadır (Kaya ve Uyanık, 2022; Boztok, 2023). Bu yönüyle yerel yiyecekler,

sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. Tüketicilerin yerel ve özgün ürünlere olan ilgisinin artması, gastronomi turizminin gelişimini desteklemekte ve yerel ekonomilere yeni gelir kaynakları yaratmaktadır. Özellikle turistik destinasyonlarda yerel mutfaklar, bölgenin tanıtımında etkili birer araç haline gelmiştir (Özmen ve Deniz, 2024; Eraslan, 2024). Yerel yiyeceklerin tanıtımı ve korunması, coğrafi işaretleme uygulamalarıyla daha da pekiştirilmekte, bu da hem ürünlerin değerini artırmakta hem de taklit ve tahrifattan korunmasını sağlamaktadır (Bayat, 2020; Karakaş ve Sari Calli, 2023). Türkiye’de son yıllarda coğrafi işaretli ürün sayısında görülen artış, bu farkındalığın arttığını göstermektedir. Yerel yiyecekler, bir yandan tüketiciye özgün tat deneyimleri sunarken diğer yandan yerel kültürün sürdürülebilirliğine, ekonomiye ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına önemli katkılar sunmaktadır (Sönmez, 2023; Yeter, 2024).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde ise yerel yiyecekler, kırsal kalkınmanın temel dinamiklerinden biri olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle kadın emeğinin değerlendirilmesi, küçük üreticilerin desteklenmesi ve yerel işletmelerin gelişmesi gibi süreçlerde belirleyici rol oynamaktadır (Sökmen vd., 2024; Kaya ve Uyanık, 2022). Yerel ürünlerin pazarlanmasıyla elde edilen gelir, bölge halkının yaşam kalitesini artırmakta ve göçün önlenmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca gastronomi turizmi kapsamında destinasyon pazarlamasında kullanılan yerel yiyecekler, turistlerin bölgeye ilgisini artırmakta ve hizmet sektöründe yeni istihdam olanakları yaratmaktadır (Eraslan, 2024; Özmen ve Deniz, 2024). Bu durum, yerel ekonomilerin sürdürülebilir bir şekilde büyümesine destek olmaktadır. Yerel yiyeceklerin kültürel ve ekonomik katkıları birlikte değerlendirildiğinde, bu ürünlerin sadece bir gıda unsuru değil; aynı zamanda bir kalkınma ve kültürel sürdürülebilirlik aracı olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu katkıların korunması ve geliştirilmesi, hem yerel halk hem de genel toplum refahı açısından stratejik öneme sahiptir (Boztok, 2023).

Yiyecek Deneyiminin Tüketici Davranışlarına Etkisi

Gastronomik deneyim, günümüzde turistlerin seyahat kararlarını etkileyen başlıca faktörlerden biri haline gelmiştir. Yiyecek ve içecek tüketimi sadece fizyolojik bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bireyin duygusal, sosyal ve kültürel tatminini sağlayan çok boyutlu bir deneyim olarak değerlendirilmektedir. Özellikle tatil destinasyonlarındaki yiyecek deneyimleri, turistlerin memnuniyetini, destinasyona yönelik algılarını ve yeniden ziyaret etme

niyetlerini doğrudan etkilemektedir (Sökme vd., 2024; Özmen ve Deniz, 2024). Tüketicilerin gastronomik deneyimlere ilişkin algıları, sosyal medya ve dijital iletişim araçlarıyla şekillenmekte; bu durum, yiyecek deneyimlerinin bireysel olmanın ötesinde toplumsal etkiler yarattığını göstermektedir (Karakaş ve Sarı Callı, 2023; Çakır Keleş ve Durlu-Özkaya, 2022). Tüketiciler deneyimlerini paylaşarak hem çevrelerine etki etmekte hem de sosyal kanıt oluşturarak diğer bireylerin tercihlerini yönlendirmektedir.

Yerel yiyecekler, bir destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan ve turistlere özgün bir deneyim sunan önemli öğelerdendir. Bu yiyecekler, sadece beslenme unsuru değil, aynı zamanda kültürel iletişim ve tanıtım aracı olarak da değer taşımaktadır (Tılmaç Işık ve Kılıçhan, 2022). Ayrıca yerel mutfak, turistik deneyimi zenginleştirmenin yanı sıra, kültürel sürdürülebilirliği desteklemektedir. Yerel gastronomi, destinasyonlar için rekabet avantajı sağlama potansiyeline sahiptir. Benzer doğal ve tarihi özelliklere sahip destinasyonlar arasında fark yaratabilen yerel mutfak, destinasyon markalaşmasına, turist memnuniyetine ve tekrar ziyaret oranlarına olumlu katkı sunmaktadır (Bayat, 2020; Canbolat ve Çakıroğlu, 2020; Ceylan ve Güven, 2018).

Destinasyon Pazarlamasında Yerel Yiyeceklerin Yeri

Destinasyon pazarlaması, bir bölgenin turistik değerlerini ön plana çıkararak o bölgeye yönelik talebi artırmayı amaçlayan bütüncül bir strateji olarak tanımlanmaktadır. Bu stratejide yerel yiyecekler, destinasyonun farklılaşmasını ve pazarda kendine özgü bir konum elde etmesini sağlayan önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Yiyeceklerin yerel ve otantik özellikler taşıması, destinasyonun özgün kimliğini yansıtmakta ve turistler nezdinde cazip hâle gelmesini kolaylaştırmaktadır (Karakaş ve Uyar Oğuz, 2019). Bu nedenle, gastronomi odaklı pazarlama faaliyetleri, yalnızca gıda tüketimini değil, aynı zamanda kültürel aktarımı ve ekonomik kalkınmayı da desteklemektedir (Solunoğlu ve Nazik, 2018).

Yerel yiyeceklerin marka kimliği oluşturma sürecinde üstlendiği rol, özellikle destinasyon imajının şekillendirilmesinde belirleyicidir. Yiyecekler aracılığıyla oluşturulan olumlu izlenimler, turistlerin hem o bölgeye karşı merak duymasını sağlamakta hem de tercihlerini etkileyen önemli bir faktör hâline gelmektedir. Bu bağlamda, yöresel mutfakların tanıtımı, destinasyonun tanınabilirliğini artırmakta ve rakip destinasyonlar arasında avantaj elde etmesini kolaylaştırmaktadır (Taştan ve İflazoğlu, 2018; Taştan ve Önlem,

2020). Özellikle sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla yerel lezzetlerin görsel olarak sunulması, potansiyel turistlerin dikkatini çekmekte ve pazarlama stratejilerinin etkisini artırmaktadır (Yıldırım ve Karaca, 2020). Yerel yiyeceklerin destinasyon pazarlamasındaki etkisi yalnızca dış turizmle sınırlı değildir; aynı zamanda iç turizmi de canlandırmaktadır. Özellikle gastronomik rotalar, gurme turları, yerel pazar gezileri gibi uygulamalar, farklı sosyoekonomik gruplardan bireylerin destinasyonu keşfetmesine vesile olmaktadır. Bu çerçevede gastronomik unsurlar, destinasyonun yıl boyunca ziyaret edilebilirliğini artırmakta ve turizm sezonunun uzatılmasına katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu yaklaşım, yerel halkın kültürel mirasına sahip çıkmasını teşvik ederek toplumsal aidiyet duygusunu da güçlendirmektedir (Ballı, 2016; Özdemir ve Zencir Çiftçi, 2017; Bayram, 2018; Keskin ve Güneş, 2019).

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi temel alınarak kurgulanmıştır. Nitel araştırma, belirli bir konuya dair derinlemesine bilgi edinmek veya mevcut bilgi birikimine yeni perspektifler kazandırmak amacıyla, özellikle nicel yöntemlerle ölçümü güç olan durumlarda tercih edilen bir yaklaşımdır (Strauss ve Corbin, 2007). Bu çalışma kapsamında, Mart 2025 tarihine kadar yayımlanmış olan ve yerel mutfak kültürü ile gastronomik deneyimleri ele alan ulusal düzeydeki araştırmalar incelenmiştir. Araştırma deseni olarak, nitel araştırma modellerinden biri olan durum çalışması modeli benimsenmiştir. Durum çalışması, sınırları belirli bir sistem üzerinde yoğun bir analiz ve tanımlama sürecini içerir; bu özellik, durum çalışmasını diğer nitel araştırma desenlerinden ayıran temel bir niteliktir (Merriam, 2009, s. 40).

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evreni; makale ve tez şeklinde tam metnine ulaşılabilen, yerel yiyecekleri konu edinen ve gastronomik deneyimlerini kapsayan, Türkiye’de YÖK Tez ve Tr Dizin veri tabanında tam metni 2025 yılı mart ayına kadar Türkçe ve İngilizce olarak yayınlanmış araştırmalar şeklindedir. Bu nedenle yıl sınırlamasına gidilmemiş 2025 Mart ayına kadar yayınlanmış araştırmalar dâhil edilmiştir.

Veri Toplama Teknikleri

Veri tabanlarında tarama işlemi 28.05.2025 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Tarama sürecinde yalnızca son yayın tarihi esas alınmış ve belirli bir tarih aralığı kullanılmamıştır. Veri tabanlarında arama yapılırken, öncelikle “*gastronomi*” ve “*yerel*” terimleri başlıklarda ve anahtar kelimelerde taranmıştır. Ardından “*gastronomi*” ve “*deneyim*” terimleriyle ikinci bir tarama yapılmış, her iki aramada da yer alan tekrar eden çalışmalar belirlenerek yalnızca bir kez dâhil edilmiştir. Literatür taraması sonucunda araştırmaların türü, veri tabanı, yayınlandığı dergi, yayımlanma yılı, kullanılan yöntem, araştırma modeli, gastronomik bölge ve ele alınan konu gibi değişkenler belirlenmiş ve bu bilgiler ilgili çalışmalardan elde edilmiştir. Ayrıca, her bir çalışmaya numara verilmiş ve Akademik Yayın Değerlendirme Formu kullanılarak değerlendirme yapılmıştır. Durum çalışması kapsamında, bazı araştırmalar belirli nedenlerle incelemeye dâhil edilmemiştir. Bu nedenler; çalışmanın ilgili veri tabanlarında yer almaması, tam metnine erişilememesi, çalışmanın bir rapor, bildiri ya da kitap bölümü gibi akademik araştırma niteliği taşıması ve yerel yemek konulu gastronomik deneyimlere odaklanmaması şeklinde sıralanabilir. Araştırmaları belirlemek için anahtar kelimeler kapsamında bütün araştırmalar ilgili veri tabanlarından taratılmıştır. Tam metinlerine ulaşılabilen araştırmalardan çalışma havuzunda 123 araştırma yer almıştır. İncelenen araştırmalardan tekrar/çakışma durumunda olan 25 araştırma kapsam dışı bırakılmıştır. İkinci aşamada, kalan 98 araştırma derinlemesine incelenerek, bu araştırmaların 13’ü ilgisiz konu başlığı nedeniyle çalışma için uygun olmadığı gerekçesiyle havuzdan çıkarılmıştır. Başlık ve özet elemesi sonucunda elde kalan 85 araştırma tekrar detaylı incelemeye tabii tutularak 16 araştırma amaç kapsamında gerçekleştirilmediği için, analiz dışı bırakılmıştır. Kalan 63 araştırma amaca uygun olduğu için değerlendirilmek amacıyla Mendeley Programına aktarılmıştır.

Verilerin Analizi

Bu araştırmada, verilerin analizi için doküman analizi yöntemi benimsenmiştir. Doküman analizi, dergiler, biyografiler, otobiyografiler, teknik belgeler, alan notları, günlükler, resmi kayıtlar, bildiriler, raporlar, istatistikler, birincil ve ikincil kaynaklar, tarihi olaylar, kronolojiler, projeler, planlar, mektuplar, fotoğraflar, kitaplar ve makaleler gibi çeşitli yazılı materyallerin incelenmesini içerir (Cohen vd., 2007). Bu tür dokümanlar, ilgili alana dair derinlemesine bilgi edinmek için önemli kaynaklar olarak kabul edilir ve

nitel araştırmalarda araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılır (Wallwn ve Fraenkel, 2000).

Nitel araştırmalarda geçerlik, araştırmacının incelediği olguyu nesnel ve doğru biçimde yansıtmasıyla ilgilidir. Bu bağlamda veri toplama sürecinin, analiz ve yorumların ayrıntılı biçimde açıklanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Geçerlik, iç ve dış geçerlik olarak ikiye ayrılmaktadır. İç geçerlik, verilerin tutarlılığı ve yorumların doğruluğunu ifade ederken (Büyüköztürk vd., 2008), bu araştırmada bulgular ayrıntılı tanımlamalarla sunulmuş ve nesnel veriler ışığında değerlendirilmiştir. İçsel homojenlik ve dışsal heterojenlik ölçütleri dikkate alınarak benzerlik ve farklılıklar açıkça ortaya konmuştur. Dış geçerlik ise bulguların benzer ortamlarda tekrarlanabilirliğini kapsar. Bu doğrultuda, verilerin nasıl elde edildiği ayrıntılı şekilde açıklanmış ve ham veriler eklenmiştir. Güvenirlik, verilerin şeffaf ve sistematik biçimde sunulmasını gerektirir. Bu çalışma kapsamında analizler iki uzman tarafından bağımsız yapılmış, Miles ve Huberman'ın (1994) formülüyle güvenilirlik %80 olarak hesaplanmıştır. Bu oran, çalışmanın güvenilir olduğunu göstermektedir.

BULGULAR

Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların yayın türüne göre dağılımına yönelik bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmaların yayın türüne göre dağılımı

Araştırma Türü	Frekans	%
Makale	48	76,19
Yüksek Lisans Tezi	11	17,46
Doktora Tezi	4	6,35
Toplam	63	100,00

Tablo 1'de, yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimlere odaklanan yurt içi araştırmaların yayın türüne göre dağılımı sunulmaktadır. Verilere göre, söz konusu alanda gerçekleştirilen toplam 63 çalışmanın büyük çoğunluğunu makaleler oluşturmaktadır (%76,19). Bu durum, konunun özellikle akademik dergilerde sıkça ele alındığını ve araştırmacıların bu alana yönelik güncel ilgi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yüksek lisans tezleri ise %17,46'lık oranla ikinci sırada yer almakta olup, gastronomi ve turizm alanındaki lisansüstü araştırmaların önemli bir kısmının bu temaya yöneldiğini göstermektedir. Doktora tezleri ise %6,35 ile daha sınırlı bir sayıda kalmakta;

bu da alanın teorik derinliğinin ve özgün katkılarının henüz sınırlı sayıda çalışmaya yansımalarını göstermektedir.

Tablo 2. Araştırmaların yıllara göre dağılımlarına yönelik bulgular

Yayın Yılı	Frekans	Yüzde (%)
2012	1	1.59
2016	2	3.17
2017	1	1.59
2018	3	4.76
2019	4	6.35
2020	10	15.87
2021	7	11.11
2022	8	12.70
2023	8	12.70
2024	19	30.16
Toplam	63	100.00

Tablo 2, yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri konu alan yurt içi araştırmaların yayın yıllarına göre dağılımını ortaya koymaktadır. Veriler incelendiğinde, söz konusu çalışmaların zaman içerisinde artan bir eğilim gösterdiği dikkat çekmektedir. Özellikle 2024 yılı, toplam 63 çalışmanın %30,16'sını oluşturarak bu alandaki akademik üretimin zirve yaptığı yıl olarak öne çıkmaktadır. Bunu sırasıyla 2020 yılı (%15,87), 2022 ve 2023 yılları (%12,70) takip etmektedir. Bu durum, son yıllarda gastronomik deneyimlere ve yerel yiyecek temelli turizm çalışmalarına yönelik ilginin belirgin biçimde arttığını göstermektedir. Buna karşılık, 2012, 2016 ve 2017 yıllarında gerçekleştirilen araştırmaların sayısının oldukça sınırlı olduğu ve bu alanın akademik anlamda henüz gelişme aşamasında bulunduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Araştırmaların yöntemine göre dağılımı

Araştırma Yöntemi	Frekans	%
Nicel	28	44,44
Nitel	24	38,10
Karma	11	17,46
Toplam	63	100,00

Bulgulara göre, araştırmaların önemli bir kısmı nicel yöntemler ile gerçekleştirilmiş olup, toplam 63 çalışmanın %44,44'ü bu kategoride yer almaktadır. Bu durum, gastronomik deneyimlerin ölçülebilir boyutlarının sıklıkla istatistiksel analizlerle değerlendirildiğini göstermektedir. Öte yandan, nitel araştırmalar da literatürde önemli bir yer tutmakta olup, çalışmaların %38,10'u bu yöntemi tercih etmiştir. Bu bulgu, araştırmacıların katılımcıların

derinlemesine görüş ve deneyimlerine ulaşmaya yönelik bir eğilim taşıdığını göstermektedir. Karma yöntem kullanılan çalışmaların oranı ise %17,46 olup, nicel ve nitel veri toplama tekniklerinin bir arada kullanılmasının daha sınırlı bir yaklaşımla benimsendiği anlaşılmaktadır.

Tablo 4. Araştırmaların modeline göre dağılımı

Araştırma Modeli	Frekans	Yüzde (%)
Betimsel Model	23	36.51
İlişkisel/Korelasyonel Model	17	26.98
Durum Çalışması	12	19.05
Tarama Modeli	7	11.11
Fenomenolojik Model	3	4.76
Diğer	1	1.59
Toplam	63	100.00

Tablo 4, yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri konu alan yurt içi araştırmaların kullanılan araştırma modellerine göre dağılımını göstermektedir. Verilere göre, en yaygın tercih edilen model betimsel model olup, toplam 63 çalışmanın %36,51'inde bu model benimsenmiştir. Bu durum, araştırmacıların gastronomik deneyimlere ilişkin mevcut durumları tanımlamaya yönelik eğilimlerini ortaya koymaktadır. İlişkisel/korelasyonel model ise %26,98 oranla ikinci sırada yer almakta; bu da araştırmaların önemli bir bölümünde değişkenler arasındaki ilişkilerin incelendiğini göstermektedir. Durum çalışması yöntemi %19,05 ile dikkat çekerken, özellikle özgün gastronomik deneyimlerin derinlemesine ele alındığı araştırmalarda bu modelin öne çıktığı görülmektedir. Tarama modeli ise %11,11'lik oranla daha sınırlı bir kullanıma sahiptir. Fenomenolojik modelin kullanımı %4,76 ile oldukça sınırlı kalmakta; bireysel deneyimlerin öznel yönlerinin daha az çalışıldığını göstermektedir. Son olarak, diğer modeller kategorisinde sadece bir çalışma (%1,59) yer almaktadır. Bu bulgular, gastronomi turizmi alanındaki araştırmalarda betimleyici ve ilişkisel yaklaşımların ön planda olduğunu, derinlemesine ve fenomenolojik yaklaşımların ise görece daha az tercih edildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. Araştırmaların ele aldığı gastronomik bölgeye göre dağılımı

Bölge	Şehir/Alan	Sayı	Yazarlar
Güneydoğu Anadolu	Gaziantep	6	Çakır Keleş & Özkaya (2022), Kaya & Uyanık (2022), Koç Apuhan & Kement (2022), Dağdelen & Pamukçu (2021), Solunoğlu & Nazik (2018), Yılmaz (2012)
	Adana	3	Karakaş & Sari Calli (2023), Yıldırım & Karaca (2020), Ballı (2016)
	Şanlıurfa	2	Akturfan, Sormaz & Çekiç (2024), Eraslan (2024)
	Mardin	1	Demircan, Dalgın & Coşkun (2021)
	Siirt	1	Kanbır (2021)
	Diyarbakır	1	Solmaz (2022)
	Batman	1	Aksoy (2021)
İç Anadolu	Kayseri	1	Eren & Karamustafa (2022)
	Niğde	2	Özmen & Deniz (2024), Örnek (2023)
	Eskişehir	1	Şimşek & Aslan (2023)
	Kapadokya	3	Sökmen vd., (2024), Tılmaç Işık & Kılıçhan (2022), Tılmaç Işık (2022)
	Ankara	1	Güleç & Cömert (2022)
	Beypazarı	1	Yılmaz, Canbolat & Cilingir Uk (2021)
	Sivrihisar	1	Geranaz & Yılmaz (2023)
	Ürgüp	1	Erol & Alashan (2020)
	Konya	1	Esen & Seçim (2020)
	Aksaray/ Güzelyurt	1	Acar (2016)
Ege	Mustafapaşa	1	Ak (2022)
	İzmir	2	Akgündüz, Coşar & Alkan (2024), Boztok (2023)
	Ege Bölgesi	2	Aslan, Akoğlu & Şengül (2021), Sandıkcı & Baydeniz (2020)
	Manisa	1	Sarica & Özbay (2023)
	Kütahya	1	Ceylan & Güven (2018)
	Afyonkarahisar	1	Baydeniz (2023)
	Alaçatı	1	Benli & Çakıcı (2024)
	Aydın	1	Doğan (2021)
	Buldan	1	Bayram (2018)
	Çanakkale	1	Saatçı (2023)
Marmara	İstanbul	1	Dönmez Çolakoğlu vd. (2020)
	Edremit Körfezi	1	Sönmez (2023)
	Boğaziçi	1	Altanlar & Enliil (2020)
	Gökçeada	1	Bucak & Turan (2016)
	Bartın	1	Karakaş & Uyar Oguz (2019)
Karadeniz	Samsun	1	Canbolat & Çakıroğlu (2020)
	Giresun	1	Dizdar (2022)
	Kastamonu	1	Büyükyılmaz (2024)
	Tokat/Almus	1	Dal (2024)
	Hatay	3	Dağdelen & Pamukçu (2021), Taştan & İflazoğlu (2018), Dönmez vd. (2020)
Akdeniz	Antalya	1	Çırak (2020)

Bölge	Şehir/Alan	Sayı	Yazarlar
	Akdeniz Bölgesi	1	Yeter (2024)
D. Anadolu	Kars	1	Bayat (2020)
Genel/ Birden Fazla Bölge	TRB2 Kalkınma Bölgesi	1	Behremen vd. (2022)
	Türkiye Geneli	1	Kızılaslan Hançer vd. (2019)
	Diğer	3	Keskin & Güneş (2019), Özdemir & Zencir Çiftçi (2017), Zeybek (2019)

Tablo 5, yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri konu alan yurt içi araştırmaların ele aldıkları gastronomik bölgelere göre dağılımını göstermektedir. Bulgular, araştırmaların yoğunlaştığı bölgeler bakımından Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin öne çıktığını ortaya koymaktadır. Bu bölgede özellikle Gaziantep (6 araştırma) ve Adana (3 araştırma) kentleri dikkat çekerken, Şanlıurfa, Mardin, Siirt, Diyarbakır ve Batman gibi illerde de bireysel çalışmalara rastlanmaktadır. Bu durum, bölgenin zengin ve özgün gastronomik mirasının akademik ilgi gördüğünü göstermektedir.

Tablo 6. Araştırmaların ele aldığı konu açısından dağılımı

Tema	Alt Tema	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Destinasyon Odaklı Araştırmalar	Gastronomi Turizmi Potansiyeli	Destinasyon Değerlendirmesi	8	12.5
		Gastronomi Şehirleri	4	6.3
		Bölgesel Turizm Gelişimi	5	7.8
	Yerel Mutfak Kültürü	Kültürel Kimlik ve Mutfak İlişkisi	5	7.8
		Yöresel Mutfak İncelemesi	7	10.9
		Yeme-İçme Gelenekleri	3	4.7
Tüketici Davranışları	Tüketim Niyeti	Yerel Yiyecek Tüketim Niyeti	7	10.9
		Davranışsal Niyet	5	7.8
	Turistik Deneyim	Gastronomik Deneyim	6	9.4
		Memnuniyet ve Sadakat	4	6.3
	Tutum ve Algılar	Gastronomi İmajı	3	4.7
		Yerel Yiyecek Algısı	4	6.3
		Yiyecek Korkusu (Neofobi)	2	3.1
Sürdürülebilirlik	Kültürel Sürdürülebilirlik	Somut Olmayan Kültürel Miras	4	6.3
		Geleneksel Yemeklerin Korunması	3	4.7
	Yerel Ekonomi	Coğrafi İşaretli Ürünler	6	9.4
		Yerel İşletmelerin Rolü	5	7.8
Gastronomi Etkinlikleri	Festivaller	Festival Deneyimi	3	4.7
		Etkinlik Katılımcı Profili	3	4.7
	Diğer Gastronomi Aktiviteleri	Sokak Lezzetleri	2	3.1
		Özel Gün Yemekleri	2	3.1

Tema	Alt Tema	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Sektörel Uygulamalar	İşletme Perspektifi	Menü Planlama	3	4.7
		Yöresel Ürün Kullanımı	5	7.8
	Turizm Paydaşları	Turist Rehberleri	2	3.1
		Yerel Halkın Katılımı	4	6.3
		Yerel Yönetimler	2	3.1

* Bir araştırma birden fazla kategoride değerlendirildiği için toplam frekans araştırma sayısından fazladır.

Tablo 6, yerel yiyeceklerin gastronomik deneyimleri kapsayan yurt içi araştırmaların ele alınan konu temalarına göre dağılımını göstermektedir. Araştırmalar tematik olarak altı ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar Destinasyon odaklı çalışmalar, tüketici davranışları, sürdürülebilirlik, gastronomi etkinlikleri, sektörel uygulamalar ve diğer şeklindedir. Destinasyon odaklı araştırmalar en yüksek orana sahip olup, toplamda %49,9'luk bir paya sahiptir. Bu kapsamda özellikle gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi (%12.5), yöresel mutfak incelemeleri (%10.9), bölgesel turizm gelişimi (%7.8) ve kültürel kimlik ile mutfak ilişkisi (%7.8) gibi alt temalar öne çıkmaktadır. Bu durum, yerel yiyeceklerin turistik ve kültürel değer olarak ele alınma eğilimini yansıtmaktadır. Tüketici davranışları teması, toplam araştırmaların %38.9'unu oluşturmaktadır. Bu kapsamda tüketim niyeti ve davranışsal eğilimler (%10.9 ve %7.8), gastronomik deneyim ve memnuniyet (%9.4 ve %6.3), tutum ve algılar (%4.7-6.3) önemli alt başlıklar olarak dikkat çekmektedir. Araştırmalar, bireylerin yerel yiyeceklerle kurduğu psikolojik ve deneyimsel ilişkilere yoğunlaşmaktadır.

TARTIŞMA ve YORUM

Bu çalışmada yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri kapsayan ve Türkiye'de gerçekleştirilmiş olan araştırmaların bibliyometrik analizi yapılmıştır. Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimlere odaklanan yurt içi araştırmaların yayın türlerine göre dağılımı, bu alandaki akademik yönelimi ve bilgi üretim biçimlerini anlamak açısından önemli bir göstergedir. Tablo 1 verilerine göre, toplam 63 çalışmanın %76,19'unu akademik makaleler oluşturmaktadır. Bu yüksek oran, gastronomi alanında yerel yiyecek deneyimlerinin akademik literatürde giderek daha fazla ilgi gördüğünü ve dergiler aracılığıyla bu bilginin yaygınlaştırıldığını göstermektedir. Akademik dergiler, alanın bilimsel bilgi birikimini genişleten ve güncel gelişmeleri yansıtan başlıca mecralar olduğundan, bu bulgu alanın olgunlaşma

sürecine işaret etmektedir (Kivela & Crotts, 2006). Özellikle son yıllarda yerel yiyecekler, hem kültürel mirasın korunması hem de destinasyon pazarlamasında özgünlük yaratma açısından önemli araştırma temalarından biri haline gelmiştir. Bu çerçevede makale türündeki çalışmalar, literatürdeki güncel kuramsal yaklaşımları uygulamalı verilerle desteklemekte ve politika yapıcılar ile sektörel aktörlere yol gösterici nitelikte bilgiler sunmaktadır. Bu eğilim, yerel mutfak kültürünün sadece gastronomi disiplini içinde değil, aynı zamanda kültürel çalışmalar, turizm, sosyoloji ve pazarlama gibi disiplinler arası alanlarda da önem kazandığını göstermektedir (Everett ve Aitchison, 2008).

Yayın türlerinin dağılımında ikinci sırada yer alan yüksek lisans tezleri (%17,46), bu alandaki akademik ilgiyi lisansüstü düzeyde de doğrulamaktadır. Yüksek lisans düzeyinde yapılan araştırmalar genellikle saha temelli ve yerel bağlamlara duyarlıdır. Bu tür çalışmalar, bölgesel gastronomik değerlerin belgelenmesine ve analizine olanak tanıyarak yerel kalkınma stratejilerinde kullanılabilecek veriler üretmektedir. Ayrıca, yüksek lisans tezlerinin içeriksel olarak daha dar bir kapsama sahip olması, özgün yerel örneklerin derinlemesine analiz edilmesine olanak tanımaktadır (Mak vd., 2012). Ayrıca doktora tezlerinin sadece %6,35 oranında kalması, alanın henüz kuramsal olarak yeterince derinleşmediğini ve ileri düzey analizlerin sınırlı olduğunu göstermektedir. Doktora düzeyindeki çalışmalar, kuramsal model geliştirme, politika analizi ve karşılaştırmalı çalışmalar gibi daha yüksek düzeyde katkı sağlayabilecek potansiyele sahiptir. Bu bağlamda, alanın akademik olgunlaşması için doktora düzeyindeki üretimin artması gerekmektedir. Çünkü bu düzeydeki çalışmalar, alanın bilimsel derinliğini artırarak literatürde daha kalıcı bir etki bırakmaktadır. 2020, 2022 ve 2023 yıllarında yapılan çalışmaların da yüksek oranlara sahip olması, COVID-19 pandemisinin etkisiyle birlikte iç turizme ve yerel ürünlere yönelik ilginin artmış olabileceğini düşündürmektedir. Pandemi dönemi, seyahat kısıtlamalarının ve sağlık kaygılarının etkisiyle bireyleri daha yakın ve özgün deneyimler aramaya yöneltmiştir. Bu süreçte, yerel gastronomi, güvenli ve anlam yüklü bir turizm biçimi olarak öne çıkmış, bu da akademik çalışmalarda yansımaları bulmuştur (Björk ve Kauppinen-Räsänen, 2016). Söz konusu eğilim, aynı zamanda Türkiye’deki gastronomi ve turizm bölümlerinde yürütülen akademik çalışmaların içeriğine de yansımaktadır. Lisansüstü tezler, saha araştırmaları ve makaleler aracılığıyla yerel mutfakların sistematik olarak belgelenmesi ve analiz edilmesi, son yıllarda araştırmacılar tarafından daha fazla benimsenmektedir. Bu durum, yerel gastronominin yalnızca pratik bir alan olmaktan

çıkararak kuramsal temellere dayandırılan bir araştırma nesnesi haline geldiğini göstermektedir (Hjalager ve Richards, 2002).

Yerel yiyecekleri içeren gastronomik deneyimleri konu alan yurt içi araştırmalar, bölgesel çeşitliliği ve gastronomik mirası yansıtmakta önemli bir yer tutmaktadır. Yapılan analizler, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin gastronomik araştırmalar açısından öne çıktığını göstermektedir. Bu bölgedeki Gaziantep ve Adana şehirlerinin sıklıkla araştırma konusu olması, bölgenin zengin mutfak kültürünün ve gastronomik kimliğinin güçlü bir şekilde akademik ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır. Gaziantep, özellikle kebablar, baklavalar ve farklı mezeleriyle tanınan bir şehir olarak, gastronomi literatüründe dikkatli bir şekilde ele alınan bir destinasyon haline gelmiştir. Bu durum, bölgedeki mutfak kültürünün turizmle entegrasyonunun da önemli bir araştırma alanı oluşturduğunu göstermektedir. Diğer yandan, Şanlıurfa, Mardin, Siirt, Diyarbakır ve Batman gibi illerin de çalışmalara konu olması, Güneydoğu Anadolu'nun daha geniş bir gastronomik coğrafyaya yayılan zenginliğini yansıtmaktadır. Bu illerin yerel mutfakları, özellikle farklı etnik grupların yemek kültürlerinin birleşiminden doğan çeşitliliği ile dikkat çekmektedir. Yüksek oranda et ve tahıl bazlı yemekler, bu bölgenin kendine özgü gastronomik karakterini oluşturmakta, aynı zamanda yerel halkın kültürel kimliğiyle de doğrudan bağlantılıdır (Tütüncü, 2019).

Gastronomi etkinlikleri, araştırmaların daha sınırlı bir kısmını oluşturmalarına rağmen, bu alandaki çalışmalar da oldukça değerli bilgiler sunmaktadır. Festivaller, sokak lezzetleri ve özel gün yemekleri gibi etkinlikler, gastronomik deneyimlerin topluluklarla buluştuğu alanlar olarak önem taşır. Ancak, bu alandaki çalışmaların sayısının sınırlı olması, etkinlik temelli gastronomik deneyimlerin henüz yeterince derinlemesine incelenmediğini göstermektedir. Etkinlikler, yerel yiyeceklerin tanıtılmasında önemli bir rol oynarken, aynı zamanda katılımcılar için kültürel ve toplumsal bir bağ kurma fırsatı sunar. Bu nedenle, gastronomi etkinliklerinin daha fazla araştırılması, yerel mutfakların tanıtımında ve kültürel etkileşimde nasıl bir rol oynadığını daha iyi anlamamıza olanak tanıyacaktır. Sektörel uygulamalar teması ise daha fazla uygulama odaklı araştırmalara yer vermektedir. Menü planlama, yöresel ürün kullanımı ve yerel halkın katılımı gibi konular, gastronomi turizminin çeşitli paydaşlarının işbirliği içinde nasıl işlediğini gözler önüne sermektedir. Bu çalışmalar, gastronomi turizminin sadece tüketici ve destinasyon odaklı olmadığını, aynı zamanda yerel işletmeler, turizm rehberleri ve yerel yönetimlerin de aktif bir şekilde dâhil olduğu çok paydalı bir süreç olduğunu ortaya koymaktadır. Yerel halkın katılımı ve yerel işletmele-

rin rolü, bölgesel kalkınma açısından önemli bir yere sahiptir, çünkü bu unsurlar, turizmin sürdürülebilirliğini ve yerel ekonomiye katkısını doğrudan etkiler.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Yıl bazında yapılan araştırmalara bakıldığında, gastronomik deneyimlerle ilgili yurt içi çalışmalarda belirgin bir artış olduğu görülmektedir. Özellikle son yıllarda yapılan araştırmaların sayısındaki artış, gastronomi turizminin akademik alanda giderek daha fazla ilgi gördüğünü ve bu alandaki literatürün zenginleştiğini göstermektedir. Bu artış, yerel yiyeceklerin sadece kültürel değil, aynı zamanda turistik bir değer olarak da yeniden keşfedilmesinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Araştırma yöntemleri açısından bakıldığında, betimsel modelin en yaygın kullanılan yöntem olduğu dikkat çekmektedir. Betimsel modelin tercih edilmesi, araştırmacıların mevcut durumları, özellikleri ve fenomenleri daha iyi tanımlamak amacıyla bu yöntemi benimsediklerini ortaya koymaktadır. Diğer yandan, ilişkiyi inceleyen korelasyonel modelin sıklıkla kullanılması, gastronomik deneyimler ile çeşitli faktörler arasındaki ilişkileri anlamaya yönelik bir ilgi olduğunu göstermektedir. Durum çalışması ve fenomenolojik modellerin ise daha az tercih edilmesi, derinlemesine analizlere olan ilginin sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Gastronomik deneyimlerin bölgesel dağılımına baktığımızda, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin araştırmalarda öne çıktığı görülmektedir. Bu bölgedeki Gaziantep ve Adana gibi iller, gastronomi turizmi açısından önemli destinasyonlar olarak dikkat çekmektedir. İç Anadolu Bölgesi ve Ege Bölgesi de gastronomik araştırmalar açısından önemli bir çeşitlilik göstermektedir. Marmara, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinin ise daha az araştırıldığını söylemek mümkündür. Bu da bölgesel çeşitliliğin ve gastronomik potansiyelin daha geniş bir coğrafyada keşfedilmesi gerektiğini göstermektedir. Gastronomik araştırmaların tematik açıdan incelendiği bulgulara göre, en fazla yapılan çalışmaların destinasyon odaklı olduğu ve özellikle gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, tüketici davranışları ve sürdürülebilirlik gibi konularda da önemli bir araştırma yapılmaktadır. Gastronomi etkinlikleri üzerine yapılan çalışmalar ise daha sınırlıdır, ancak bu alandaki artan ilgi gelecekteki araştırmalarda daha fazla yer bulacağına işaret etmektedir. Sektörel uygulamalar ise yerel halkın katılımı ve yerel yönetimlerin rolü gibi konuları içeren önemli bir tema olarak öne çıkmaktadır.

Gastronomi turizmine yönelik araştırmalar zamanla artmıştır. Bu nedenle, turizmin diğer alt alanlarıyla ilişkisini inceleyen uzun dönemli çalışmalar yapılabilir. Betimsel modelin yoğun kullanımı dikkat çekmektedir; ancak fenomenolojik ve durum çalışması gibi nitel yöntemlerin kullanımı, bireysel deneyimlerin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Araştırmaların kültürel kimlik ve mutfak ilişkisi üzerine yoğunlaşması, yerel yiyeceklerin kültürel miras olarak korunmasına destek olabilir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi ön plandadır; Marmara, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde yapılacak çalışmalar, gastronomik çeşitliliği daha iyi ortaya koyabilir. Tüketici davranışlarına odaklanan çalışmalar, yerel yiyeceklerin algısı ve deneyimsel etkileri açısından derinleştirilebilir. Sürdürülebilirlik teması önemlidir; bu alanda coğrafi işaretli ürünler ve yerel işletmeler üzerine vaka çalışmaları artırılmalıdır. Gastronomi etkinliklerine yönelik akademik çalışmalar yetersizdir; festivaller, sokak lezzetleri ve özel gün yemekleri gibi konulara odaklanılabilir. Yerel yönetimlerin gastronomi turizmine etkisini inceleyen uygulamalı çalışmalar teşvik edilmeli ve iş birlikleri artırılmalıdır. Turist rehberlerinin gastronomi bilgisi geliştirilerek ziyaretçilere daha kaliteli deneyimler sunulabilir. Son olarak, gastronomi turizminin ekonomik etkileri üzerine yapılacak araştırmalar, yerel kalkınmayı destekleyebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2016). Gastronomi turizmi kapsamında Aksaray ili Güzelyurt (Gelveri) yöresel mutfağının unutulmaya yüz tutmuş tatlarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 81-86.
- Ak, S. (2022). *Sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında yerel mutfağın önemi: Mustafapaşa örneği* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 712255). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Akgündüz, Y., Coşar, Y., & Alkan, C. (2024). Yerel halkın bakış açısıyla İzmir'in gastronomi turizmi değerleri ve gelişme potansiyeli. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 169-186.
- Aksoy, İ. (2021). *Batman yerel mutfağının gastronomi turizmine kazandırılmasına yönelik bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 673156). Batman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Akturfan, M., Sormaz, Ü., & Çekiç, İ. (2024). Şanlıurfa ilinin gastronomi turizm potansiyelinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 11(2), 119-135.
- Akyol, Ö. (2020). Climate change: An apocalypse for urban space? An ecocritical reading of "Venice drowned" and "The Tamarisk Hunter". *Folklor/Edebiyat*, 26(101), 115-126.

- Altanlar, A., & Enlil, Z.S. (2020). Eğlence ve yeme-içme işletmelerinin turizm faaliyetlerine yönelik görüş ve algılamalarının belirlenmesi üzerine bir araştırma: Boğaziçi alanı örneği. *Planlama*, 30(1), 118-135.
- Aslan, E., Akoğlu, A., & Şengül, S. (2021). Gastronomi festivali tercihinde ziyaretçilerin memnuniyet ve bağlılık düzeylerini etkileyen faktörler: Ege Bölgesi örneği. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 77-94.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi turizmi açısından Adana sokak lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special issue 1), 3-17.
- Bayat, G. (2020). Kars'ın yerel yemekleri ve yerel ürünlerin Kars'taki yiyecek içecek işletmelerinde kullanımının sürdürülebilir gıda kapsamında değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2640-2654.
- Baydeniz, E. (2023). *Yerel halk ve ziyaretçilerin duygusal yiyecek aidiyeti gastronomi imajına yönelik algıları ile somut olmayan kültürel miras kapsamındaki tutumlarının incelenmesi: Afyonkarahisar örneği* (Doktora tezi, Tez No: 801056). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Bayram, Ü. (2018). Gastronomik kültürel miras olarak Buldan Günbalı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 361-371.
- Behremen, C., Erbaş, A., Yılmaz, H., & Temizkan, R. (2022). TRB2 Kalkınma Bölgesini ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3891-3913.
- Benli, S., & Çakıcı, A. (2024). Gastronomi deneyimi, gastronomik duygular ve davranışsal niyet ilişkisi: Alaçatı Ot Festivali'ne katılanlar üzerinde bir araştırma. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 65-93.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: A source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), 177-194. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0214>
- Boztok, S. (2023). *Gastronomik miras kapsamında yerel yemek kültürünün sürdürülebilirliği: İzmir Zeytin Yolu örneği* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 821075). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bucak, T., & Turan, Ö. (2016). Bölge turizmine yeni akımların etkisi: Gökçeada yavaş yemek örneği. *Journal of Yasar University*, 11(43), 211-219.
- Büyükyılmaz, S. (2024). *Gastronomi turizmi deneyiminin ziyaretçilerin davranışsal niyetlerine etkisi ve yerel yöneticilerin tutumları üzerine bir araştırma: Kastamonu örneği* (Doktora tezi, Tez No: 869703). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Canbolat, E., & Çakıroğlu, F.P. (2020). Gastronomi turizmi ve coğrafi işaretleme: Samsun mutfağına yönelik bir değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 937-957.

- Ceylan, U., & Güven, Ö. Z. (2018). Yiyecek içecek işletmelerinin menü planlamasında Kütahya'nın yöresel yemeklerinin yeri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 451-459.
- Chen, C.F., & Chang, C. H. (2013). *Tourism and Hospitality Marketing: An International Perspective*. Taylor & Francis.
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Çakır Keleş, M., & Durlu-Özkaya, F. (2022). Gaziantep'i ziyaret eden yerli turistlerin yiyecek neofobisi ve çeşitlilik arayışı eğilimlerinin yerel yemek tüketimine etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 365-381.
- Çırak, K. (2020). *Yerel halkın gastronomi imajı ve yenilik korkusu algılarının etnik yiyecek ve destinasyonda yerel yiyecek tüketim niyetine etkisi* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 648402). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Dağdelen, S., & Pamukçu, H. (2021). UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı gastro-turist profilinin belirlenmesi: Gaziantep ve Hatay ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 341-365.
- Dal, K. (2024). *Gastronomi turizmi ve yerel balık tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma: Tokat-Almus kültür alabalıkçılığı örneği* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 882042). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Demircan, Ş., Dalgın, T., & Coşkun, G.N. (2021). Otel işletmelerinde yerel mutfak kültürü: Mardin örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 365-378.
- Díaz-Soria, M., & López, M. (2020). *Cultural Tourism: Heritage, Experiences, and Destinations*. Springer.
- Dizdar, A. (2022). *Yerel işletmelerin ve yöresel mutfakların gastronomi turizmine etkileri: Giresun örneği* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 755468). İstanbul Topkapı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Doğan, M.Y. (2021). *Gastronomi turizminde yerel ürünlerin yeri: Aydın ili gastronomisinde otlu yemekler üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 676301). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Dönmez Çolakoğlu, B., Soylu, A.G., Taştan, H., & Yetim, A. (2020). Local food as a pull-up factor of destinations: A study on the visitors of a restaurant serving Hatay's rooted food beverages in Istanbul. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(3), 474-491.
- Eraslan, O. (2024). *Gastronomi turizminin gelişimine yerel halkın katılım düzeyinin belirlenmesi: Şanlıurfa örneği* (Doktora tezi, Tez No: 858077). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Eren, D., & Karamustafa, A. T. (2022). Kayseri ilinin gastronomi destinasyonu olarak pazarlanması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 716-731.

- Erol, G., & Alashan, A. (2020). Özel günlerdeki geleneksel yemek anlayışının gastronomi açısından değerlendirilmesi: Ürgüp örneği. *Turkish Studies - Social Sciences*, 15(8), 3521-3538.
- Esen, F., & Seçim, Y. (2020). Yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesi; Konya ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 158-174.
- Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 150-167.
- Geranaz, H., & Yılmaz, H. (2023). Turistlerin Sivrihisar'ın gastronomi turizmine yönelik tutumlarının incelenmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(4), 1840-1853.
- Giorgi, A. (2009). *The Descriptive Phenomenological Method in Psychology: A Modified Husserlian Approach*. Duquesne University Press.
- Güleç, H., & Cömert, M. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmeleri gözünden değerlendirilmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2144-2165.
- Hjalager, A.M., & Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Kanbır, F. (2021). Siirt kenti yöresel yemek kültüründe büryan: Bahattin Büryan Sarayı örneği. *Folklor/Edebiyat*, 27(107), 905-926.
- Karakaş, A., & Uyar Oguz, H. (2019). Bartın'ı ziyaret eden yerli turistlerin yöresel yiyeceklerle yönelik tutum ve davranışlarının belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1552-1569.
- Karakaş, D., & Sari Calli, D. (2023). Adana ilinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(1), 671-694.
- Kaya, Ü. C., & Uyanık, B. (2022). Gastronomi şehri Gaziantep: Yerel yiyecek-içecek işletmelerinin UNESCO kriterleri kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(1), 269-287.
- Keskin, B., & Güneş, E. (2019). Gıda ve içecek tüketiminde yeni trendlerin değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 27-32.
- Kızılaslan Hançer, Ç., Sevgi, E., Akkaya, M., & Altundağ Çakır, E. (2019). As a living culture of traditional herbal coffee in Turkey: Chickpea coffee. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7(1), 239-247.
- Kivela, J., & Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Koç Apuhan, A., & Kement, Ü. (2022). Gastro-turistlerin yerellik ve yiyecek kişilik özelliklerinin yerel yiyecek satın alma niyetine etkisi: Gaziantep ili örneği. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 211-236.

- Mak, A.H.N., Lumbers, M., & Eves, A. (2012). Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
- Oğan, Y. (2024). Gastronomik kimlik ve miras bağlamında bir bibliyometrik analiz. *Tourism and Recreation*, 6(1), 76-88.
- Oğan, Y., & Durlu-Özkaya, F. (2021). Artvin'i ziyaret eden turistlerin gastronomi deneyimleri üzerine bir inceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 211-227.
- Örnek, S. (2023). Unutmak mümkün mü? Niğdeli Selanik muhacirlerinde yemek, bellek ve kimlik. *Milli Folklor Dergisi*, 18(140), 155-167.
- Özdemir, B., & Zencir Çiftçi, E. (2017). Yiyecek içecek işletmelerine yerel ürün önerisi: Çerez tarhana. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 18-27.
- Özmen, Ş., & Deniz, G. (2024). Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretli ürünlerin yiyecek içecek işletmelerinde kullanımı: Niğde ili örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 538-560.
- Öztürk, H. (2020). İbnü'l-Hümâm'a göre Semerkant ve Buhara Hanefî kelâm âlimleri arasındaki ihtilaflar. *Bozok Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 18(18), 175-203.
- Polat, S., & Aktaş-Polat, S. (2020). Transformation of local culinary through gastronomy tourism. *Sosyoekonomi*, 28(43), 243-256.
- Richards, G. (2012). An overview of food and tourism trends and policies. In *OECD Studies on Tourism: Food and the Tourism Experience* (pp. 13-46). OECD Publishing.
- Saatcı, G. (2023). Somut olmayan kültürel miras olarak yöresel yemeklerin metaforik incelenmesi: Çanakkale örneği. *Turcology Research*, 76(1), 32-38.
- Sandıkçı, M., & Baydeniz, E. (2020). Yavaş şehir restoranlarında yöresel yemeklerin sunum düzeyi: Ege Bölgesinde bir araştırma örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 646-659.
- Sarica, V., & Özbay, G. (2023). Somut olmayan kültürel miras kapsamında fonksiyonel gıdalar: Mesir macunu örneği. *Manas Journal of Social Studies*, 12(2), 665-676.
- Saxena, G. (2017). *Tourism and hospitality management*. Oxford University Press.
- Solmaz, F. (2022). Gastronomi turizmi kapsamında Diyarbakır'ı ziyaret eden turistlerin yerel yemek deneyimlerinin memnuniyete etkisi (Yüksek lisans tezi, Tez No: 769735). Batman Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Batman.
- Solunoğlu, A., & Nazik, M. H. (2018). Sokak lezzetlerine ilişkin tüketici tercihleri: Gaziantep örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 40-59.
- Sökmen, A., Kenek, G., & Karamustafa, A. T. (2024). Gastronomik deneyim, algılanan otantiklik ve yerel yiyecek tüketim niyeti ilişkisi: Kapadokya'da bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 12(3), 2007-2029.
- Sönmez, H. (2023). Yerel lezzetlerin destinasyon seçim sürecine etkisi ve gastronomi turizmi açısından incelenmesi: Edremit Körfezi örneği (Yüksek lisans tezi, Tez No: 817889). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- şimşek, G.S., & Aslan, Z. (2023). Kültürel kimlik bağlamında Eskişehir yöresel mutfağının incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 3011-3032.
- Taştan, H., & İflazoğlu, N. (2018). Hatay'ın UNESCO gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran şİletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 384-393.
- Taştan, H., & nlem, E. . (2020). Otel menülerinde yöresel gıda sunumunun otel tercihine etkisi: Gaziantep rneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 465-475.
- Tılmaç Işık, T. (2022). *Turistlerin turist rehberlerinin gastronomik performanslarına yönelik algıları ve yerel yiyecek içecek tüketme niyetleri arasındaki ilişki: Kapadokya rneği* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 751900). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tılmaç Işık, T., & Kılıçhan, R. (2022). Turistlerin turist rehberlerinin gastronomik performanslarına yönelik algıları ve yerel yiyecek içecek tüketme niyetleri arasındaki ilişki: Kapadokya rneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3842-3864.
- Yeter, A. (2024). *Hatırlanabilir yerel gastronomi deneyimlerinin turistlerin destinasyon memnuniyetine ve destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Yiyecek imajının aracı ve motivasyonların düzenleyici rolü* (Yüksek lisans tezi, Tez No: 856860). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yıldırım, O.B., & Karaca, O. (2020). Arap mutfak kültürünün Adana gastronomi turizminin gelişmesindeki yeri: Yerel halkın görüşleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 41-55.
- Yılmaz, E., Canbolat, C., & Cilingir Uk, Z. (2021). Üreticilerin bakış açısından coğrafi işaretili bir yiyecek: Beypazarı kurusunun değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 145-166.
- Yılmaz, G. (2021). *Gastronomik deneyim, yiyecek imajı ve otantizmin turistlerin yerel yiyecek tüketim niyetine etkisi: Yiyecek korkusunun düzenleyici rolü* (Doktora tezi, Tez No: 680031). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yılmaz, P. (2012). Menengiten şuruba: Gaziantep'te içecek kültürü. *Folklor/Edebiyat*, 18(69), 25-39.
- Zeybek, B. (2019). lke marka kişilikleri üzerine bir analiz: "Turkey Home" kampanyası. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1325-1340.

KUZAY KIBRIS MUTFAĞI ve YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KULLANIMI

Ali DAMDELEN*
Mete Ünal GİRGEN**

GİRİŞ

Günümüz turizm sektöründe alışa gelmiş turizm türlerinin artık yeteri kadar misafirlere cazip gelmemektedir. Bundan dolayı sektörel olarak albenisi yüksek ve sürdürülebilirliği olan yeni turizm seçenekleri arayışında karışımıza çıkan ve popüleritesini kaybetmeyen bir turizm türü olan gastronomi turizminin daha da özelleştirerek yöresel boyutlarda indirgenmesi gündeme gelmiştir (Süzer ve Doğdubay, 2022). Bununla birlikte yöresel yemek kültürünün önemi ve değeri ortaya çıkmıştır (Yavuz, 2022). Kültürel bir değer olan yöresel yemek kültürünün doğru ve düzgün olarak denetlenmesi sürdürülebilirlik açısından önemlidir (Esen, 2022). Bu denetleme ve yönlendirme doğru yapılamadığında yörenin albenisi ve çekiciliği ile yöresel özelliklerin zaman içinde değer kaybetmesine sebep olmaktadır (Kaypak, 2012; Er ve Bardakoğlu, 2016; Yurtsal, 2024). Sayılan bu nedenler, bölgeki turist sayısının azalmasına ve yöredeki turizm faaliyetlerini değersizleştirmektedir. Genel olarak olumsuz durumlarla karşılaşmamak için, natürel ve yöresel çekiciliğin zedelenmemesi için yörenin ileri gelen yöneticilerin bu konu ile alakalı

* Uzm. Öğr. Gör., Lefke Avrupa Üniversitesi, Gastronomi Programı, adamdelen@eul.edu.tr, ORCID: 0009-0004-1068-7579

** Doç. Dr., Rauf Denktaş Üniversitesi, Turizm Programı, mete.girgen@rdu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2709-5639

önlem ve politikaları alınması ve geliştirilmesi gerekmektedir (Cömert, 2014; Şimşek vd., 2017). Bu araştırmanın yöresel kültürün tamamlayıcı kısmı olan yöresel yemek kültürünün önemi irdelenmiştir. Kuzey Kıbrıs'ın yöresel yemek kültürünün ürünlerinin kayıt altına alınması ve yöresel tariflerin gelecek nesillere aynı doku ve lezzette aktarılmasını amaçlamaktadır (Gökbulut ve Yeniasır, 2021; Çavuşoğlu, 2023). Bu doğrultuda çalışmanın sınırlarını ve faydalarını belirlemek için aşağıdaki bazı temel kavramlar için literatür taraması yapılarak çalışmanın daha anlaşılır ve faydalı olmasını sağlanmıştır. Ardından literatür taraması araştırma yöntemi ve bulgularla desteklenmiştir. Bu kapsamda çalışmanın ilerleyen araştırmalara katkı sağlaması ve kaynak teşkil etmesi düşünülmektedir.

YÖRESEL YEMEK KÜLTÜRÜ

Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik kelime anlamı olarak günümüz dünyasının devamını ve yeterliliğini korumayı amaçlamaktır (Şen vd., 2018). Yani kaynakların kullanımını ve gelişmelerin yönlendirilmesini sağlarken, insanların arzu, istek ve ihtiyaçlarını gerek günümüzde gerekse gelecekte yetebilme potansiyelinin garanti altına alındığı durağan bir ortamda uygun şekilde evrilmesini sağlamak anlamı taşır (İlban vd., 2023) Sürdürülebilir turizmde yörenin ve yöre halkının çevresel sosyal ve kültürel açıdan gelişmesine faydalar sağlayabilmekte olduğu gibi eğer kontrol edilip denetlenmediği takdirde yöreye geri dönüşü olmayan tahribatlar yaratacaktır (Tuncer, 2024). Diğer yandan turistler, kısıtlı zaman ve bütçelerini bozulmuş, tahrip olmuş ve korunamamış bir destinasyon için harcamak istemeyeceklerdir (Genç vd., 2014). Bu açıdan değerlendirildiğinde de turizmin sürdürülebilir politikalar ile desteklenmesi destinasyonun gelecek yıllarda turizm potansiyelini korumasına imkân tanıyacaktır (Dolnicar ve Leisch, 2008). Çünkü sürdürülebilirlik, yaşam kalitesinden ödün vermeden, tüketime dayalı bir toplum yapısına dönüşmeden ve toplumsal sorumlulukları benimseyerek çevreye duyarlı faaliyetlerle mümkün olmaktadır (Özmehmet, 2012).

Tabi ki de sürdürülebilir turizm sağlanırken doğa korunmalıdır. Doğa turizmi yani eko-turizm kavramı da incelenmeli ve kültürel değerlere sahip çıkılmalıdır (Acuner, 2006; Garda ve Temizel, 2016; Çelik ve Üzümcü, 2020). Bununla birlikte temel ürün olan doğanın yanı sıra yöre halkının kültürel yapısında korunması göz önüne alınmalıdır (Yalçınkaya, 2021). Yapılan araştırmalarda konu ile ilgili çalışmaların kültürel özelliklerin en önemli par-

çalarından olan yeme-içme alışkanlıklarının turizmden etkilendiğini söylemektedir ve bu kültürel özelliklerin yöresel ürünlerde korunması gereken öğeler arasında yer alınmalıdır (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017; Yüksek vd., 2019). Sürdürülebilir turizm kültür turizmi ve kültürel miras ile iç içe bir turizm modelidir (Demir, 2002; Sezgin ve Karaman, 2008; Demirbulat, 2017; Yurtsal, 2019). Sürdürülebilir turizm başlığı altında yer alan çevresel sürdürülebilir turizm, rekreasyon faaliyetleri ve turizm destinasyonlarında sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir rekabet gibi başlıklar araştırmacılar tarafından sıklıkla ele alınmıştır (Ayaş, 2007; Beyhan ve Ünügür, 2010; Emel, 2013; Açıcı vd. 2017; Gündüz, 2017).

Yöresel Yemek Kültürünün Sürdürülebilir Turizmdeki Yeri

Yöresel yemek kültürü kavramı, konu alınan bir yörenin doğal yaşamın başlangıcından itibaren yetişen bitkisel ürün çeşitliliği ve yaşayan hayvanların çeşitliliğini kapsamasının yanı sıra o yöreye yerleşen ve yörede yaşayan toplumların sosyal, kültürel, ekonomik, bilgi, tecrübe, davranış, eğitim ve yaşayış tarzlarının birleşmesi yoluyla oluşan alışkanlıkların ürün, yemek ve içeceklerle yansıtılmasının tamamıdır (Ongun vd., 2019; Polat, 2020; Oğan ve Özkaya, 2021). Başka bir deyişle; *“özel bir yöreye ait olan, o yörenin kültüründen izler taşıyan, bölgeye özgü ürünler ve adetlerin birleşimiyle ortaya çıkan, yöre pişirme tekniklerinin kullanılması ile yapılan, dini ya da milli sebeplerle de oluşabilen, yöre insanları tarafından ayrıcalıklı tutulan yemeklerin ve içeceklerin bütünü”* olarak tanımlamaktadır (Eser vd., 2010; Şengül ve Türkay, 2015). Bununla birlikte yöresel yemekler yapıldığı veya sunulduğu ilk gün itibari ile aynı şekilde servis ve sunum gibi geleneksel uygulamalara sadık kalınmalıdır. Bunun için yemeğin standart tarifine uygun hazırlanması, sunumun özgün yapılması ve doğru pazarlanması konusunda ilgililere büyük sorumluluk düşmektedir (Altunsaban vd., 2016; Ayaz ve Köse, 2022). Dolayısıyla yöresel yemekler; destinasyonun popülerliğini arttırmak, seçim oranını yükseltmek, sektörel yeni olanaklar sunmak ve sürdürülebilir kalkınma sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır (Bezirgân ve Koç, 2014).

Sürdürülebilir turizm kapsamında yöresel yemek kültürünün yeri azımsanamaz kadar çoktur. Bunun nedeni insanların ya da yöre halkının kendilerini bildikleri ilk günden itibaren bu ürünleri benimseyerek kullanıp, tüketmesidir (Biçici, 2013). Bu durum yöre halkı için ellerinde altın kadar değerli ürün ve malzemeler olmasını sağlamaktadır. Böylelikle kaliteli ürünlerle yöre halkının gelir ve refah seviyesini artırmakta, bunu koruyup, kollayıp, geliştirip

ve saklamasını öğrenerek hayat kalite ve refah seviyelerini artırmaktadırlar (Beyhan, 2004; Damdelen, 2020; Girgen ve Şah, 2020). Turistlerin taleplerini karşılamak amacıyla destinasyonlar, yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadırlar ancak turist taleplerindeki değişimlere uyum sağlamak amacıyla turistlere sunulan yöresel yemekler zaman içerisinde geleneksel formlarından uzaklaşıp bambaşka bir yapıya bürünmektedirler (Çelik, 2014). Bu nedenle, yöresel yemek kültürünün sürekliliğinin sağlanması, söz konusu kültürün gelecek nesillere aktarılması ve gastronomik faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması son derece önemlidir (Örgün ve Solunoğlu, 2020). Dolayısıyla yöresel yemek kültürünün sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Ayrıca bu kültürün gelecek nesillere aktarılması ve gastronomik faaliyetlerin sürekliliğinin sağlanması göz ardı edilmemelidir (Mankan, 2017).

KUZEY KIBRIS MUTFAĞI

Kuzey Kıbrıs mutfağı, genel olarak Akdeniz, Türk, Yunan ve Orta Doğu mutfaklarından etkilenmiş ve çoğunlukla bu mutfaklardan harmanlanarak kullanılan kendine özgün lezzetleri barındıran bir mutfaktır. Çeşitli sosyal, yöresel ve kültürel etkilerle harmanlanarak oluşmuş bu mutfakta, vazgeçilmez olan ürünler arasında zeytinyağı, peynir çeşitleri, baharatlar ve taze sebzeler yoğun olarak kullanılmaktadır (Oktay ve Güden, 2021).

Kuzey Kıbrıs bir Akdeniz ülkesi olmasından kaynaklı mutfakta kullanılan en temel malzemelerden biri zeytinyağıdır. Zeytinyağı, Kuzey Kıbrıs'ta kahvaltı, öğle ve akşam yemeklerinde, tüm pişirme şekillerinde ve çiğ olarak sevilerek tüketilmektedir. Bunun yanı sıra yöreye özgü baharatlar ve aromaları bakımından kimyon, kekik, nane, defneyaprağı gibi baharatlar, Kuzey Kıbrıs mutfağına özgü et yemeklerine lezzet katmada önemli bir mihenk taşı olmuştur (Damdelen, 2020; Girgen ve Şah, 2020). Tatlılarda ise özellikle tarçın ve karanfil gibi aroması yüksek baharatlar kullanılmaktadır. Kuzey Kıbrıs'ın dünyaca meşhur peyniri olan hellim ve yine sevilen peynirlerinden olan talar ve norda sevilerek tüketilen peynirlerdendir. Hellim mangalda ızgara yapılarak (ki mangalda erimeyen bir ürün olarak ön plana çıkmakta), kızartılarak veya sade olarak tüketilir. Köylerde yapılan ve doğal üretilen hellimler en lezzetli olanları olarak kabul edilir (Damdelen, 2020; Girgen ve Şah, 2020). Yerli üretime ve kültürel değerlere sahip çıkılması noktasında bu peynirlerin korunması ve sahip çıkılması gerekmektedir.

Genel olarak Kıbrıs halkı her ne kadar bir ada ülkesi olsa da balık ve deniz mahsülleri ikinci planda kalmaktadır. Buna rağmen kuzu eti, Kıbrıs

mutfağında temel bir et türü görülerek çoğunlukla ana yemeklerde kullanılmaktadır. Akabinde dana eti ve tavuk da kuzu etinden sonra en çok kullanılanlar arasındadır. Özellikle vazgeçilmez lezzetler arasında bulunan “*Fırın Kebabı (Kleftigo) ve Şeftali Kebabı*” popüler lezzetler arasındadır. Etler kadar önemli olan sebze bölümünde de Kıbrıs’ta doğada yetişen “*Ayrelli (Yabani Kuşkonmaz), Hostes, Yumurta otu, Kazayğı, Gağgarıt (Yabani Enginar), Kırmızı Mantar ve Gavcar Mantarı*” sevilen doğal sebzelerdir (Damdelen, 2020; Şah ve Girgen, 2020; Altun ve Elidemir, 2023; Demir vd., 2024). Diğer sebze çeşitleri ise kültürel olarak yetiştirilen “*Molohiya, Börülce, Enginar, Kıbrıs Patatesi ve Kolakas*” olarak belilebilir. Kıbrıs mutfağında yemeklik tane baklagiller de diğer tüm malzemeler kadar önemlidir. Bu ürünlerden “*Bulgur, Pirinç, Kırmızı Mercimek, Yeşil Mercimek*” vb. ürünlerin pilavları, yahnileri ve yemekleri yapılmaktadır. Bazı özel pilavlar “*Mücendra Pilavı ve Abudadar Pilavı*” olarak belirtilebilir. Bu özel mutfağın en önemli inci ise tatlılardır. Kıbrıs mutfağına ait en özel tatlılar, “*Sini Katmeri, Saç Katmeri, Şam işi, Şammali, Gullurikya, Samsı, Paluze, Üzüm Sucuğu*” şeklinde sıralanabilir. (Damdelen, 2020; Şah ve Girgen, 2020; Altun ve Elidemir, 2023; Demir vd., 2024). Bununla birlikte zengin macun çeşitleri (özellikle sunum ve pişiriliş tarzıyla Kuzey Kıbrıs’a has Ceviz Macunu) yöresel mutfak kültüründe önemli bir yere sahiptir (Ertürk, 2018). Bu kapsamda yöre mutfağının birçok farklı lezzeti bünyesinde barındırarak zengin bir mutfak kültürünün olduğunu söylemek mümkündür.

YÖNTEM ve BULGULAR

Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi seçilmiştir. Alanında uzman ve tecrübe sahibi sekiz katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış teknikte uzmanlara açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların yoruma dayalı bir şekilde bilgi ve tecrübelerini aktararak içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Kuzey Kıbrıs’ın yöresel mutfak kültürü, yöresel lezzetlerin ekonomiye katkısı, yöresel lezzetlerin korunup tanıtılması, yöresel lezzetlerin rolü, yöre mutfağının geleceği, gastronomi eğitimi ve kültürel sürdürülebilirliği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Kuzey Kıbrıs Yöresel Yemek Kültürü

Kuzey Kıbrıs mutfağı, Akdeniz’in zengin mirası ve farklı kültürel etkilerle harmanlanmış, kendine özgü bir lezzet dünyasına sahiptir. Kebab, molohiya (etle yapılan bir çeşit ot yemeği), hellim peyniri gibi yiyecekler, sadece tatlılarıyla değil, aynı zamanda adanın tarihini ve geleneklerini yansıtmalarıyla

la da dikkat çeker. Taze otlar, zeytinyağı ve yerel sebzeler mutfağın temel taşlarını oluştururken, yemek paylaşma geleneği toplumsal bağları güçlendiren önemli bir unsur olarak öne çıkar.

Adanın coğrafi konumu ve tarih boyunca farklı egemenlikler altında kalması, mutfağın çeşitlenmesine katkıda bulunmuştur. Türkiye, İngiltere ve Arap ülkelerinin mutfak kültüründen izler taşıyan Kıbrıs yemekleri, bölgenin gastronomik zenginliğini pekiştirmiştir. Her ne kadar Türkiye kadar geniş bir mutfağa sahip olunmasa da, Kıbrıs mutfağı özgün ve köklü bir yapıya sahiptir. Ancak zamanla unutulmaya yüz tutmuş bazı yöresel tarifler ve jeografik işaretlenmesi gereken ürünler, kültürel miras açısından bir tehdit oluşturmaktadır. Bu nedenle, geleneksel yemeklerin korunması ve belgelenmesi büyük önem taşımaktadır. Günümüzde gastronominin gelişimiyle birlikte, şefler ailelerinden öğrendikleri yöresel tarifleri modern sunumlarla yeniden canlandırmaktadır. Yine de bu modernizasyon sürecinde, geleneksel tariflerin özünden ve ana fikrinden uzaklaşılması gerekmektedir.

Kuzey Kıbrıs'ta Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları

Kuzey Kıbrıs'ta sürdürülebilir turizmin gelişebilmesi için yerel halkın bu konudaki farkındalığı ve tutumu büyük önem taşımaktadır. Kitle turizmi ülke tanıtımına katkı sağlayabilse de, sürdürülebilir bir model oluşturabilmek için yüksek harcama kapasitesine sahip turistleri hedef alan bir pazarlama ve tesisleşme stratejisi gerekmektedir. Ancak, mevcut turizm politikaları ve fiziksel altyapı bu gereksinimleri yeterince destekleyememektedir. Mevcut turizm uygulamaları büyük ölçüde kısa vadeli kâr odaklı olup, sürdürülebilirlik ilkeleri göz ardı edilmektedir. Doldur-boşalt modeliyle yapılan turizm faaliyetleri, ancak doğru altyapı ve planlama ile sürdürülebilir hale getirilebilir. Dünyada otantik, çevre dostu ve yerel ekonomiyi destekleyen turizm modelleri giderek daha fazla tercih edilirken, Kuzey Kıbrıs bu konuda geride kalma riski taşımaktadır. Yine de, bölge doğal ve kültürel mirasını koruyarak ekonomik kalkınmayı teşvik etmeye yönelik girişimlerde bulunmaktadır. Karpaz Yarımadası gibi doğal alanların korunması, yenilenebilir enerjinin kullanımı, kültürel mirasın yaşatılması ve yerel el sanatlarının desteklenmesi gibi adımlar bu çabaların bir parçasıdır. Ancak, sınırlı toplu taşıma, aşırı yapılaşma ve sürdürülebilir turizmin faydaları konusunda farkındalık eksikliği önemli engeller olarak öne çıkmaktadır. Başarılı ve uzun vadeli bir sürdürülebilir turizm politikası için sürekli yatırım, eğitim ve kamu-özel sektör iş birliği büyük önem taşımaktadır.

Kuzey Kıbrıs Yöresel Lezzetlerinin Ekonomiye Katkısı

Sürdürülebilir turizmin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için yerel üreticilerin desteklenmesi ve yöresel ürünlerin korunması gerekmektedir. Çiftçiler, tarımcılar ve hayvancılar yerel lezzetlerin temelini oluştururken, bu üreticilere yeterli teşvik sağlanmazsa ithalat artar ve ekonomik kaynaklar dışa sızar. Bu nedenle, turizm paydaşlarının yerel gastronomiyi destekleyen politikalar uygulaması büyük önem taşımaktadır. Örneğin, otellerde Kıbrıs'a özgü ürünlerin kullanılması zorunlu hale getirilebilir ve turist rehberleri gastronomi ve agro turizm turlarını teşvik edebilir.

Kıbrıs mutfağı, tarih boyunca çeşitli medeniyetlerin etkisiyle şekillenmiş ve bu zengin mirasını günümüze kadar taşımıştır. Ancak, ülkeye gelen turistlerin yöresel yemekleri deneyimleyebileceği yeterli mekânlar bulunmamaktadır. Oysa mutfak kültürünün korunması ve tanıtılması, sadece kültürel mirası yaşatmakla kalmaz, aynı zamanda yerel ekonomiyi destekleyerek turizmin sürdürülebilirliğini artırır. Hellim peyniri gibi ürünlerin sosyal medya aracılığıyla tanıtımı ve markalaşma konusunda çalışmaların yapılması, Kıbrıs mutfağının uluslararası bilinirliğini artırarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunabilir.

Yöresel lezzetler, sürdürülebilir turizmin ayrılmaz bir parçasıdır. Kültürel mirasın korunması, yerel halkın ekonomik refahı ve ülke tanıtımı açısından önemli bir rol oynar. Agro turizmin ve gastronomik faaliyetlerin artmasıyla, gençlere tarım, kültür ve gastronomi alanlarında yeni iş fırsatları sunulabilir. Bunun yanı sıra, devlet bütçesine katkı sağlayacak ve kumar turizmi gibi sürdürülebilirliği düşük sektörlerin olumsuz imajının önüne geçebilecek yeni bir ekonomik model oluşturulabilir.

Kıbrıs Yöresel Lezzetlerinin Sürdürülebilirlik Kapsamında Korunması

Kuzey Kıbrıs'ta sürdürülebilir turizmin gelişimi için yöresel lezzetlerin korunması, tanıtılması ve ekonomik değerinin artırılması büyük önem taşımaktadır. Yerel ürünlerin üretimini teşvik etmek, ithalatı azaltarak yerel ekonomiyi güçlendirebilir. Örneğin, portakal bahçelerinin korunması için otellerin her turiste taze sıkılmış portakal suyu ikram etmesi zorunlu hale getirilebilir. Ayrıca, festival organizasyonlarının daha planlı olması, eğitim ve tanıtım çalışmalarıyla desteklenmesi gerekmektedir.

Sosyal medya gibi dijital platformlar, yöresel yemek kültürünü tanıtmak için en etkili araçlardan biridir. İşletmeler, modern sunum teknikle-

riyle geleneksel tatları daha cazip hale getirebilir ve gastronomi turizmini canlandırabilir. Bu doğrultuda geleneksel yemek festivalleri düzenlenmeli, üniversiteler, işletmeler ve sivil toplum kuruluşları ortak projelerle gastronomi turizminin sürdürülebilirliğini sağlamalıdır. Yöresel yemeklerin standart reçetelere kavuşturulması, kullanılan ürünlerin coğrafi işaretli olması ve bölgesel markalaşmanın teşvik edilmesi gerekmektedir. Gastronomi bölümlerinde Kıbrıs mutfağı zorunlu ders olarak okutulmalı, farkındalık projeleri desteklenmeli ve yerel üreticilere yönelik teşvikler artırılmalıdır. Coğrafi işaretleme ve patent süreçleri başlatılarak yöresel lezzetlerin uluslararası pazarda tanınırlığı artırılmalı, böylece hem kültürel miras korunmalı hem de yerel ekonomi desteklenmelidir.

Kıbrıs Mutfağının Geleceğinde Eğitim ve Kültürel Sürdürülebilirlik

Kuzey Kıbrıs'ta gastronomi eğitimi yaygınlaşsa da Kıbrıs mutfağına yeterince yer verilmemektedir. Bu nedenle hem orta öğretim hem de yükseköğretim düzeylerinde Kıbrıs mutfağı zorunlu ders olarak müfredata eklenmelidir. Özellikle ilkokuldan liseye kadar kültür derslerine Kıbrıs mutfağı dâhil edilmelidir. Bu sayede Kıbrıs mutfağı ilk olarak yerli halktan başlayarak öğretilmelidir. Bölgeye eğitim amacıyla gelen yabancı öğrencilere de adanın yöresel lezzetleri mutlaka tanıtılmalıdır. Ayrıca kantinler, kafeler, restoranlar olmak üzere uygun fiyatlı yerel yemek seçenekleri sunulmalıdır.

Turizmin sürdürülebilirliği için mutfak kültürünün korunması ve aktarılması şarttır. Aşçılık ve gastronomi eğitimi alan bireyler donanımlı bir şekilde yetiştirildiğinde, yöresel yemeklerin hazırlanması, sunulması ve tanıtılması daha etkili olacaktır. Yükseköğretim kurumları, medya ve festivaller gibi platformlar bu farkındalığın artırılmasına katkı sağlayabilir. Kıbrıs mutfağını turizmle daha güçlü entegre etmek, kültürel mirası korurken yerel ekonomiye de büyük destek sağlayacaktır.

SONUÇ

Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemine vurgu yapmak isteyen bu çalışmada, araştırmacılar literatür taraması yöntemini kullanmıştır. “Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürü”, gezilecek konunun albenisini ve turizm açısından potansiyelini yükseltmek esas faktörlerinden olduğu ortaya çıkmıştır. Kuzey Kıbrıs örneğinde yapılan çalışmada, bir yörenin yemek kültürü değerleri, tarihi ve kültürel ahengin korunmasına, tu-

rizmin sürdürülebilir bir gelişime katkıda bulunmasını sağlamaktır. Yöresel yemeklerin ve bu yemeklerde kullanılan ürünlerin yerel ve kültürel unsurlara bağlı olarak hazırlanması ve servisi, ziyaretçiler için özel ve inanılmaz bir tecrübe yaşatmakta, yörenin albenisini arttırmaktadır. Molehiya, Mücendra Pilavı, Hellim, Fırın Kebabı ve Şeftali Kebabı gibi bilinen meşhur lezzetlerle birlikte, doğada bulunan bitki ve sebzelerin de kullanılması, Kuzey Kıbrıs'ın yöresel gastronomisinin ne derece zengin ve çeşitliliğini yansıtan ve bunu geleceğe aktarılan bir miras olmasını sağlayacaktır. Sürdürülebilir turizmin doğru şekilde başarısı için, yöreye özgü yemek kültürünün korunması ve gelecek nesillere doğru ve bilinçli şekilde aktarılmasıyla olmalıdır. Bölge halkının kendi yöresel mirasını devamını geleceğe aktarmak için bazı tedbirleri alması ve yöreye özgü lezzetlerin korunması son derece önemlidir. Bu süreklilikte, yöre halkının ekonomik refahını artıran ve kültürel mirası sakınan politikaların doğru şekilde uygulanması gereklidir.

Sonuç olarak gastronomi turizmi kapsamında yöresel kimliği koruyarak ve kültürel mirası yaşatarak yörenin ekonomik ve sosyal iyileşmesi önemli bir etkidir. Kuzey Kıbrıs örneğinde yöresel mutfak zengin yöresel yemek kültürünü korumak ve geleceğe nesillere taşıma çabaları, turizmde sürdürülebilirlik ve yöresel kalkınmanın en önemli kısımlarından birisi olarak ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Acuner, Ş. A. (2006). Turizmde sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde alternatif turizm türlerinin yeri. *Verimlilik Dergisi*, (4), 1-12.
- Açııcı, F.K., Ertaş, Ş., & Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir turizm: Kültür turizmi ve kültürel miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Altun, Ö., & Elidemir, S.N. (2023). Kıbrıs meyhane lezzetlerinin gastronomi turizmi bağlamında incelenmesi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(3), 410-426.
- Altunsaban, S., Yay, Ö., & Erdem, Ö. (2016). Yöresel mutfak kavramına ilişkin şeflerin bakış açılarının değerlendirilmesi (Antalya örneği). II. Rize Turizm Sempozyumu, Rize, Türkiye, 4 - 06 Kasım 2016, 237-261.
- Ayaş, N. (2007). Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 59-69.
- Ayaz, N., & Köse, Y. (2022). Turizm işletmesi yöneticilerinin yöresel yemek beklentisi üzerine nitel araştırma: Bartın ili örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 187-198.
- Beyhan, Ş.G. (2004). *Kültürel süreklilik ve çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik kavramsal modeli: Pamukkale örneği* (Doktora tezi). Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

- Beyhan, Ş.G., & Ünügür, S.M. (2010). Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İTÜ Dergisi/a*, 4(2), 79-87
- Bezirgan, M., & Koç, F. (2014). Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda adası örneği. *Journal of International Social Research*, 7(34), 917-928.
- Biçici, F. (2013). Datça yerel halkının sürdürülebilir turizm gelişimine ve turizm işletmelerine yönelik tutumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 10(1), 19-35.
- Çavuşoğlu, M. (2023). Yöresel cittaslow şehir lezzetlerinin gastronomi turizmi açısından önemi: Kuzey Kıbrıs örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(2), 407-418.
- Çelik, N. (2014). *Sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebi üzerine etkileri: Muğla örneği* (Yükseklisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Çelik, A., & Üzümcü, T. P. (2020). Sürdürülebilir eko-turizm destinasyonları olarak sulak alanlar: Uluabat Gölü. *ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8(2), 335-346.
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi ve Hatay mutfağı örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Damdelen, A. (2020). *Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi: kuzey kıbrıs örneği* (Master's thesis), Doğu Akdeniz Üniversitesi, Lefkoşe.
- Demir, C. (2002). Milli parklarda sürdürülebilirlik kavramının turizm ve rekreasyon faaliyetleri açısından analizi: Türkiye'deki milli parklara yönelik bir uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(8), 87-105.
- Demir, A., Altun, Ö., Girgen, M.Ü. & Elidemir, S.N. (2024). Stated preferences for consumption of garavolli from the meyhane managers' point of view. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 7(2), 598-608.
- Demirbulat, Ö.G., & Dinç, N.T. (2017). Sürdürülebilir turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 20-30.
- Emel, C. (2013). Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir turizmin sürdürülebilir rekabet açısından değerlendirilmesi. *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, (4), 23-40.
- Dolnicar, S., & Leisch, F. (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism management*, 29(4), 672-680.
- Er, Ö., & Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel mirasın sürdürülebilir turizm ürünü çeşidi olarak değerlendirilmesi: Edirne örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 17(2), 95-111.
- Ertürk, M. (2018). Kıbrıs Türk Mutfağı'nda Macunlar. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 6(2), 317-333.
- Esen, M. K. (2022). Yöresel lezzetlerin gastronomi turizmi açısından önemi: Türkiye'deki helvalar. *Aydın Gastronomy*, 6(2), 283-294.

- Eser, S., Dalgin, T., & Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Garda, B., & Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir turizm çeşitleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (12), 83-103.
- Genç, K., Atay, L., & Eryaman, M. (2014). Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 49-61.
- Girgen, M.Ü., & Şah, M. (2020). Kuzey Kıbrıs'a ait geçmişten günümüze geleneksel mutfak kültürü üzerine bir çalışma, (376). ECLSS Proceedings Book ECLSS, CSU.
- Gökbulut, B., & Yeniasır, M. (2021). Kıbrıs Türk yemek kültürünün değişimi üzerine bir inceleme. *Uluslararası Uygur Araştırmaları Dergisi*, (18), 42-61.
- Gündüz, H. (2017). Yerel halkın gözüyle turizmde sürdürülebilirlik: Golf turizm örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 18-36.
- İlban, M.O., Gümrükçü, S., & Yıldız, N. (2023). Sürdürülebilir turizm çalışmalarında sorumlu turizm. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 7(1), 201-210.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik turizm ve sürdürülebilir kırsal kalkınma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(1), 11-29.
- Kuşcuoğlu, G.Ö., & Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 58-67.
- Mankan, E. (2017). Destinasyon pazarlamasında çekici bir faktör olarak türkiye'ki gastronomi müzeleri örneği. *Electronic Turkish Studies*, 12(4), 641-654.
- Oğan, Y., & Özkaya, F. (2021). Artvin ilindeki yiyecek ve içecek işletmelerinde yöresel yemekler. *Tourism and Recreation*, 3(1), 85-92.
- Ongun, U., İnanır, A., & Kılınç, O. (2019). Yöresel yemek kültürünün kırsal ve kültür turizmi açısından değerlendirilmesi: Ağlasun ilçesi örneği. In *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium* (170-180).
- Özmehmet, E. (2012). Dünyada ve Türkiye sürdürülebilir turizm yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3, 1853-1876.
- Örgün, E., Solunoğlu, S., & Solunoğlu, A. (2020). Yerel mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(Special Issue 4), 622-632.
- Polat, M. (2020). Yöresel yemek imajının destinasyon tercihine etkisi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(43), 183-194.
- Şen, H., Kaya, A., & Alpaslan, B. (2018). Sürdürülebilirlik üzerine tarihsel ve güncel bir perspektif. *Ekonomik Yaklaşım*, 29(107), 1-47.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü mudurnu örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.

- Sezgin, M., & Karaman, A. (2008). Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimive pazarlamasi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.
- Şimşek, A., Türkmenbaş, T., & Türkmenbaş, Z. (2017). Unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin turizm potansiyeli sağlamadaki önemi: Sivas ili örneği. *Uluslararası Kültürel Miras ve Turizm Kongresi*, 737-746.
- Süzer, Ö., & Doğdubay, M. (2022). Sürdürülebilir turizm hareketliliğinde yerel gıdaların önemi ve rekabet avantajı (Kavramsal Bir Analiz). *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 255-269.
- Tuncer, M. (2024). Sürdürülebilir turizm imkânlarının değerlendirilmesine yönelik Aksaray İlinde bir araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 51(51), 126-138.
- Yalçınkaya, N.M. (2021). Adana İli-Kozan ilçesinin ekoturizm potansiyelinin sürdürülebilir turizm yaklaşımıyla araştırılması. *Turkish Journal of Forest Science*, 5(2), 478-495.
- Yavuz, E. (2022). *Sürdürülebilir turizm kapsamında yöresel yemek sunumunun destinasyon pazarlamasındaki rolü: Safranbolu konakları örneği* (Yükseklisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Yurtsal, K. (2019). Türkiye’de sürdürülebilir turizm. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (4), 61-70.
- Yüksek, G., Dinçer, F.İ., & Dinçer, M.Z. (2019). Seyitgazi ilçesi paydaşlarının sürdürülebilir turizm farkındalıkları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 107-121.

TÜRK MUTFAĞINDA GASTRONOMİK BİR LEZZET MİRASI: TOKAT KEBABI

Sinan KESKİN*

Ercan POLAT**

GİRİŞ

Gastronomi, beslenme ihtiyacını karşılamasının yanı sıra bir toplumun kültürel mirasını, yaşam tarzını ve tarihsel birikimini yansıtan önemli bir unsurdur. Anadolu coğrafyası, gastronomi açısından zengin kültür mozaïği içerisinde bulundurmaktadır. Anadolu'nun önemli yerleşim yerlerinden biri olan Tokat ili tarihi geçmişı ile farklı medeniyete ev sahipliğı yapmıştır. Bu farklılıkları yöre gastronomisine de yansıtmıştır. Tokat ili İpek Yolu üzerindeki stratejik konumu ve coğrafik konumuyla da gastronomi kültürünü zenginleştiren temel öğeleri barındırmaktadır (Yıldız ve Yılmaz, 2020). Yörede kültürel etkileşimin geçmişten günümüze kadar aktarımları içerisinde coğrafi işaretli gastronomik bir ürün olan "*Tokat Kebabı*" yer almaktadır.

Tokat Kebabının kuşaktan kuşağı nasıl korunduğı, geçmişten günümüze kadar gelen ve modern mutfaklara aktarımı önemli konular arasındadır. Tokat Kebabı, Osmanlı döneminden itibaren yapılan adından da anlaşılacağı üzere Tokat'a özgü bir yemektir. Bu kebab yalnızca etli bir yemek türü gibi görünse de, gerçekçe bir kültürün özünü oluşturmaktadır. Çünkü Tokat Kebabı, yörenin coğrafyası, tarihi ve sosyal dokusunu yansıtan önemli bir

* Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, sinan.keskin@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8054-5358

** Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı, ercan.polat@gop.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2587-93

kültürel hazinedir. Coğrafi olarak yöreye özgü farklı besin kaynaklarının birleşimi ile seçilen kuzu eti, taze patlıcan, domates, patates, biberi, sarımsak ve baharatlarla hazırlanan ve lavaş ekmeğiyle sunulan Tokat Kebabı, Tokat'ın gastronomi kimliğinin ayrılmaz bir parçasıdır(Sağır,2020). Dolayısıyla Tokat Kebabı lezzetin coğrafya ve kültürle bir araya geldiği bu yolculukta, yöreye özgü gastronomik bir lezzet mirası özelliği taşıyan bir öğenin keşfedilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda önemli bir lezzet mirası olan Tokat Kebabının tarihsel aktarımı, bölgesel olarak malzeme özellikleri, geleneksel pişirme yöntemi ve yöre halkı için taşıdığı sosyo-kültürel anlamı gastronomik açıdan derinlemesine incelenmektedir.

TOKAT ve GASTRONOMİ

Turizm, Sürdürülebilirlik ve Coğrafi İşaret

Turizm, insanların yaşadıkları bölgelerden ayrılarak başka bir bölgeye gitmeleri ve burada konaklama yeme içme dinlenme, eğlence olarak zaman geçirmesi olarak tanımlanmaktadır (IRTS, 2010). Bu süreçte gelişen turizm sektörü, tarihsel bir perspektiften incelendiğinde, Avrupa ve Avrupa Birliği ülkelerinin bu alandaki merkez konumunu ortaya koymaktadır (Emekli, 2005). Turizm sektörü, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen alanlarından biri olmasına rağmen, kontrolsüz bir şekilde gelişmesi doğal kaynaklar üzerinde ciddi bir baskı yaratmaktadır. Sürdürülebilir turizm ise bu olumsuz etkileri azaltarak, turizmin uzun vadede çevre dostu ve yaşanabilir olmasını sağlamayı amaçlamaktadır.

Turizm sektörü, topluma önemli katkılar sunan, istihdam yaratan ve yerel ekonomiyi güçlendiren bir alan olarak, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramlarının önemini vurgulamaktadır (Kızırmak ve Keskin, 2015). Ancak turizm etkinlikleri, ekonomik faydalarının yanı sıra çevresel zararların da yaşanmasına neden olmuş ve bu durum, dikkatlerin doğaya ve kültürel değerlere yönelmesini sağlamıştır (Mızrak vd., 2017). Sürdürülebilir turizm devamlılığını sağlayacak yatırımların ve girişimlerle devamı sağlanacaktır. Bu turistik ürünün devamının sağlanmasında doğayla bütünleşmiş yöresel ürünlerle o yöreye ait çevreyle dost olan ürünlerin sürdürülebilirliği sağlanmalıdır. Sürdürülebilir turizm, yalnızca ekolojik korumayı değil, aynı zamanda uzun vadeli ekonomik kazançlar ile sosyal ve kültürel kalkınmada dengeyi sağlamayı hedefleyen bir yaklaşımdır (Gülhan, 2007). Bunun yanı sıra, turizmin tüm çeşitlerindeki koruma ile dengeli kullanımını gözeterek, sürdürülebilir bir yararlanma sağlamayı amaçlamaktadır (Esen, 2015;

Yedigöz, 2017). Sürdürülebilir turizmin içerisinde insanları o bölgeye çeken unsurların başında gelen yeme içme faaliyeti yöresel gastronomiyi ön plana çıkarmıştır. Onaran (2014) ise, Latince kökenli “*sustinere*” terimine dayanan sürdürülebilirlik kelimesinin sürdürmek ve devam ettirmek anlamlarında kullanıldığını ifade etmiştir. Sürdürülebilir turizm, çevresel bütünlüğü korurken, yerel kültürleri destekleyen ve ekonomik fayda sağlayan bir turizm anlayışıdır. Bu makalede, sürdürülebilir turizmin temel ilkeleri, dünyadan ve Türkiye’den başarılı uygulama örnekleri ve geleceğe yönelik öneriler ele alınmıştır. İklim değişikliği, aşırı turizm ve kültürel erozyon gibi küresel sorunlar karşısında sürdürülebilir turizm modellerinin önemi vurgulanmıştır.

Coğrafi işaretlerle ilgili ilk yasal düzenleme, 1992 yılında Avrupa Birliği tarafından hayata geçirilmiştir. Bu düzenlemenin amacı, coğrafi işaretle tanınan ürünlerin diğer ürünlerden ayırt edici özelliklere sahip olmasını sağlamak ve bu ürünlerin korunmasını temin etmektir. Bu hedefe ulaşmak için coğrafi işaret sicil kaydı oluşturulmuştur (Orhan, 2010). Coğrafi işaret kavramı “belirli bir coğrafi kökeni olan ve bu kökeninden kaynaklanan belirli niteliklere veya üne sahip olan mallar için kullanılan bir işaret” olarak tanımlanmaktadır (Çekiç vd., 2023). Coğrafi işaret sistemi içerisinde gastronomik ürünler önemli bir yer tutmaktadır, öyle ki coğrafi işaretli ürünlerin yaklaşık %80’inin gastronomik ürünler oluşturmaktadır (Oğan ve Büyükyılmaz, 2020). Coğrafi işaret sisteminde hem üreticiyi korumak hem de tüketiciyi bilinçlendirmek amacı bulunmaktadır. Dolayısıyla coğrafi işaret sisteminin turizm, sürdürülebilirlik ve gastronomi açısından önem taşıdığı söylenebilir.

Gastronomi Turizmi ve Türk Mutfağı

Gastronomi kelimesi, Antik Yunan’daki “*gaster*” (mide) ve “*nomos*” (yasa) terimlerinin birleşiminden türetilmiştir (Özdemir ve Altın, 2019). Türk Dil Kurumu (2022), gastronomiyi “*yemeği iyi yeme merakı*” ve “*sağlıklı, düzenli ve lezzetli mutfak ve yeme düzeni*” olarak tanımlamaktadır (Samancı, 2020). Kivela ve Crofts (2005) gastronomiyi “*yiyecekleri seçme, hazırlama, sunma ve bu yiyeceklerden keyif alma sanatı*” olarak ifade etmektedir. Her iki tanım da anlaşılacağı üzere gastronominin hem damak hem de göz zevkine hitap eden yönlerine vurgu yapılmaktadır. Gastronomi, yiyeceklerin tarihsel gelişimini inceleyen, geçmişini günümüze taşıyan ve modern koşullar altında sanatsal ve bilimsel yöntemlerle ifade eden bir disiplin olarak dikkati çekmektedir (Belpınar, 2014). Gastronomi ile miras ve turizm kavramları arasında güçlü bir bağlantı bulunmaktadır. Gastronomi unsurlarının bir kültürel mi-

ras olarak kabul edilmesi ve sürdürülebilir bir şekilde korunması, turist deneyimlerinin daha kaliteli hale gelmesine katkı sunacaktır (Westering, 1999). Destinasyonların, diğerlerinden ayırt edici bir gastronomi kimliği oluşturmaması; mevcut gastronomi mirasının bilinçli bir biçimde korunup geliştirilmesi ile mümkündür. Bu unsurlar, bölgenin çekiciliğini artırarak ekonomik kazanç elde etmeye de yardımcı olmaktadır (Fox, 2007; Nilsson, 2011).

Turizm faaliyetleri açısından turistlerin tercih ve eğilimlerindeki farklılıklar, alternatif turizm seçeneklerini kaçınılmaz hale getirmiştir (Emekli, 2006). Gastronomi turizmi de alternatif turizm arayışlarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Gastronomi turizmi, bir yörenin kültürel mirasını korumakta iken o yöre için ekonomik açıdan kalkınma sağlayabileceği önemli bir alan olarak görülmelidir. Gastronomi turizmi, insanların farklı yiyecek ve içecekleri tatma, üretim süreçlerini gözlemleme ve çeşitli kültürlerin mutfak geleneklerini öğrenme isteğiyle yapılan bir seyahat ve konaklama deneyimi olarak tanımlanabilir. Bu tür seyahatler, belirli bir bölgeyi, bir yiyecek-içecek işletmesini veya bir festivali hedef alabileceği gibi, daha özel bir bağlamda bir şefin yemeklerinin tadımına da odaklanabilir. Özetle, gastronomi turizmi, insanların yiyeceklerle ilgili deneyimlerini ve keşiflerini ifade eden zengin bir kavramdır (Karim ve Chi, 2010).

Mutfak kültürü, yaşanan değişimler ve gelişmelerle birlikte yeme içme alışkanlıklarını da dönüştürmüştür. Artık yemek yemek, sadece tokluk hissi elde etme amacı taşımamaktadır. Bunun yerine organik ve farklı sunum teknikleriyle hazırlanan yemeklere olan ilgi artmaktadır. Gastronomi kavramının hayatımıza girmesi, işte bu değişimin bir sonucudur. Mutfakta yer alan her aşama, ön hazırlık, pişirme teknikleri ve tabaklama biçimleri, renk, karbonhidrat ve ana ürün ile garnitürlerin dengesi; bu unsurlar bir bütün olarak “*sanat*” olarak tanımlanmakta ve gastronomi kavramıyla hayatımıza dâhil olmaktadır (Sarıışık, 2019). Toplumlar, kendilerine özgü kültürel değerlerle, yaşam tarzlarıyla ve yeme içme alışkanlıklarıyla şekillenmektedir. Türk toplumunun yemek çeşitleri, lezzetleri ve özellikleri, diğer topluluklardan belirgin bir şekilde ayrılmaktadır (Tezcan, 1997). Türk mutfağında beslenme kültürü, oldukça zengin ve gelişmiştir. Ayrıca, beslenme konusunu tıbbi bilgilerle birleştirerek insan bedeni ve sağlığı için uygun yiyecek ve içecekler hakkında aydınlatıcı eserler de kaleme almışlardır. Özellikle İslamiyet’le birlikte helal beslenme ilkelerine büyük bir özen göstermişlerdir. Türk mutfağında yeme içme, sosyal yaşamda önemli bir yer tutması, Orta Asya’dan günümüze kadar süreklilik göstermiştir. Türk mutfağı, tarihsel süreçteki göçler,

coğrafi çeşitlilik ve kültürlerarası etkileşimlerle zenginleşmiş, dünyanın en köklü ve özgün mutfak geleneklerinden biridir. Yemek çeşitliliği, pişirme teknikleri ve sunum özellikleriyle diğer topluluklardan belirgin şekilde ayrılan Türk mutfağı, bir kültür mirası olarak kabul edilir(Sagır,2020). Türk mutfağı, yalnızca bir beslenme aracı değil, aynı zamanda kültürel kimliğin taşıyıcısıdır. Coğrafi çeşitlilik, tarihsel derinlik ve sosyal ritüellerle harmanlanan bu mutfak, dünya gastronomisinde özel bir konuma sahiptir. Türk mutfağı, yalnızca bir beslenme biçimi değil, aynı zamanda kültürel kimliğin bir yansımasıdır. Dolayısıyla coğrafi çeşitlilik, tarihsel derinlik ve sosyal yaşamla iç içe geçen Türk mutfağının dünya gastronomisinde önemli bir yere sahiptir.

Türkiye, zengin mutfak kültürüyle son yıllarda gastronomi turizminin önemli merkezlerinden biri haline gelmiştir. Türk mutfağının gastronomi turizmi açısından potansiyeli ve bu alandaki gelişim fırsatları değerlendirilmelidir. Bu bağlamda yeme-içme kültürü açısından zengin bir mirasa sahip olan Türk mutfağında gastronomi turizmini daha da öne çıkarabilmek için seminerler, konferanslar, reklam kampanyaları, festivaller ve diğer kültürel organizasyonlar gibi çeşitli tanıtım faaliyetleri düzenlenmelidir. Bu tür etkinliklerin başarılı bir şekilde hayata geçirilmesi, Türkiye'nin eşsiz gastronomik lezzetlerini dünya ile buluşturarak, gastronomi turizminin yaratacağı yeni iş fırsatlarına kapı aralaması ve ülke ekonomisi ile turizm gelirlerine önemli katkılarda bulunması hedeflenmektedir. Türkiye'nin gastronomi turizmini bir marka haline getirebilmesi için, bu etkinliklerin ve tanıtımların gerçekleştirilmesinde bakanlıklar, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, turizm işletmeleri ve ilgili derneklerin iş birliği büyük bir önem taşımaktadır. Dolayısıyla Türk mutfağının aidiyeti ve tanıtılması, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması açısından son derece değerlidir.

Tokat İli ve Mutfağı

Tokat, Orta Karadeniz'de yer alan iller arasında, tarihle bütünleşen ve kültürel özellikleri günümüze kadar devam ettiren iller arasında yer almaktadır. Tokat ilinin kuzeyinde Samsun, kuzeydoğusunda Ordu, güneyinde Sivas, güneybatısında Yozgat ve batısında Amasya illeri bulunmaktadır (Tablo 1). İlin bulunduğu bölge uzun yıllar boyunca önemli bir yerleşim merkezi olmuş ve Yeşilırmak Vadisi güzergâhında yerleşim olarak tercih edilmiştir. Tokat 1923'te il olduktan sonra ilçe olarak, Erbaa'nın Niksar'ın, Reşadiye'nin ve Zile'nin ilçe olarak kurulması kararlaştırılmıştır. Daha sonra 1943'te Taşova'nın, 1944'te Artova'nın ve Turhal'ın, 1954'te Almus'un,

1987’de Pazar’ın ve Yeşilyurt, Sulusaray’ın ve Başçiftlik’in ilçe onayları yapılmıştır oluşturulmuştur. Taşova ilçesi daha sonra 1953 yılında Amasya ili-ne bağlandı. 2023 yılı nüfus sayımına göre ilin nüfusu 596.454 ‘tür (Tokat Valiliği, 2025).

Tablo 1. Tokat ili beşeri bilgileri

Tokat İli	
İlçe Sayısı: 11	
Belediye Sayısı: 38	
Belde Sayısı: 26	
Köy Sayısı: 616	
Nüfus: 596.454	

Kaynak: Tokat Valiliği, 2025; Coğrafya Harita, 2025

Tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış bir kent olan Tokat ili, zengin ve çeşitli bir kültürel yapıya sahiptir. Hititlerden günümüz tarihine kadar burada yaşamış olan tüm uygarlıkların izlerini görmek mümkündür. Anadolu’nun tarihi İpek Yolu güzergâhında yer alması da binlerce yıllık mutfak kültürüyle gastronomi turizmi için önemli bir merkez olma potansiyeli taşımaktadır.

Geleneksel Tokat evlerinin en dikkat çekici özelliklerinden biri, geniş odalarından birinin mutfak olarak kullanılmasıdır. Bu mutfak, halk arasında “işevi” veya “akşana” olarak adlandırılmaktadır. Evlerin zemini bal peteğini andıran kiremit tuğlalarla kaplanmıştır. Evin bir bölümün de yemek pişirmek için ocak yer alırken, diğer bir köşede ise kurutulmuş gıdalar, konserve, salçalar ve peynirlerin saklandığı bir kiler yer alır. Ayrıca, kuru baklagiller ve tahılların işlendiği bölmeli bir ambar da mevcuttur. Bağ evlerinde ise kebab fırınları ve üzüm suyunun işlenip şıra haline getirildiği “şirehane” gibi unsurlar, geleneksel Tokat mutfağının özgün niteliklerini yansıtır. Günümüzde Tokat’ta yemekler genellikle yer sofrasında servis edilmektedir ve mutfak, kalabalık ailelerin oturma odası olarak da kullanılmaktadır (Tokat Evleri, 2025).

Tokat tarihsel açıdan önemli bir şehir olmasının yanı sıra yemek kültürü ile lezzetli bir mutfığa sahiptir. İlin yer aldığı bölgedeki verimli toprakları, yöre mutfağının zenginliğini sağlayan en önemli unsurlardandır. Yöre mut-

fağında öne çıkan lezzetler; Tokat Kebabı, etli dolma, bakla dolması, keşkek, gendüme çorbası, bacaklı çorba, cevizli çörek ve bezli sucuk olarak sıralanabilir. Tokat mutfağında asma yaprağı yaygın bir şekilde kullanılır ve farklı tariflerle zenginleşir. Zile pekmezi ve cevizli şeker sucuğu, Tokat yöresinin vazgeçilmez tatları arasında yer alır. Tokat mutfağı, pastırması ve “*elbiseli sucuğu*” ile de tanınır ve hamur işlerine de özel bir önem verir. Tokat halkının sofralarında mutlaka bulunduracağı yemekler arasında evelik, madımak ve nivik gibi ürünler, pilav, çorba ve kavurma yer alır. Yöreye özgü hamur işlerinde en çok tercih edilen “çökelikli” adı verilen bir börek bulunmaktadır. Bu börek, sac üzerinde pişirilir ve pide formundadır (Yaylacı ve Mertol, 2021). Bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan Tokat Kebabı ise yöreye ait kuzu eti, taze patlıcan, domates, patates, biberi, sarımsak ve baharatlarla hazırlanan ve lavaş ekmeğiyle sunulan en karakteristik ürünleri arasındadır.

TOKAT KEBABI

Tokat İlinin Gastronomik Değeri ve Tokat Kebabı

Tokat mutfağının zenginliği, verimli toprakların sunduğu bereketle şekillenmektedir. Tokat halkı, bu değerlerinin bilincinde yöresel lezzetlerine sahip çıkmaktadır. Bu bilinç, Tokat’ın en meşhur lezzeti olan Tokat Kebabının tarifini verirken kendini göstermektedir. Yöreye özgü domates, biber ve patlıcan gibi taze sebzelerle kuzu etinin muhteşem uyumunu bir araya getiren bu gastronomik şaheser olarak nitelendirilebilmektedir. Ancak Tokat Kebabının yanı sıra Tokat ili önemli bir gastronomi potansiyeline sahiptir. Yörenin gastronomi potansiyelini değerlendirebilmek adına coğrafi işaretli ürünleri Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Tokat ilinin coğrafi işaretli ürünleri

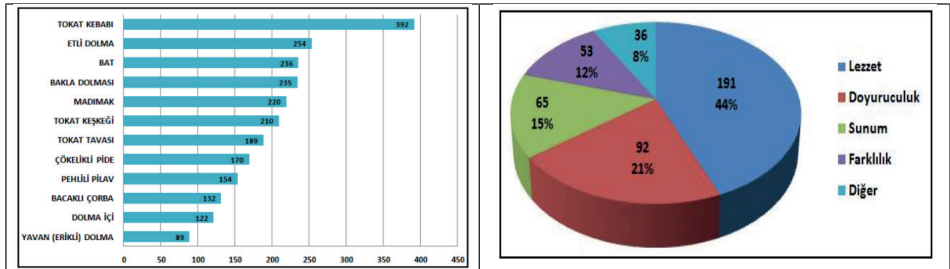
Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Tarihi	Türü	Durumu
Erbaa Katmeri	2.08.2022	Mahreç İşareti	Tescilli
Erbaa Narince Bağ Yaprığı	23.06.2016	Menşe Adı	Tescilli
Mis Zambak Kolonyası	20.02.2024	Menşe Adı	Başvuru
Niksar Cevizi	17.05.2011	Menşe Adı	Tescilli
Reşadiye Hamam Kesesi	2.02.2022	Mahreç İşareti	Tescilli
Reşadiye Kırmızı Pezik Turşusu	3.02.2022	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Aynalı Çarık	23.06.2023	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Ayçiçek Balı	2.10.2024	Mahreç İşareti	Başvuru
Tokat Bakla Dolması	14.01.2025	Mahreç İşareti	Başvuru
Tokat Bez Sucuk	27.06.2018	Mahreç İşareti	Tescilli

Tokat Biberi	7.08.2024	Menşe Adı	Başvuru
Tokat Bileziği / Mengil Kolluğu	3.03.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Dive Dokuma	2.08.2023	Mahreç İşareti	Başvuru
Tokat Ekmeği	4.05.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Erikli Yavan Dolma	14.01.2025	Mahreç İşareti	Başvuru
Tokat Honçası	3.03.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Karayaka Kuzu Eti	18.04.2022	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Kebabı	26.08.2013	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Kızık Kilimi	14.06.2023	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Narince Salamura Asma Yapağı	10.07.2017	Menşe Adı	Tescilli
Tokat Narince Üzümlü	7.08.2024	Menşe Adı	Başvuru
Tokat Perpereli Küpesi / Tokat PırpırlıKüpesi	3.03.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Yassı Soğanı	7.08.2024	Menşe Adı	Başvuru
Tokat Yazması	1.11.2017	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Yağlısı	4.05.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Yeşilyurt Kocabaş Tatlısı	10.05.2022	Mahreç İşareti	Başvuru
Tokat Çöreği	4.05.2021	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat Üzümlü Tarhanası	15.03.2023	Mahreç İşareti	Tescilli
Tokat İğne Oyaları	28.03.2024	Mahreç İşareti	Başvuru
Turhal Yoğurtmacı	31.07.2012	Mahreç İşareti	Tescilli
Zile Beji Mermeri	8.11.2019	Menşe Adı	Tescilli
Zile Kömesi	14.03.2014	Mahreç İşareti	Tescilli
Zile Pekmezi	20.10.2006	Mahreç İşareti	Tescilli

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, (2025)

Tablo 2' de gösterildiği üzere, Tokat ilinin önemli bir gastronomi potansiyeli bulunmaktadır. Yörenin en karakteristik ürünlerinden biri olan Tokat Kebabı, 2023 yılında Türk Patent ve Marka Kurumundan Tokat ilinde 4. Tescil ürünü olarak almıştır. Arslan ve arkadaşlarının (2021) Tokat ili özelinde yaptıkları çalışmada, yöreyi ziyaret edenlerin yiyecek tercihleri ve yiyecekleri tercihindeki özelliklere ilişkin bulgular Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Tokat ilini ziyaret edenlerin yöresel yiyecek tercihi ve tercih edilen özellikler



Tablo 3’te Tokat ziyaretinizde hangi yöresel yemekleri tercih ettiğinizi sorusu katılımcıların verdikleri cevapların yüzdelik dağılımı şu şekildedir: Katılımcılara bu soruda birden fazla seçenek işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Araştırmaya katılanlar arasında en yüksek tercih edilen yemek, 392 kişiyle Tokat Kebabı olmuştur. Bunu sırasıyla Etli Dolma (254 kişi), Bat (236 kişi), Bakla Dolması (235 kişi) ve Madımak (220 kişi) takip etmiştir. Tokat Kebabının diğer yöresel yemekler arasında bu denli öne çıkması, aslında pek de şaşırtıcı değil. Bu durumun en önemli nedeni, coğrafi işaretle tescillenen Tokat Kebabının ülke genelinde kazandığı ulusal ündür (Arslan vd., 2021). “Tokat ziyaretinizde yöresel yemeklerde beğendiğiniz özellik nedir?” sorusuna katılımcıların verdiği cevapların yüzdelik dağılımları aşağıdaki gibidir. Araştırmaya katılanların büyük bir kısmı, Tokat’ın yöresel yemeklerinin öncelikle lezzetli olduğunu (n=191; %44) belirtmiştir. İkinci sırada ise yemeklerin doyuruculuğu gelmektedir; katılımcıların önemli bir bölümü (n=92; %21) Tokat yemeklerini doyurucu bulmuştur. Ayrıca, katılımcıların dikkate değer bir oranı (n=65; %15) Tokat yemeklerinin sunumunu da beğendiğini ifade etmiştir (Arslan vd., 2021).

Tokat Kebabının Tarihçesi ve Kökeni

Tokat kebabı, Türk mutfağının benzersiz lezzetlerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Özellikle Tokat bölgesine ait olan bu eşsiz tat, yüzyıllar boyunca sofraları şenlendirmiştir. Sadece bir yemek olmanın ötesinde bir kültürün, tarihin ve coğrafyanın harmanlandığı bir lezzet simgesidir. Tokat kebabını tarihi Osmanlı dönemine 300 yıl öncesine uzanmaktadır (Türkoğlu,2023).

Tokat mutfağının en tanınmış lezzeti, şüphesiz ki Tokat Kebabı’dır. Yüzyıllardır misafirlerine sunulan bu eşsiz tat, Tokat’ın zengin ve çeşitli gastronomi kültürünün bir parçasını oluşturur. Tokat Kebabının her aşaması, kendine özgü yöresel tekniklerle gerçekleştirilir. Özel fırınlarda, odun ateşinde ve özenle seçilmiş malzemelerle hazırlanmaktadır. Kebab sürecinin fırın, pişirme yöntemi, kullanılan et türü, sebzeler ve sunum olmak üzere detaylı bir şekilde incelenmesi gerekmektedir.

Tokat Kebabının Malzemeleri, Hazırlanış Süreci ve Servisi

Tokat Kebabı; kuzu eti, kuyruk yağı, patlıcan, domates, yeşilbiber, patates, soğan ve sarımsak gibi özenle seçilmiş malzemelerle hazırlanan eşsiz bir yemektir. Bu nefis kebab, özel ocaklarda pişirilir ve ocağın ortasında yer

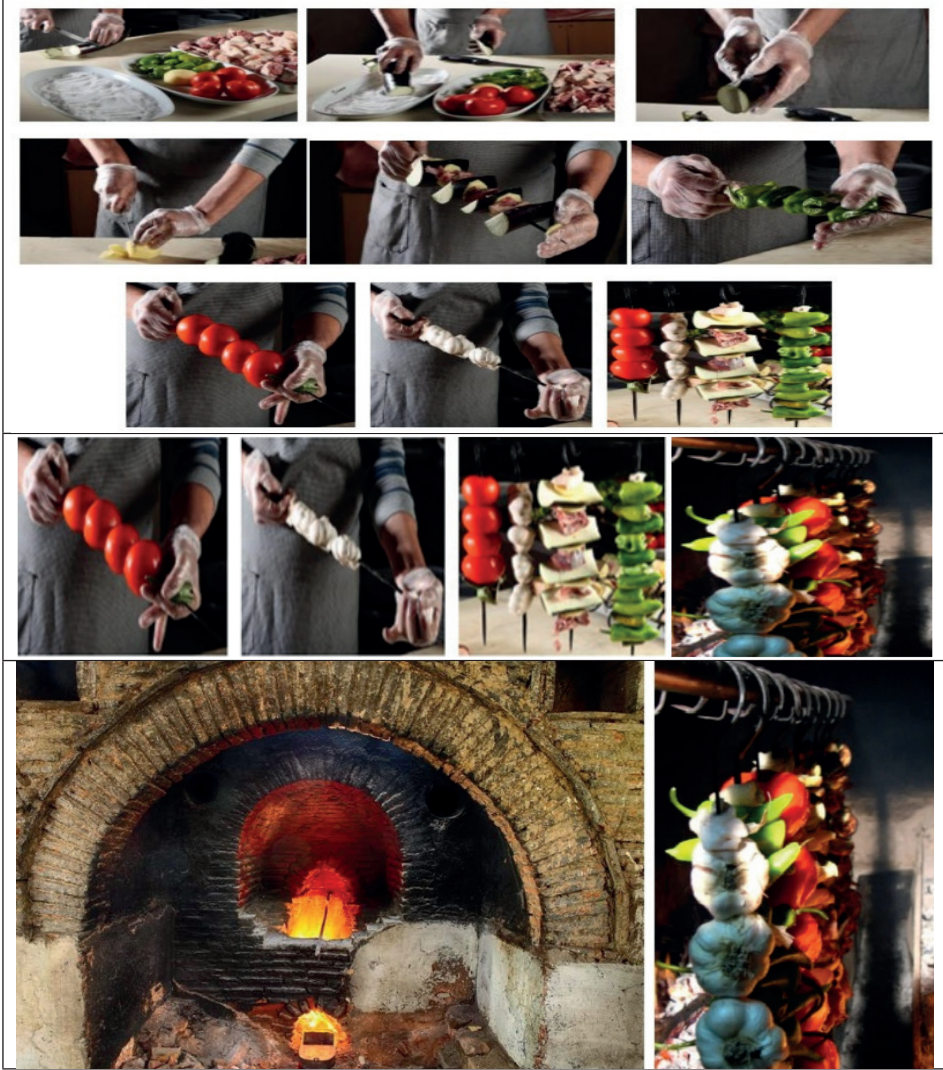
alan yatay demirlere asılı şişlerde pişirilir. Fırının iki yanında yanan odun ateşi, etlerin ustalıklı pişmesini sağlarken, alt kısımda bulunan saç tepsiye damlayan yağlar birikir ve lezzeti katlanarak artar (Tokat Vliliği,2025). Tokat Kebabı altı ana kısımdan oluşmaktadır:

- Ateşlik bölümü,
- Baca kısmı,
- Şiş takma metal boru,
- Tava bölümü,
- Yağın akacağı kısım,
- Kebap çıkaran şiş.

Tokat kebabında kullanılan ocak, özel olarak tasarlanmıştır. İç kısmı ateş tuğlasıyla inşa edilmekte olup, bu tuğlalar arasında kil kullanılarak (ısı kaybını önlemek için) sağlam bir bağlantı sağlanmaktadır. Bu ateş tuğlaları, ısıyı mükemmel bir şekilde koruyarak kebabın ideal şekilde pişmesini ve kızarmasını sağlar. Kebap ocağının önünden bakıldığında ise üç ana bölüm gözlemlenmektedir. Tablo 4'te görüleceği üzere ürünler dizildikten sonra özel yapılmış ocakta pişirilir.

- Tava, yağdanlık,
- Giriş bölümü (kebab şişlerinin ocağa sürümünü buradan yapılır),
- Baca.

Ocağın tam ortasında, kebab şişlerinin asılı durduğu yatay bir metal boru bulunur. Bu borunun iki yanında, yan duvarlara bitişik özel alanlar, ateşin yakıldığı bölmeler yer almaktadır. Bu özel bölümler, şişlerin asıldığı borunun altında konumlandırılmıştır. Ocağın en alt kısmında ise bir dik-dörtgen tava yer alırken, ön kısımda eriyen yağların toplandığı bir yağdanlık göze çarpmaktadır. Tokat Kebabının hazırlanış ve pişirilmesine ilişkin temel aşamalar Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Tokat kebabının aşamaları

Kaynak: Tokat Kebabı, 2025.

Tokat Kebabının en belirgin özelliklerinden biri, özel bir fırında pişirilmesidir. Bunun yanı sıra, kebab malzemelerinin belirli bir sırayla şişlere dizilmesi de büyük önem taşır. Genellikle bu sıra, öncelikle kuyruk yağı, ardından kuzu eti, yeşilbiber, patlıcan ve son olarak ise birkaç diş sarımsak şeklindedir (Erten, 1986). Tokat Kebabının pişirildiği fırınlar, bölgenin kendine has bir tarzını yansıtır. Yapımında kullanılan teknikler, malzemeler ve yöntemler açısından diğer fırınlardan ayrılır. Fırınlarda kullanılan tuğlalar, bölgedeki özel fabrikalarda preslenerek üretilen ateş tuğlalarından oluşur. Yüksek ateşte hızlıca ısınabilen bu tuğlalar, iç sıcaklığı uzun süre muhafaza

etme özelliğiyle pişirme için ideal bir malzeme sağlar. Fırınların iç tasarımı özgün bir yapıda olup, genellikle üçgen bir formdadır ve tabanı bazen üç parçalı olarak inşa edilir. Yan duvarları içe doğru eğimli şekilde örülen fırınlar, bazen çatıda birleşirken bazen de düz bir tabla ile desteklenir. Fırının tabanında yer alan üç bölgeden ikisi, ateşin yakıldığı yan duvarların sona erdiği noktada konumlanmıştır. Üçüncü bölüm ise fırın tabanının ortasında, kebabların pişirilmesi amacıyla özel olarak tasarlanmış dikdörtgen bir alan olarak bulunmaktadır. Bu özel alan, fırının dış kısmında açılan ayrı bir bölüm aracılığıyla kontrol edilebilmektedir. Fırında pişirilen ürünlerin yağları ve suları, bu alana yerleştirilen özel bir kap sayesinde buraya akmaktadır. Fırının ağız kısmı da, içyapısı gibi üçgen bir forma sahip olup, içe doğru daha dar bir yapı göstermektedir. Bu tasarım, fırın içerisindeki ısının uzun süre korunmasına yardımcı olmaktadır. Fırının ortasında, kebabların pişirildiği alanda boydan boya uzanan bir demir boru yer almaktadır. Kebablar, şişlere dizildikten sonra bu boruya sırasıyla yerleştirilerek pişirilir. Fırının sağ ve sol yanları, ateşin yanması için yüksek basamaklarla düzenlenmiştir. Tokat Kebabının en özgün pişirme yöntemi ise meşe ağacından elde edilen odun ateşidir. Bu yöntem, kebabın lezzetini mükemmelleştirirken, kendine has aromalarını da kazandırır. Güçlendirici bir özellik taşıdığı için günümüzde de sıklıkla tercih edilmektedir. Ancak, özellikle şehirlerde doğalgazlı fırınların artmasıyla odun ateşi kullanmadan Tokat Kebabı yapan mekânlar da hızla artmıştır. Bu iki pişirme yöntemi arasında tat üzerinde en belirleyici etken, kullanılan pişirme yöntemidir (Şenol, 2024).

Tablo 5. Tokat kebabının hazırlanış aşamaları ve servisi



Kaynak: Türkoğlu, (2023).

Tablo 5'te yer alan Tokat Kebabının en belirgin özellikleri şunlardır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025): Tokat ili yüksek kesimlerinde yetişen, 6-9 aylık erkek kuzu eti, Tokat'a has yeşilbiber, patlıcan ve yöresel sebzeler, Kendine has ocak ve pişirme usulü, Kebapların görsel ve sunum açısından servisi. Tokat ili bünyesinde birçok restoranda yapıp sunulan Tokat Kebabı, Tokat tanınırlığı açısından Tokat'ı ziyaret eden turistlerin tercihleri arasında Tokat Kebabı ilk sıralarda yer alır (Arslan,2020). Özel olarak hazırlanmış pideler, geniş bir tepsiye özenle yerleştirilir. Ardından pişirilmiş etler ve sebzeler, bu pidelerin üzerine titizlikle konulur. Tepsinin ortasına yerleştirilen pişmiş domateslerin üzerine, biriken lezzetli yağlar gezdirilerek servis edilir (Tokat İl Yıllığı, 1973; Samur, 1992; Bayram, 2007).

SONUÇ

Bu çalışma, Tokat'ın zengin mutfak mirasının turistik değerini incelemekte, yöresel lezzetlerin gastronomi turizmine entegrasyonu için stratejiler önermektedir. Tokat, Anadolu'nun kadim mutfak kültürünü bünyesinde barındıran ve gastronomi turizmi açısından keşfedilmeyi bekleyen bir şehirdir. Tokat'ın coğrafi işaretli ürünleri, geleneksel yemekleri ve mutfak kültürünün sürdürülebilir turizm açısından önemli bir potansiyel taşıdığı tespit edilmiştir. Yöresel yemekler, belirli bir bölgeye özgü olarak yapılışı, pişirilmesi, sunumu, tüketimi ve lezzeti açısından farklılık gösteren yiyeceklerdir (Saatçi, 2019). Yöresel mutfak kültürü, dünyada çeşitlilik yaratan soyut kültürel unsurlardan biri olarak, toplumların geçmişleri, kültürel mirasları ve yaşam tarzlarıyla derin bir bağ kurmaktadır (Toksöz ve Aras, 2016). Bu yemeklerde kullanılan bölgenin ürünleri, bulunduğu bölgenin coğrafi özelliklerini yansıtır (Özer Altundağ, 2018). Ayrıca yöresel yemekler, bölgeye ait kimlik oluşturarak yer duygusu sağlamanın yanı sıra turistik tecrübelerin zenginleşmesine de önemli katkılarda bulunmaktadır (Ceyhun Sezgin ve Onur, 2017).

Tokat Kebabı yüzlerce yıllık geçmişi ile Tokat ili tarihine ışık tutan geleneksel bir yemek olarak öne çıkmaktadır. Tokat halkının yaşam biçimini gösteren, kendine özgü pişirme yöntemleri ile coğrafyasında yetişen özel ürünlerle yapılan yemek özgünlüğünü koruyarak günümüze kadar gelmiştir. Coğrafi tescil işaretli bir ürün olarak ulusal ve uluslararası tanınırlığı olan bir üründür. Tokat Kebabı, uzun yıllar devamını sağlanabilmesi için genç kuşakların eğitilmesi okullarda bu konuda uygulamalı eğitim verilmesi gerekmektedir. Tokat kebabı Tokat ilinin zenginliği olması yanında Türkiye gastronomisine de destek olan önemli bir mirastır. Bu mirasın gelecek nesil-

lere aktarılması büyük önem taşımaktadır. Bununla ilgili olarak gastronomi ve mutfak sanatı bölümleri ile turizmin diğer alanlarında öğrenim gören öğrencilere yönelik bilinçlendirme çalışmaları yapılmalı, seminerler ve eğitici programlar düzenlenmelidir. Kalitenin sağlanabilmesi için gıda güvenliği, gıda ve personel hijyeni ile sağlıklı beslenme konularına önem verilmeli ve bu alanlarda eğitimler verilmelidir. Türkiye’de gastronomi turizminin gelişimi için öncelikle gastronomi teriminin bireyler tarafından benimsenmesi ve bu alanda bir farkındalık oluşturulması önemlidir. Bölgesel yerel lezzetleri vurgulayarak, hem yerli hem de yabancı turistlerin bölgede daha uzun süre kalmalarını sağlamak gerekmektedir. Geleneksel ve yöresel ürünlerin pazarlama stratejilerinde çekiciliği artırarak, bu ürünlerin destinasyon seçimi sırasında tercih edilmesini teşvik etmek de büyük bir adım olacaktır.

Bölgesel lezzetleri detaylı bir şekilde araştırarak coğrafi işaretleme yapılması ve bu lezzetlerin dünya genelinde tanıtım kampanyalarıyla duyurulması, gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır. Türkiye’nin kültürel çeşitliliğinin ve zenginliklerinin farkında olarak, SWOT analizinin belirlenmesiyle gastronomi turizmi alanındaki pazarının artırılması hedeflenmelidir. İhtiyaçların tespit edilmesi, gastronomi turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması açısından kritik öneme sahiptir. Ayrıca otel ve yiyecek-içecek işletmelerinde tecrübeli ve yetkin şef statüsündeki kişilere olanak tanınması, gastronomi alanında başarıyı ve kaliteyi yükseltmesi muhtemeldir.

KAYNAKÇA

- Arslan, E. (2020). Gastronomy tourism and geographical indications in Tokat. Türkmen, F. (Ed.), *Selected Academic Studies From Turkish Tourism Sector*. Berlin: Peter Lang,
- Arslan, E. (2020). Çevrimiçi gastronomik turist deneyimlerinin içerik analiziyle incelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 442-460.
- Arslan, E., Kendir, H., & Bozkurt, H. Ö. (2021). Gastronomi turizmi kapsamında ziyaretçilerin yöresel yiyecek tercihleri: Tokat ili örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(Special Issue 5), 261-275.
- Belpınar, A. (2014). *Gastronomi turizmne yönelik turist görüşlerinin kültürlerarası karşılaştırılması: Kapadokya örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Ceyhun, S.A., & Onur, M. (2017). Kültür mirası düğün yemeklerinin gastronomi turizmi açısından incelenmesi: Erzincan ili örneği. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Ulusal Alternatif Turizm Kongresi, Özel Sayısı [IV]*, 203-214.

- Coğrafya Harita, (2025). *Tokat İlinin Konumu ve Siyasi Haritası*. http://cogrfayaharita.com/turkiye_mulki_idare_haritalari5.html, Erişim Tarihi: 25.03.2025.
- Çekiç, İ., Bulut, Z., & Oğan, Y. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 242-255.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde turizm politikaları ve Türkiye'de kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Emekli, G. (2006). *Avrupa Birliği bölgesel politikasında turizmin yeri ve Türkiye turizmi*. IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu. Ankara.
- Erten, Ş. (1986). *Tokat Yemekleri*. Türk Tarihinde ve Türk Kültüründe Tokat Sempozyumu (2-6 Temmuz 1986). Ankara: Gelişim Matbaası.
- Esen, Ş. (2015) Hükümet ve Siyasi Parti Programlarında "Turizmde Sürdürülebilirlik" Kavramı. Akdu, U. & Çalık, İ. (Ed.), *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (112-121) Gümüşhane Turizm Fakültesi, Gümüşhane.
- Esin, K., & Esin Yücel, E. (2022). Gastronomik değere sahip Tokat Yöresel yemeklerinin enerji ve besin ögesi içeriklerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 1699-1715.
- Fox, R. (2007) Reiventing the gastronomic identity of croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management* 26(3), 546-559.
- Gülhan, G. (2007). *Doğal ve kültürel değerlere sahip alanlarda turizm potansiyellerinin saptanması ve değerlendirilmesi: Selçuk ve çevresi örneği*. (Yüksek lisans tezi), Fen Bilimleri Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- IRTS, (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (Department)*. New York: United Nations Publication.
- Karim, A.S., & Chi, C.G.Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations food image. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 531-555.
- Kızıllırmak, İ., & Keskin, M. (2015) Sürdürülebilir Turizm Çerçevesinde Bölge Kalkınma Ajanslarınca Hazırlanan Bölge Planlarına Yönelik Bir İnceleme: Doka Örneği. Akdu, U. & Çalık, İ. (Ed.), *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı* (166-176). Gümüşhane Turizm Fakültesi, Gümüşhane.
- Kivela, J., & Crotts, C.J. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Mızrak, M., Aydoğdu, A., & Yaşarsoy, E. (2017). *Sürdürülebilir turizmde yöresel yemeklerin rolü ve önemi; Kastamonu örneği*. Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1. Sürdürülebilir Turizm Kongresi, 999-1009.
- Nilsson J.H., Svard, A.C., Widarsson, A., & Wirell, T. (2011) Cittaslow' eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues en Tourism* 14(4), 373-386.

- Oğan, Y. & Büyükyılmaz, S. (2020). Karadeniz bölgesinin coğrafi işaretli gastronomik ürünleri. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, MTCON Özel Sayısı, 337-354.
- Onaran, B. (2014). *Sürdürülebilir Pazarlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde “coğrafi işaretlerin” kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Özdemir, G., & Altner, D.D. (2019). Gastronomi kavramları ve gastronomi üzerine bir inceleme. *Erzincan University Journal of Social Sciences Institute*, 12(1), 1-14.
- Özer Altundağ, Ö. (2018). Turistlere sunulan yöresel yemeklerin makro ve mikro-besin ögesi içeriğinin sağlık boyutu: Safranbolu ilçesi örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 16-28.
- Saatçi, G. (2019). Coğrafi işaretli yiyeceklerin tanıtım unsuru olarak yöresel yemekler kapsamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Sağır, A. (2012). Bir Yemek Sosyolojisi Denemesi Örneği Olarak Tokat Mutfağı. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695
- Samancı, Ö. (2020). Gastronomi: Disiplinler arası bir buluşma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 92-95.
- Samur, Y. (1992). Tokat'ta özel günler ve yemekleri. *Tokat Kültür Araştırma Dergisi*, 3, 7-8.
- Saruşık, P.D. (2019). *Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi*. Anakara: Detay Yayıncılık.
- Şenol, C. (2024). *Türk Turizminin Hafızası (Türkiye Turizm Ansiklopedisi)*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18, 273-283.
- Tezcan, M. (1997). Yemek Kültürü Üzerine Dinsel Etkiler. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar* (139-146). Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları
- Tokat Evleri, (2025). www.kadinklarkulubu.com Erişim Tarihi: 10.04.2025.
- Tokat Kebabı, (2025). <https://www.birinciadres.com/2022/05/tokat-kebab-turkish-kebab.html> Erişim Tarihi: 10.04.2025.
- Tokat Valiliği, (2025). <http://www.tokat.gov.tr/> Erişim Tarihi: 29.03.2025.
- Toksöz, D., & Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfakın rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 174-189.
- Türk Dil Kurumu, (2022). *Sürdürmek*. www.tdk.gov.tr Erişim Tarihi: 29.06.2022.

- Türkoğlu, E. (2023). *Sebze ve Etin Buluşması: Tokat Kebabı* <https://www.aa.com.tr/tr/kültür/sebze-ve-etin-lezzet-bulusmasi-tokat-kebabi/2907003> Erişim Tarihi: 18.04.2025
- Yaylacı, S., & Mertol, H. (2021). Coğrafi işaretli ürünler ve gastronomik lezzetler: tokat örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7(1), 313-334
- Yedigöz, R. (2017). *Turizmde tören yiyecek ve içeceklerinin rolü: Mersin ili araştırması*. (Yüksek lisans tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Yıldız, M. & Yılmaz, M. (2020). Gastronomi alanındaki trendlere bir bakış. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5, 19-35.
- Westering, J. (1999). Heritage and gastronomy: The pursuits of the new tourist. *International Journal of Heritage Studies*, 5(2), 75-81.