

Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar -VI-



Editör
Doç. Dr. Yener OĞAN



GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR VI

Editör
Doç. Dr. Yener Oğan

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Haziran 2026

ISBN: 978-625-396-784-0
Yayıncı Sertifika No: 52493

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

Editör
OĞAN, Yener
GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR
VI

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.cizgikitavebi.com
📞📧 / cizgikitavebi

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	7
DUYUSAL KODLARDAN KÜLTÜREL MİRASA: GASTRONOMİDE BELLEK İNŞASI VE KİMLİK SÜREKLİLİĞİ	8
Ayşe Duygu ÇETİNKAYA Seda GENÇ	
MÜBADELE MUTFAĞI: GÖÇ, BESLENME VE SAĞLIK ÜZERİNE BİR İNCELEME	24
Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI Işıl ÖZGEN	
HAZ, ÖLÇÜ VE SOFRA: HEDONİZM VE YEMEK İLİŞKİSİ	35
Elif Esmâ KARAMAN TAŞKESENLİGİL Zeynep Ece ALTUNTAŞ	
SAĞLIKLI ETİKETLEMENİN TÜKETİM ALGISINA ETKİSİ: HEALTH HALO ETKİSİ VE AŞIRI TÜKETİM	47
Fatma KOÇ	
FONKSİYONEL GIDALAR: GASTRONOMİDE KULLANIMI VE SAĞLIK ODAKLI MENÜ YAKLAŞIMI	56
Ünalcan KUTAL	
GASTRONOMİDE BİTKİ TEMELLİ DÖNÜŞÜM: PLANT-BASED BESLENME TRENDLERİ, MENÜ UYARLAMALARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİ	67
Muhammet Mert KAYA Özlem ÖZER ALTUNDAĞ	
GASTRONOMİDE DİJİTAL DUYUSAL ANALİZ: ELEKTRONİK BURUN VE YAPAY ZEKÂ ENTEGRASYONU	80
Çağlar BAYAR Hatice PEKMEZ	

GASTRONOMİDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM: YEŞİL UYGULAMALARDAN DİJİTALLEŞMEYE	95
Ayşe Nur SONGÜR BOZDAĞ Atilla AKBABA	
KAHVE EKOSİSTEMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ	122
Filiz ARSLAN	
SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ PERSPEKTİFİNDEN YEREL TATLARIN KÜRESELLEŞME BOYUTU	133
Ayşe Nur USLU	
GASTRONOMİ ROTALARI OLUŞUMUNDA SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: YEREL KİMLİK, DENEYİM VE DİJİTAL PAZARLAMA PERSPEKTİFİ.....	151
Sibel AYYILDIZ	
TATİL YERİ SEÇİMİNDE GASTRONOMİK UNSURLARIN ETKİSİ	170
Serkan SEMİNT Vildan TÜYSÜZ	
GELENEKTEN İNOVASYONA: AĞRI HASUDASI (JAJARUN) DOLGULU ÇİKOLATA ÜRETİMİ.....	187
Beyza Nur ULUDAĞ	
SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA SİİRT İLİ GASTRONOMİK DEĞERLERİNİN İNCELENMESİ	205
Özgür ÇALKIN Murat ARI	
COĞRAFYA VE KÜLTÜRÜN ŞEKİLLENDİRDİĞİ BİR GASTRONOMİ MİRASI: ARDAHAN YÖRESEL MUTFAĞI	221
Engin OKUMUŞ	

Ön Söz

Gastronomi; yiyecek ve içeceklerin üretimi, hazırlanması ve tüketimiyle ilgili süreçleri kapsayan ve farklı disiplinlerle etkileşim içerisinde gelişen bir çalışma alanıdır. Son yıllarda gastronomiye olan ilginin artması, bu alandaki bilimsel çalışmaların da çeşitlenmesine katkı sağlamıştır. Gastronomi alanında tematik araştırmalar serisinin devamı niteliğinde olan **Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar VI** kitabı, gastronominin güncel ve farklı boyutlarını ele alan çalışmaları bir araya getirmektedir. Serinin bu kitabında; kültürel bellek ve kimlik, göç ve mutfak ilişkisi, tüketici davranışları, fonksiyonel gıdalar, bitki temelli beslenme, sürdürülebilirlik, gastronomi turizmi, gastronomik inovasyon ve yerel gastronomik değerler gibi çeşitli konulara yer verilmiştir. Bu eserin; akademisyenler, öğrenciler, sektör temsilcileri ve gastronomiye ilgi duyan okuyucular için faydalı bir kaynak olmasını temenni ediyorum. Kitabın hazırlanmasına katkı sağlayan tüm yazarlara, değerlendirme sürecinde emeği geçen akademisyenlere ve yayınevine teşekkür ederim. Bu vesileyle **Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar VI** kitabını siz değerli okurların beğenisine sunmaktan mutluluk duyuyorum, gastronomi alanındaki çalışmalara katkı sağlamasını diliyorum.

Sevgi ve Saygılarımla...

Doç. Dr. Yener OĞAN
Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
Kaman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

DUYUSAL KODLARDAN KÜLTÜREL MİRASA: GASTRONOMİDE BELLEK İNŞASI VE KİMLİK SÜREKLİLİĞİ

Ayşe Duygu ÇETİNKAYA*

Seda GENÇ**

1. GİRİŞ

Beslenme, insan yaşamının sürdürülebilmesi için temel bir gereksinim olmakla birlikte, tarihsel süreç içerisinde yalnızca biyolojik ihtiyaçları karşılayan bir eylem olmaktan çıkmış; psikolojik, sosyal ve kültürel boyutları da içeren çok yönlü bir olgu haline gelmiştir (Karagöz & Ramkissoon, 2024). Tat ve koku duyuları, hafıza ile güçlü bir ilişki içerisinde olması nedeniyle bireylerin geçmiş deneyimlerini günümüze taşıyan önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Özgüneş, 2020). Nörobiyolojik perspektiften bakıldığında, koku ve tat reseptörlerinin beyindeki duygu ve hafıza merkezleri olan amigdala ve hipokampus ile kurduğu doğrudan sinaptik bağlantılar, literatürde “Proust etkisi” olarak bilinen istemsiz ve güçlü anımsamaları tetiklemektedir (Herz, 2004; Hackländer vd., 2019). Gıdaların aromatik bileşenleri tarafından hücresele düzeyde kodlanan bu duyuşal uyarılar, gastronomik deneyimi salt psikolojik bir yansıma olmaktan çıkararak somut ve kalıcı bir nörofizyolojik ize dönüştürür (Shepherd, 2012). Literatürde son yıllarda dikkat çeken gastro-nostalji kavramı, geçmişte deneyimlenen tatlara yönelik özlem duygusunu ve bu duygunun bireyin hafızasında yer eden gastronomik

* Arş. Gör., Yaşar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, duygu.cetinkaya@yasar.edu.tr, ORCID ID: 0009-0009-9177-9462

** Prof. Dr., İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Genç ve Naturel Gıda San.ve Tic. A.Ş. Depark TTO, İzmir, Türkiye, seda.genc@ieu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4572-5518

deneyimler aracılığıyla sürdürülmesini tanımlamaktadır (Keskin & Genç, 2025). Çocukluk dönemine ait anılar, aileyle paylaşılan yemek deneyimleri ve bu süreçlerde tüketilen rahatlatıcı gıdalar, bireylerin otobiyografik belleğinde aidiyet ve güven duygusuyla ilişkilendirilen önemli unsurlar olarak yer almaktadır. Bununla birlikte, yiyeceklere atfedilen nostaljik anlam yalnızca kişisel deneyimlerin bir sonucu değildir; aynı zamanda bireyin içinde yetiştiği toplumun kültürel değerleri, gelenekleri ve aşinalık düzeyi tarafından da şekillendirilmektedir (Locher vd., 2005).

Kolektif bellek, toplumların ortak geçmişlerini, geleneksel uygulamalarını ve gastronomik pratiklerini nesiller boyunca aktaran bir mekanizma olarak işlev görmekte ve somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğine önemli katkılar sağlamaktadır (Holtzman, 2006). Toplumsal yaşamın farklı aşamalarında yer alan yemek ritüelleri ve mutfak uygulamaları, bireyler arasında sosyal bağların güçlendirilmesine katkı sağlamak ve kültürel kimliğin kuşaklar boyunca aktarılmasında önemli bir işlev üstlenmektedir (Beşirli, 2011). Ancak, geleneksel ritüellerin kuşaklararası aktarımı küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle sekteye uğramış; geleneksel mutfak kültürü “kolektif unutmaya” tehlikesiyle karşı karşıya kalırken, dijital çağda belleğin inşa süreçleri ve aktarım mekanizmaları yeni bir boyut kazanmıştır (Thompson, 2013).

Bu çalışma, bireysel bellekten kolektif hafızaya, geleneksel mutfak ritüellerinden dijital çağın getirdiği dönüşümlere kadar gastronominin bellek ile olan ilişkisini kapsamlı bir biçimde incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda kitabın bu bölümünde ilk olarak gastro-nostalji, çocukluk deneyimleri ve tat hafızasının bireysel kimlik üzerindeki belirleyiciliği ele alınmaktadır. Ardından mutfak ritüelleri ve somut olmayan kültürel miras unsurları çerçevesinde kolektif bellek incelenmektedir. Son olarak ise dijitalleşmenin gastronomi kültürü ve bellek üzerindeki dönüştürücü etkisi tartışılmaktadır.

2. BİREYSEL BELLEK: İLK SOFRADAN DAMAK ZEVKİNE

Gastro-nostalji, bireyin geçmişte deneyimlediği yemeklere ilişkin duygusal özlem ve hasret olarak tanımlanmaktadır (Mandal vd., 2022). Bu duygunun ortaya çıkmasında yiyeceklerin duygusal özellikleri önemli bir rol oynamakta; özellikle tat ve koku gibi unsurlar, bireylerde çocukluk dönemine ait mutfak deneyimlerini veya unutulmaz tatil anılarını canlandırarak güçlü duygusal tepkilerin oluşmasına ve geçmişle bağ kurulmasına katkı sağlamaktadır (Lee, 2023). Bu perspektiften hareketle, gastro-nostalji, geçmişte yaşanan olumlu yemek deneyimlerine yönelik özlem üzerinden şekillenmekte

ve bireyin geçmişiyle kurduğu duygusal bağı güçlendirerek yiyecek deneyimlerine ilişkin derin ve olumlu kişisel anılar aracılığıyla anlam kazanmaktadır (Noushida & Ponmulathodi, 2025).

Gastronomi deneyimler ise yalnızca tat ve memnuniyet düzeyiyle sınırlı bir olgu olmayıp, aynı zamanda bellek, kimlik ve sembolik anlamlarla i içe geçmiş daha derin bir duygusal bağın oluşmasına da katkı sağlamaktadır (Sharma vd., 2026). Bu durum, gastronomi deneyimlerinin birey açısından çok boyutlu bir anlam taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte, kültürel aşinalık, bireyin belirli bir kültüre ilişkin bilgi, deneyim ve alışkanlık düzeyi ile o kültür içinde kendini ne derece rahat hissettiğini ifade etmekte; bu aşinalık ortak kültürel geçmiş, önceki yaşantılar, eğitim ve kişisel deneyimler yoluyla oluşabilmektedir (Jin & Hwang, 2024). Ancak bir yiyeceğin nostaljik bir anlam kazanabilmesi için o yiyeceğe yönelik kültürel bir aşinalığın bulunması gerekmektedir; bu aşinalığın eksikliğinde yiyecekler daha çok yabancı, egzotik veya yenilikçi bir deneyim olarak algılanmaktadır (Lin vd., 2023).

Bu doğrultuda nostalji, özellikle yiyeceklerin bireyin otobiyografik hafızasında yer alan deneyimlerle rtştğu durumlarda daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır; bu örtüşme kimi zaman belirli malzemeler, pişirme yöntemleri ya da yemeğe yüklenen sembolik anlamlar aracılığıyla gerçekleşmektedir (Jin & Hwang, 2024). Bu nedenle aynı yemek farklı bireylerde farklı düzeylerde duygusal tepkiler oluşturabilmekte; bir bireyde güçlü bir zlem ve aidiyet hissi yaratırken, başka bir bireyde benzer bir etki ortaya ıkmayabilmektedir. Bu farklılık ise duygusal bağın gücü ve kültürel aşinalık düzeyi ile açıklanmaktadır (Sharma vd., 2026).

2.1. Çocukluk Deneyimlerinin Belirleyiciliği

Bir yönüyle “geçmiş” kavramına karşılık gelen nostalji, bireyin yaşam deneyimleri doğrultusunda çocukluk döneminde tüketilen yiyeceklerden anılara kadar uzanan geniş ve çok boyutlu bir anlam alanını ifade etmektedir (zgneş, 2020). Literatürdeki alışmalar, yiyeceğin çocukluk ve aile anılarını hatırlatan bir araç olarak ele alındığını ve bu yönüyle duygusallık kavramıyla doğrudan ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Çocukluk döneminde ait deneyim, anı ve yaşantıların bireyin doğrudan kendi yaşamına dayanması, bu döneme ilişkin hatıraları en güçlü duygusal içeriklere sahip kişisel nostalji türü hâline getirmektedir (zgneş & Bozok, 2022). Örneğin, fırından yayılan kurabiye kokusu, bireyde anne veya bykane figürüyle birlikte çocukluk döneminde ait nostaljik duyguların ortaya

çıkmasını tetikleyebilmektedir (Demir, 2008). Bununla birlikte, otobiyografik belleği tetikleyen unsurların yalnızca koku gibi tekil uyaranlarla sınırlı kalmadığı; yiyeceğin geleneksel hazırlık aşamasındaki ritmik seslerin, dokusal temasların ve özellikle yerel fermente ürünlerin olgunlaşma süreçlerinde açığa çıkan kompleks duysal profillerin de bu gastronomik anıları kalıcı olarak mühürlediği unutulmamalıdır (Sutton, 2001; Spence, 2017). Bu bağlamda Raghavan ve arkadaşları (2015), gastro-nostalji kavramını yalnızca “annemin yaptığı gibi” ifadesiyle sınırlı bir çerçevede değerlendirmemekte; çocukluk dönemine ait tüm yemek deneyimlerini kapsayan daha geniş bir anlam alanı içinde ele almaktadır.

Gastronomi ve nostalji arasındaki ilişkinin, bireyin kimlik oluşumunda çocukluk döneminde tüketilen yiyeceklerin önemli belirleyicilerden biri olduğunu ortaya koyduğu; bu doğrultuda nostaljik ve gastronomik unsurların bellekte bıraktığı izler aracılığıyla kişilik özelliklerinin şekillenmesinde etkili olduğu ifade edilmektedir (Özgüneş, 2020). Ayrıca çocuklukta tüketilen yiyeceklerin yetişkinlik döneminde de birey tarafından duysal bağ kurulan “güvenli bir sığınak” olarak anlamlandırıldığı belirtilmektedir (Keskin & Genç, 2025).

2.2. Gastro-nostalji ve Rahatlatıcı/Teselli Edici Yiyecekler

Nostalji, bireyin geçmiş deneyimlerine yönelik özlem ve duysal bağlılık geliştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Hepper vd., 2012). Bu duysal yalnızca kişilerarası ilişkilerle sınırlı olmayıp, yiyecekler gibi farklı uyaranlar aracılığıyla da tetiklenebilmektedir. Dolayısıyla gastro-nostalji, bireylerin özellikle çocukluk yıllarında deneyimledikleri yiyecek ve içeceklere karşı geliştirdikleri duysal bağlılık ve özlem temelinde şekillenmektedir. Söz konusu yaklaşım, geçmişin mutfak kültürünü ve unutulmaya yüz tutmuş geleneksel lezzetleri modern bir bakış açısıyla yeniden canlandırmayı ve bu deneyimleri yeniden yaşatmayı amaçlamaktadır (Özgüneş, 2020). Gastro-nostalji ile ilişkili bir diğer önemli kavram ise rahatlatıcı/teselli edici yiyeceklerdir (comfort food). Bu yiyecekler, bireylerin stres, keder veya yalnızlık gibi olumsuz duysal durumlarda teselli bulmak ya da mutluluk ve başarı gibi olumlu anlarda kendilerini ödüllendirmek amacıyla yöneldikleri, duysal bağ kurdukları yiyecekleri ifade etmektedir. Bu yiyecekler yalnızca besleyici özellikleriyle değil, bireyde uyandırdıkları anlam ve psikolojik tatmin ile de ön plana çıkmaktadır (şimşek & Yalım-Kaya, 2018).

Rahatlatici/teselli edici yiyeceklerin stres azaltıcı etkisi olduğu, olumsuz duygudurumunu iyileştirmeye ve pozitif duyguları pekiştirmeye katkı sağladığı belirtilmektedir. Bununla birlikte, bu yiyeceklerin birey üzerindeki etkisi ve seçim biçimi kültürel yapı ve geleneksel birikime bağlı olarak farklılık göstermektedir (Özenoğlu, 2017). Ayrıca bireylerin yalnızca olumsuz duygusal durumlarda değil, olumlu hissettikleri anlarda da kendilerini ödüllendirme ve iyi oluş hâllerini sürdürme amacıyla rahatlatıcı/teselli edici yiyecek tüketimine yöneldikleri ifade edilmektedir (Şimşek & Yalım-Kaya, 2018). İlgili literatür incelendiğinde, rahatlatıcı/teselli edici yiyeceklerin bireyler arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Söz konusu yiyeceklerin yalnızca yüksek kalorili ürünlerle sınırlı olmadığı; aynı zamanda besin değeri yüksek ev yemekleri ile yöresel yiyecek ve içecekleri de kapsayabildiği belirtilmektedir (Wagner vd., 2014; Ong vd., 2015).

2.3. Kişisel Kimlik ve Tat Hafızası

Günümüzde beslenme eylemi, yalnızca biyolojik bir gereksinimi karşılayanın ötesine geçerek kültürel aktarımın, duygusal bağların ve bireysel deneyimlerin önemli bir parçası hâline gelmiştir (Karagöz & Ramkissoon, 2024). Bu çerçevede yemek, kimliği şekillendiren temel unsurlardan biri olarak kabul edilmekte ve bu durum doğal bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Çünkü birey, yalnızca fiziksel yönüyle değil, aynı zamanda psikolojik ve sosyolojik boyutlarıyla da tükettiği gıdalarla ilişkilendirilebilen bir varlık olarak ele alınmaktadır.

Yiyecek temelli nostalji, göç olgusunu inceleyen çalışmalarda da önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda yemek hazırlama ve tüketme pratiklerinin bireylerde mutlu anıları canlandırdığı, aynı zamanda aidiyet ve topluluk duygusunun oluşumuna katkı sağladığı belirtilmektedir (Renko & Bucar, 2014). Benzer şekilde, yiyecek temelli nostaljinin bireyde duygusal rahatlama sağladığı, kültürel kimlik duygusunu güçlendirdiği ve sosyal bağların gelişimini desteklediği ifade edilmektedir (Reid vd., 2026). Duyusal çeşitliliği ve kültürel derinliği içinde barındırması, gıdayı geçmişe yönelik özlemi tetikleyen en güçlü araçlardan biri hâline getirmektedir (Reid vd., 2023). Dolayısıyla nostalji deneyiminin kültürler arası düzeyde aidiyet ve kabul görme hissi olarak tanımlanan sosyal bağlılığı doğrudan güçlendirdiği de vurgulanmaktadır (Hepper vd., 2024).

3. KOLEKTİF BELLEK VE KÜLTÜREL MİRAS

Kültürel miras, tarihsel süreç içerisinde geçmişten günümüze uzanan, insanların yaşamları boyunca ortaya koydukları, biriktirdikleri ve sonraki nesillere aktardıkları tüm kültürel değerlerin bütünüdür (Pehlivan, 2015). Bu miras unsurları, toplumların geçmişine ilişkin hem somut hem de somut olmayan veriler sunarak önemli bir bilgi kaynağı oluşturmaktadır. Bu açıdan kültürel mirasın tanınması ve korunması, aynı zamanda toplumların tarihsel geçmişlerinin anlaşılması ve gelecek kuşaklara aktarılması anlamına gelmektedir (Akay, 2006). Bu çerçevede kültürel mirasın yalnızca maddi unsurlardan ibaret olmadığı, aynı zamanda toplumsal hafıza ile şekillenen bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Kolektif bellek, bir toplumu oluşturan bireylerin ortak deneyim ve hatıralarının zaman içinde inşa edilmesi ve bu ortak birikimin kuşaklar arasında aktarılması sürecini ifade eder. Belirli bir zaman ve mekân içinde oluşan bu bellek, toplumsal izlerin mekânlar üzerinden anlam kazanmasına ve kalıcı hale gelmesine aracılık etmektedir. Bu nedenle, geçmişte inşa edilen medeniyetlerin izleri yalnızca tarihsel kayıtlarla değil, kolektif bellek aracılığıyla da varlığını sürdürmektedir (Halbwachs, 2016; Ricoeur, 2017).

Bu kuramsal çerçevede kültürel mirasın kolektif bellekle birlikte anlam kazanan ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir yapı olduğu görülmektedir. Bu nedenle mutfak kültürü de toplumsal hafızanın önemli bir taşıyıcısı olarak değerlendirilmektedir. Bu bölümde gastronomi, kültürel miras ve kolektif bellek arasındaki ilişki daha ayrıntılı olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda sırasıyla mutfak ritüelleri, somut olmayan kültürel miras olarak gastronomi ve kolektif unutmaya karşı mutfak başlıklarına yer verilmektedir.

3.1. Mutfak Ritüelleri

Geçmişten günümüze beslenme alışkanlıklarının, bireylerin önceki deneyimleri, dini inançları ile gelenek ve görenekleri başta olmak üzere çeşitli etkenlerin etkisiyle hem toplumlar arasında hem de bireyler düzeyinde farklılaştığı görülmektedir. Bu çeşitlilik, zamanla her toplumun kendine özgü bir beslenme anlayışı ve mutfak kültürü geliştirmesine zemin hazırlamıştır (Baysal, 2016). Bu bağlamda yemek kültürü, toplumların kültürel yapısının önemli bir parçası olarak yalnızca beslenme ihtiyacını karşılamakla sınırlı kalmamış; törenler, dini ritüeller, düğünler, eğlenceler, ölüm süreçleri ve festivaller gibi pek çok toplumsal olayın ayrılmaz bir unsuru haline gelmiştir (Beşirli, 2011). Toplumlar, tüketilen somut gıdaların yalnızca fiziksel ihti-

yaçları karşılamakla kalmayıp bireylere duygusal ve kültürel bir tatmin de sunduğunu kabul etmiş; bu nedenle söz konusu ürünlere zamanla sembolik anlamlar yüklemişlerdir (Abdurrezzak, 2014).

İnsanlar arasındaki birliktelikler, kurumsallaşmış davranış kalıplarıyla şekillenen sosyal yapılar olarak ortaya çıkmaktadır ve bu yapılar dinsel ya da din dışı çeşitli ritüelleri de kapsamaktadır. Bu ritüeller içinde hem gündelik yaşamın hem de inanç temelli davranışların düzenlenmesinde yemekli törenlerin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Nitekim bu ritüel ve seremoniler, bir toplumu diğer toplumlardan ayıran temel kültürel davranış biçimleri arasında değerlendirilmektedir (Beşirli, 2011). İnsan yaşamında doğum, evlenme ve ölüm olmak üzere üç temel geçiş dönemi bulunmaktadır. Bu süreçler etrafında çeşitli âdet, tören ve dini uygulamalar şekillenerek geçişlerin yönetilmesini sağlamaktadır. Söz konusu uygulamaların temel amacı, bireyin yeni durumunun kutlanması ya da kutsanmasıdır. Bu yönüyle geçiş ritüelleri, toplumların kültürel farklılıklarını ortaya koyan önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Yeşil, 2014). Ayrıca tüm toplumlarda yeme ve içme pratikleri, toplumsal etkileşimlerin kurulmasına ve çeşitli törensel süreçlerin gerçekleştirilmesine zemin hazırlayan önemli ortamlar sunmaktadır (Giddens, 2000).

3.2. Somut Olmayan Kültürel Miras Olarak Gastronomi

Kültürel miras unsurlarının yenilenemeyen ve kaybolduğunda yeniden üretilenemeyen değerler olması, bu unsurların korunmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu doğrultuda, söz konusu değerlerin sürdürülebilirliği için yaşatılarak gündelik yaşamın bir parçası haline getirilmesi, ekonomik bir değer kazanmasının desteklenmesi ve gelecek kuşaklara aktarımını hedefleyen bir yaklaşım benimsenmesi gerekmektedir (Kuşçuoğlu ve Taş, 2017). Bu çerçevede koruma çalışmalarına uluslararası düzeyde öncülük eden kurum UNESCO'dur (Çetinkaya & Yıldız, 2018). Bu kapsamda Somut Olmayan Kültürel Miras'ın (SOKÜM) anlaşılması ve yaşatılmasının sağlanmasına yönelik yöntem ve yaklaşımları belirleyen devletlerarası komitenin oluşturulması önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir (Saçlı, 2016).

SOKÜM, kuşaktan kuşağa aktarılan ve topluluklar tarafından kültürel mirasın bir parçası olarak kabul edilen sözlü anlatımlar, sahne sanatları, ritüeller ve çeşitli toplumsal uygulamaları kapsayan bir kavramdır (UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, 2022). Bu süreçte yemek, yalnızca beslenme aracı olmaktan çıkarak toplumsal dayanışmayı güçlendiren ve birlikteliklere meş-

ruiyet kazandıran bir işlev üstlenmektedir (Sağır, 2016). SOKÜM unsurları, toplumların yüzyıllar boyunca edindiği deneyimlerle şekillenmiş ve kuşaktan kuşağa aktarılan değerler bütünü olarak kültürel çeşitliliğin yaşatılmasında ve korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Çankaya, 2006).

3.3. Kolektif Unutmaya Karşı Mutfak

Otantik ve yerel yiyecekler ile geleneksel pişirme tekniklerinin korunarak gelecek nesillere aktarılması hem kültürel hem de gastronomik mirasın sürdürülebilirliğine önemli katkılar sağlamaktadır (Akdağ & Üzülmez, 2017). Yurtseven (2011), yerel gıda üretiminin ve “tencere yemeği” olarak ifade edilen ev tipi yemek hazırlama geleneğinin devam ettirilmesinin; geleneksel mutfak bilgisinin ve yerel damak tadının kuşaklar arası aktarımında sürdürülebilir gastronomi açasından kritik bir rol oynadığını belirtmektedir. Aynı zamanda yöresel yemekler, kültürel mirasın önemli bir bileşeni olarak destinasyonların özgün kimliğine katkı sağlayan temel unsurlar arasında yer almaktadır (Güneş vd., 2008). Nitekim Anadolu, tarihsel ve kültürel süreçler içerisinde şekillenmiş, gelenekleri ve ritüelleriyle birlikte günümüze kadar ulaşan çok sayıda yemek ve yemekle ilişkili uygulamayı bünyesinde barındırmaktadır (Samancı, 2018).

Günümüzde kolektif unutmaya karşı yürütölen bu hafıza mücadelesi yalnızca ev mutfaklarında değil, gastronomi turizmi ve kamusal yeme-içme alanlarında da sürdürölmektedir. Yerel yemekler, bir destinasyonda sosyo-kültürel ve tarihsel süreçlerin etkisiyle oluşan, kuşaktan kuşağa aktarılması sayesinde mutfak kültürünün devamlılığını sağlayan ürünler olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle söz konusu yemekler, ait oldukları destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan önemli göstergeler arasında kabul edilmektedir (Lin vd., 2011). Yerel yemekleri diğer yemeklerden ayıran en önemli özelliklerden biri, kendine özgü pişirme tekniklerinin ve sunum biçimlerinin kullanılmasıdır. Bu özellikler, ilgili yörenin turistler tarafından farklı ve özgün bir destinasyon olarak algılanmasına katkı sağlamaktadır (Aslan vd., 2014).

Öte yandan, Seçim ve Esen (2019) tarafından yapılan çalışmada, yöresel mutfağa ait lezzetlerin yalnızca sınırlı bir bölümünün menülerde yer aldığı, önemli bir kısmının ise menü içeriklerine dâhil edilmediği tespit edilmiştir. Bu durumun, yerel mutfak kültürünün turistlere tanıtılması açasından çeşitli kısıtlılıklar oluşturduğu ifade edilmiştir. Bu sınırlılıkların ortadan kaldırılması için sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve işletme sahiplerinin

iş birliği içinde hareket etmesi ve gastronomi turizminin geliştirilmesine yönelik bütüncül bir yaklaşım benimsenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

4. DİJİTAL AğDA BELLEğİN DöNüşüMü

Dijitalleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı dönüşüm, bireylerin bilgiye erişim ve deneyimlerini paylaşma biçimlerini kökten değiştirmiş; toplumsal hafızanın inşa süreçlerini geleneksel meknlardan siber uzaya taşımıştır. Bu ekosistemin merkezinde yer alan sosyal medya, kullanıcıların bilgi, deneyim ve görsel içerik üretilip bunları karşılıklı olarak paylaşmalarına imkân tanıyan dinamik bir iletişim aracı işlevi görmektedir (Ackland & Tanaka, 2015). Özellikle evrimii yorumlar ve paylaşılan deneyimler, seyahat eden bireylerin karar verme süreçlerinde kritik birer bilgi kaynağına dönüşmüştür (Arsal vd., 2008).

Söz konusu dijital dönüşümün turizm sektöründeki en belirgin yansımalarından biri, görsel içerik üretiminin zirveye ulaştığı “selfie ağı”dır (Mostafanezhad & Norum, 2018). Bu görsel odaklı dönemde, özellikle Instagram üzerinden paylaşılan gastronomi temalı fotoğraf ve görseller tüketicilerde merak uyandırma, dikkat çekme ve ürünü bizzat deneyimleme isteğini artırma noktasında stratejik bir etkiye sahip hale gelmiştir (Teyin, 2020).

4.1. Görsellik ve Duyusal Gerçeklik

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle birlikte pazarlama faaliyetleri geleneksel araçlardan uzaklaşarak büyük lde dijital ortamlara taşınmıştır. Bu süreçte broşür, gazete ve televizyon gibi klasik yöntemlerin yerini e-posta, internet ve sosyal medya gibi elektronik iletişim araçları almıştır (Teyin, 2020). Bu dijital dönüşümün en somut hissedildiği alanlardan biri olan gastronomide sosyal medya, işletmelerin hizmet anlayışını, ürün çeşitliliğini ve kurumsal kimliğini yansıtan kritik bir mecra haline gelmiştir (Akkuş, 2020).

Özellikle Instagram gibi görsel odaklı platformların yaygınlaşması ve Photoshop gibi yazılımların profesyonel/amatör düzeyde kullanımının artması, bireylerin dijital yemek görselleriyle karşılaşma sıklığını önemli lde artırmıştır. Bu durum, yiyeceklerin doğal tüketim bağlamından koparak dijital ortamda sürekli yeniden üretilen görsel nesnelere dönüşmesine zemin hazırlamıştır (Spence vd., 2016). nceki bölümlerde vurgulanan ve otobiyografik belleği tetikleyen çok duyulu (koku, doku, ses) gastronomik deneyimler, dijital platformlarda yalnızca görme duyusuna indirgenerek derinliğini

kaybetme ve duysal bir dözleşmeye uğrama riski taşıtmaktadır (Abbar vd., 2015). Ancak bireylerin iştah uyandıran bu sanal gorselleri incelemeye gidecek daha fazla zaman ayırması, ironik bir şekilde geręek yemek tüketime deneyimine olan odaklanma düzeyinin azalmasına yol açabilmektedir (Spence vd., 2016).

4.2. Dijital Arşivleme

Kültürel miras, toplumların geğmişten günümüze taşıdığı deneyim ve geleneklerin devamlılığını sağlayan, geleceğe işık tutan ve toplumsal dayanışma ile birlik duygusunu güçlendiren bir olgu olarak ifade edilmektedir (Kuşcuoğlu & Taş, 2017). Mirasın korunması, yalnızca tariflerin kayıt altına alınmasıyla sınırlı görölmemekte; aynı zamanda bu tariflerin oluşumunda yer alan hammaddelerin, üretim tekniklerinin ve üretimin geręekleřtięi mekânsal bağlamın da sürdürülebilirliğini kapsamaktadır. Bu yaklaşımda “yerellik” ve “teruar” kavramları, kültürel ve gastronomik mirasın anlaşılması ve korunmasında temel bir çeręeve sunmaktadır (Huang vd., 2024).

Dijital medya aracılığıyla yürütölen stratejik iletişim ve halkla ilişkiler faaliyetleri, mutfak mirasının korunmasına yönelik bütöncöl ve koordineli bir yaklaşım geliştirilmesine katkı sağlayabilmektedir. Bu süreç, yerel üreticilerin desteklenmesi, coğrafi işaretleme haklarının korunması ve yerel toplulukların karar alma süreçlerine aktif biçimde dâhil edilmesi açısından önemli bir rol üstlenmektedir (Widjanarko vd., 2024; Xie, 2021). Dijitalleşme süreci, e-öğrenme, mobil uygulamalar ve dijital arşivleme sistemleri aracılığıyla yemek tariflerinin kayıt altına alınmasını kolaylaştırarak bilgiye hızlı erişim, mesleki gelişim, yemek kalitesinin korunması ve kültürel aktarımın güçlenmesi gibi önemli olumlu çıktıları sağlamaktadır (Kemer & Çilan-Akın, 2026). Sonuç olarak, bireysel hafızadaki duysal kodlardan başlayıp kolektif belleğe uzanan geleneksel mutfak mirasının sürdürülebilirliği için yalnızca geğmişe bağlılığı esas alan bir yaklaşım yeterli görölmemekte; bunun yanında dijital çağın sunduğu teknolojik imkânları (arşivleme, e-öğrenme vb.) kültürel aktarıma entegre edebilen, esnek ve dönüşüme açık bir koruma perspektifinin benimsenmesi gerekliliği öne çıkmaktadır (Bayar, 2025).

5. SONUÇ

Bu bölümde gastronomik deneyimlerin yalnızca biyolojik bir tüketim süreci ya da anlık bir haz unsuru olmadığı, aynı zamanda bireysel ve kolektif belleğin oluşumunda, korunmasında ve kuşaklararası aktarımında te-

mel bir rol üstlendiği ortaya konulmuştur. Bu bağlamda, bireysel düzeyde gastro-nostalji, tat ve koku gibi duyuşal uyarıların tetiklediği otobiyografik hafıza aracılığıyla bireyi çocukluk deneyimlerine, aile bağlarına ve güven duygusunun yoğun olarak yaşandığı geçmiş anlara yeniden bağlayan psikolojik bir mekanizma olarak işlev görmektedir (Holtzman, 2006). Söz konusu duyuşal ve duygusal zemin çocukluk döneminde tüketilen gıdaların ve özellikle zorlayıcı duygusal süreçlerde başvurulan rahatlatıcı yiyeceklerin, bireylerin yetişkinlik dönemindeki beslenme tercihlerini, tat hafızalarını ve kimlik algılarını şekillendiren kalıcı deneyimler oluşturduğunu göstermektedir (Şimşek & Yalın-Kaya, 2018). Bireysel hafızada oluşan bu deneyimler, toplumsal düzeye taşındığında daha geniş bir kültürel çerçeveye dönüşmektedir. Kolektif boyutta mutfak pratikleri, geleneksel ritüeller ve geçiş dönemi seremonileri aracılığıyla somut olmayan kültürel mirasın kuşaklararası aktarımını destekleyen ve sürdürülebilirliğini güvence altına alan ortak bir hafıza alanı inşa edilmektedir (Akdağ & Üzülmöz, 2017). Bu süreçlerin toplamında yemek, yalnızca fiziksel bir doyum aracı olmaktan çıkarak toplumsal bağları güçlendiren, aidiyet duygusunu pekiştiren ve “kolektif unutmama” riskine karşı direnç oluşturan dinamik bir kültürel kimlik göstergesi hâline gelmektedir (Halbwachs, 2016).

Bu doğrultuda, gastronomik hafızanın korunması ve gelecek nesillere güvenle aktarılması için bütüncül ve stratejik adımların atılması gerekmektedir. İlk olarak, gastronomik mirasın yalnızca görsel sunumlara veya dijital imgelere indirgenmesini önlemek amacıyla, tat, koku ve geleneksel doku gibi çoklu duyuşal deneyimleri merkeze alan gastronomi politikaları geliştirilmelidir. Bununla birlikte, geleneksel pişirme teknikleri, yerel hammaddeler, usta-çırak ilişkileri ve “teruar” bağlamını içeren yerel bilgi sistemlerinin korunması büyük önem arz etmektedir. Coğrafi işaretleme süreçleri ve yerel üreticilerin desteklenmesi faaliyetleri, dijital mecralardaki stratejik iletişim çalışmalarıyla koordineli bir şekilde yürütülerek toplumsal hafızadaki yerelliğin sürekliliği güvence altına alınmalıdır. Son olarak, geleneksel mutfak kültürünün kolektif bellekte canlı kalabilmesi adına eğitim, müzecilik ve deneyim tasarımı entegrasyonu hayata geçirilmelidir. Dijital arşivleme sistemleri, e-öğrenme modelleri ve mobil uygulamalar, interaktif gastronomi müzeciliği ve somut deneyim atölyeleriyle birleştirilmelidir. Böylece yeni nesillerin mutfak mirasını yalnızca sosyal medyada paylaşılan görsel birer nesne olarak tüketmesinin önüne geçilecek, eğitim müfredatları ve uygulamalı süreçler sayesinde genç kuşakların bu somut olmayan kültürel mirası bizzat deneyimleyerek içselleştirmesi ve kimlik sürekliliğini sağlamak mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abbar, S., Mejova, Y., & Weber, I. (2015). You Tweet What You Eat: Studying Food Consumption Through Twitter, Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (3197-3206).
- Abdurrezzak, A.O. (2014). İşlevsel teori bağlamında yemek kültürünün iletişimsel yönü. *Turkish Studies – International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(11), 1–16.
- Ackland, R., & Tanaka, K. (2015). Development impact of social media (World Development Report Background Papers). World Bank Group.
- Akay, S. (2006). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Tarih Araştırmalarında Kaynak Olma Özelliği. *Milli Folklor Dergisi*, (70): 38-58.
- Akdağ, G., & Üzülmöz, M. (2017). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında otantik yiyeceklere yönelik bir inceleme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 301–309. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.132>
- Akkuş, M. (2020). Sosyal medya tanıtımlarının görsel iletişim mecrası olarak önemi ve gastronomi fotoğrafçılığı (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, Z., Güneren, E., & Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 3–13.
- Arsal, I., Backman, S., & Baldwin, E. (2008). Influence of an online travel community on travel decisions. In *Information and communication technologies in tourism 2008* (ss. 82–93). Springer.
- Bayar, Ç. (2025). Gastromilliyetçilik ve geleneksel mutfak mirasının korunmasında karşılaşılan zorluklar. ASERC 3rd International Conference on Humanity and Social Sciences, İstanbul, Türkiye.
- Baysal, A. (2016). Genel beslenme. Ankara: Hatiboğlu Yayıncılık.
- Beşirli, H. (2011). Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (58), 139–152.
- Çankaya, E. (2006). Somut olmayan kültürel mirasın müzecilik bağlamında korunması (Yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul).
- Çetinkaya, N., & Yıldız, S. (2018). Somut olmayan kültürel miras unsuru Erzurum lavaş (acem) ekmeğinin turistik ürüne dönüştürülmesine yönelik bir çalışma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 430–452.
- Demir, F. O. (2008). Pazarlamanın nostaljik oyunu: Retro markalama. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (33), 29-41.

- Giddens, A. (2000). *Modernliğin sonuçları* (E. Kuşdil, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Güneş, G., Ülker, H. İ., & Karakoç, G. (2008). Sürdürülebilir turizmde yöresel yemek kültürünün önemi. II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 10–11 Nisan.
- Hackländer, R. P. M., Janssen, S. M. J., & Bermeitinger, C. (2019). An in-depth review of the Proust phenomenon: Senses, origins, and characteristics of odor-evoked autobiographical memories. *Psychonomic Bulletin & Review*, 26(2), 401-416.
- Halbwachs, M. (2016). *Hafızanın Toplumsal Çerçevesi*. (Çev. Büşra Uçar). Ankara: Heretik Yayıncılık.
- Hepper, E. G., Ritchie, T. D., Sedikides, C., & Wildschut, T. (2012). Odyssey's end: Lay conceptions of nostalgia reflect its original homeric meaning. *Emotion*, 12(1), 102–119. <https://doi.org/10.1037/a0025167>
- Hepper, E. G., Sedikides, C., Wildschut, T., Cheung, W. Y., Abakoumkin, G., Arıkan, G., Aveyard, M., Baldursson, E. B., Bialobrzeska, O., Bouamama, S., & Bouzaouech, I. (2024). Pancultural nostalgia in action: Prevalence, triggers, and psychological functions of nostalgia across cultures. *Journal of Experimental Psychology: General*, 153(3), 754–778. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/xge0001521>.
- Herz, R. S. (2004). A peek into the Proustian phenomenon: Odor-evoked autobiographical memories. *Memory*, 12(1), 108-118.
- Holtzman, J. D. (2006). Food and Memory. *Annual Review of Anthropology*, 35, 361–378.
- Huang, Y., Hall, C. M., & Chen, N. (2024). Destination restaurants' practices and the production of locality: The case of Michelin restaurants in China. *Foods*, 13(12), 1838. <https://doi.org/10.3390/foods13121838>
- Jin, H., & Hwang, J. (2024). The dual lens of authenticity and likability: The effect of cultural familiarity on consumer responses to ethnic foods. *International Journal of Hospitality Management*, 117.
- Karagöz, D., & Ramkissoon, H. (2024). Loneliness, travel nostalgia, subjective well-being and prevention regulatory focus: A moderated mediation model analysis. *Current Issues in Tourism*, 27(2), 217–233. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2173516>
- Kemer, N., & Çılan Akın, A. (2026). Dijitalleşmenin geleneksel Türk yemeklerinin sürdürülebilirliğine etkisi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 84–106.
- Keskin, A., & Genç, B. (2025). Gastronomi ve zamanın antropolojisi bağlamında doksanlarda çocuk olmak. *Türkbilig*, (49), 288–318.
- Kuşçuoğlu Öksüz, G., & Taş, M. (2017). Sürdürülebilir kültürel miras yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi*, 2(1), 58–67.

- Lee, K. S. (2023). Cooking up food memories: A taste of intangible cultural heritage. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 1–9.
- Lin, Y. C., Pearson, T. E., & Cai, L. A. (2011). Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 11(1), 30–48. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.22>
- Lin, J., Cui, Q., & Xu, H. (2023). Beyond novelty–familiarity dualism: The food consumption spectrum of Chinese outbound tourists. *Journal of China Tourism Research*, 19(2), 155–175.
- 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 and Foodways*, 13(4), 273–297. <https://doi.org/10.1080/07409710500334509>
- Mandal, S., Gunasekar, S., Dixit, S. K., & Das, P. (2022). Gastro-nostalgia: Towards a higher order measurement scale based on two gastro festivals. *Tourism Recreation Research*, 47(3), 2.
- Mostafanezhad, M., & Norum, R. (2018). Tourism in the post-selfie era. *Annals of Tourism Research*, 70, 131–132. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.11.008>
- Noushida, P. P., & Ponmulathodi, K. (2025). Migration, nostalgia of mothers' recipes and technology: Narrations from Gulf migrants of Northern Kerala. *Food, Culture and Society*, 28(5), 1367–1395.
- Ong, L. S., IJzerman, H., & Leung, A. (2015). Is comfort food really good for the soul? a replication of Troisi and Gabriel's (2011) Study 2. *Frontiers in Psychology*, 6, 1-9.
- Özenoğlu, A. (2017). Duygu durumu, besin ve beslenme ilişkisi, Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, Online Early, 1-9.
- Özgüneş, R. E. (2020). Geçmişe özlemi lezzetlerde yaşamak: Gastronostalji. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 60-75.
- Özgüneş, R. E., & Bozok, D. (2022). Lezzetin nostaljisi: Yiyecek ve bellek ilişkisi üzerine. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(4), 3213–3228.
- Pehlivan, A. (2015). Açık ve örgün eğitim sosyal bilgiler ders kitapları ve öğretim programında somut olmayan kültürel miras öğelerinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir).
- Raghavan, A., Asia, S. & Singh, V. (2015). Circuits of authenticity. *Economic and Political Weekly*, 50, (31), 69-74.
- Reid, C. A., Green, J. D., Buchmaier, S., McSween, D. K., Wildschut, T., & Sedikides, C. (2023). Food-evoked nostalgia. *Cognition & Emotion*, 37(1), 34–48.
- Reid, C. A., Green, J. D., Wildschut, T., Sedikides, C., McSween, D. K., & Buchmaier, S. (2026). Food nostalgia and food comfort: The role of social connectedness. *Cognition & Emotion*, 40(1), 217–225.

- Renko, S., & Bucar, K. (2014). Sensing nostalgia through traditional food: an insight from Croatia. *British Food Journal*.
- Ricoeur, P. (2017). *Hafıza, Tarih, Unutuş*. (Çev. Mehmet Emin Özcın). İstanbul: Metis Yayınları.
- Saçlı, Ç. (2016). Destinasyon tercihinde somut olmayan kültürel miras değerlerinin kültür turisti tipolojisi açısından önemi: Konya örneği (Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya).
- Sağır, A. (2016). Ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofrası pratikleri üzerine. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 271–298. <https://doi.org/10.20296/tsad.92248>
- Samancı, Ö. (2018). Türk mutfak kültüründe helva geleneği. <https://turkascihaberleri.com/HaberDetay/32719/index.html>
- Seçim, Y., & Esen, F. M. (2019). Konya mutfağında yer alan yöresel yemeklerin işletme menülerinde yer alma düzeylerinin tespit edilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 279–294.
- Sharma, I., Aggarwal, A., & Lim, W. M. (2026). Gastro-nostalgia and cultural familiarity shaping tourists' perceptions of food attributes and future behaviors in culinary tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 66, 101412. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2026.101412>
- Shepherd, G. M. (2012). *Neurogastronomy: How the Brain Creates Flavor and Why It Matters*. Columbia University Press.
- Spence, C., Okajima, K., Cheok, A. D., Petit, O., & Michel, C. (2016). Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation. *Brain and Cognition*, 110, 53–63.
- Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The New Science of Eating*. Viking Publisher.
- Sutton, D. E. (2001). *Remembrance of Repasts: An Anthropology of Food and Memory*. Berg Publishers.
- Şimşek, N., & Yalım-Kaya, S. (2018). Bireylerin Rahatlamak ve İyi Hissetmek İçin Tükettikleri Gıdalar: Comfort Food İçin Türkçe Terim Önerisi. 4. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 19-21 Temmuz, Kastamonu, 262-273.
- Teyin, G. (2020). Sosyal ağların gastronomi ürünlerinin pazarlanmasında kullanımı: Instagram örneği. In *Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm* (ss. 251–263). USF M3 Publishing.
- Thompson, L. (2013). Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance and political imagination. *New Contree*, 68, 123–125. <https://doi.org/10.4102/nc.v68i0.273>
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (2022). Somut olmayan kültürel miras ihtisas komitesi. <https://www.unesco.org.tr/Pages/168/19>
- Wagner, H. S., Ahlstrom, B., Redden, P., Vickers, Z., & Mann, T. (2014). The myth of comfort food. *Health Psychology*, 33(12), 1552-1557.

- Widjanarko, W., Lusiana, Y., Istiyanto, S., Novianti, W., & Evgenievna, L. (2024). Promoting local cuisine on social media: A strategic communication approach. *Komunikator*, 16(1), 53–66. <https://doi.org/10.18196/jkm.20763>
- Xie, P. (2021). Tourism promotion through the UNESCO Creative City of Gastronomy. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(4), 195–206. <https://doi.org/10.3727/216929721x16105303036553>
- Yeşil, Y. (2014). Türk dnyasında geğiş dñemi ritüelleri üzerine tespitler. 21. Yzyılda Eğitim ve Toplum Dergisi, 3(9), 117–136.
- Yurtseven, H. R. (2011). Sustainable gastronomic tourism in Gokceada (İmbros): Local and authentic perspectives. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17–26.

MÜBADELE MUTFAĞI: GÖÇ, BESLENME VE SAĞLIK ÜZERİNE BİR İNCELEME

Gözde TÜRKÖZ BAKIRCI*
Işıl ÖZGEN**

1. GİRİŞ

Nüfus mübadelesi, Türkiye-Yunanistan arasında Lozan Barış Antlaşması'na ek olarak yapılan sözleşme uyarınca gerçekleşmiştir. Bu sözleşme sonucunda iki ülke vatandaşlarının inanç esaslı temel alınarak zorunlu göçe tabi tutulmuş ve bu kişiler mübadil olarak adlandırılmaktadır (Oğan & Uzman, 2025). 1923 Türk-Yunan Nüfus Mübadelesi, göçmen toplulukların kültürel ve beslenme alışkanlıklarını önemli düzeyde etkilemiştir. Göç eden bireyler, kendi mutfak geleneklerini yeni yerleşim alanlarına taşımış ve bu gelenekleri yerel ürün ve pişirme teknikleriyle harmanlayarak özgün bir mutfak kültürü oluşturmuşlardır. Mübadele mutfağında beslenmenin karakteristik özelliklerini sebze, baklagil, tahıl ve zeytinyağı ağırlıklı ürünler oluşturmaktadır. Özellikle fermente gıdalar, yabani otlar ve deniz ürünleri ise günlük diyetin önemli bir parçası hâline gelmiştir (Kutlu vd., 2026). Bu beslenme biçimi içerdiği yüksek lif, vitamin ve mineral sayesinde hem kalp-damar sağlığını hem de metabolik fonksiyonları desteklemiştir. Buna karşın, göç süreci ve sonrasında besin güvencesi konusunda yaşanan çeşitli zorluklar, yetersiz hijyen koşulları, beslenme kaynaklı sağlık sorunlarını da beraberinde getirmiştir (Kayaoğlu, 2024).

* Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, gozde.turkoz@deu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-9910-3314

** Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, isil.goksu@deu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4142-1138

Mübadele döneminde yemek kültürü, yalnızca biyolojik gereksinimleri karşılamakla kalmamıştır. Aynı zamanda göçmen toplulukların kimlik, aidiyet ve psikososyal iyilik hali üzerinde belirleyici olmuştur. Geleneksel yemeklerin hazırlanması ve tüketilmesi, göçmenlerin kültürel hafızalarını korumalarına, toplumsal bağlarını güçlendirmelerine ve yeni çevreye uyum sağlamalarına katkıda bulunmuştur. Dolayısıyla mübadele mutfağı, göçmenlerin kimlik, aidiyet ve toplumsal bağlarını korumada merkezi bir rol oynayan, aynı zamanda sağlıklı ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarını yansıtan örnek teşkil etmektedir. Bu doğrultuda çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi tekniğı kullanılarak yürütülmüştür. Bu kapsamda kitabın bu bölümünde göç, beslenme, kültürel bellek ve mübadele mutfağına ilişkin ulusal ve uluslararası literatür, arşiv belgeleri ve ikincil kaynaklar incelenmiştir.

2. GÖÇ, KÜLTÜREL BELLEK VE BESLENME İLİŐKİŐİ

Lozan Antlaşması sonrasında gerçekleştirilen Türk-Yunan Nüfus Mübadelesi, geniş ölçekli bir zorunlu göç hareketi olup kültürel yapılar üzerinde kalıcı etkiler bırakmıştır. Göç çalışmaları literatüründe yemek kültürü, kimlik ve aidiyetin en güçlü taşıyıcılarından biri olarak tanımlanmaktadır (Mintz & Du Bois, 2002).

Göç ve yemek çalışmaları genellikle iki ana perspektif etrafında şekillenmektedir: Bunlardan birincisi, yemeğın topluluk dayanışmasını güçlendiren, birleştirici ve sosyal iletişimi destekleyici rolüne odaklanan çalışmalardır. İkincisi ise, tüketim kültürü ve gıda sömürgeciliğı bağlamında yemeğın toplumsal ve ekonomik etkilerini inceleyen çalışmalardır (Aral, 2023).

Mübadele göçmenleri, yerleştikleri bölgelerin kültürel yapısı üzerine de etki etmişlerdir. Yanlarında getirdikleri yük taşıma araçları ve fırın gibi pratik gereçler günlük yaşamın bir parçası olarak kullanılmıştır. Ayrıca giyim-kuşam ve beslenme alışkanlıkları aracılığıyla bölge kültürüne katkıda bulunmuş, estetik anlayışlarıyla mimari ve peyzaj düzenlemeleri etkilemişlerdir (Çapa, 2001). Bu kapsamda mübadillerin Anadolu'ya taşıdığı ekonomik ve kültürel unsurlara Şekil 1'de yer verilmiştir (Altuğ ve Yılmaz, 2022).



Şekil 1. Mübadillerin Anadolu'ya taşıdığı ekonomik ve kültürel unsurlar
Kaynak: Altuğ ve Yılmaz, 2022.

Beslenme alışkanlıkları, yalnızca biyolojik gereksinimleri karşılayan bir sistem değildir. Aynı zamanda tarihsel deneyimlerin ve toplumsal belleğin aktarım aracıdır (Fischler, 1988). Bu kapsamda mübadele mutfağı, göç sonrası kültürel sürekliliğin somut bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Göç süreçleri; bireylerin hayatlarını, rutinlerini ve toplumsal ilişkilerini etkilediğı gibi, beslenme alışkanlıklarını da yeniden şekillendirmektedir (Arcadu vd., 2025; Varre vd., 2025). Göç eden bireyler, yemekler aracılığıyla köken kültürleriyle bağ kurarken, yerel toplumla da kültürel etkileşime girerler ve bu süreç beslenme alışkanlıklarında değişikliklere neden olur.

Mübadele mutfağı, 1923 Türk-Yunan Nüfus Mübadelesi ile Anadolu'ya gelen Girit, Rumeli ve Ege kökenli toplulukların mutfak kültürlerini taşıması sonucu oluşmuş birleşik bir gastronomik yapıdır. Bu mutfak hem kültürel kimliğin korunmasını sağlayan hem de yerel mutfak ile etkileşim yoluyla beslenme alışkanlıklarını zenginleştiren bir model sunmaktadır (Mintz, 1997; Counihan & Van Esterik, 2012). Mübadele mutfağı, sebze, baklagil ve zeytinyağı ağırlıklı yemekler ile karakterize olurken, fermantasyon ve koruma yöntemleri ile gıda güvenliğı ve lezzet çeşitliliğini sağlamıştır (Estruch vd., 2013; Valdes vd., 2018). Bu bağlamda mübadele mutfağı, göç olgusunun kültürel ve beslenme boyutlarını bir arada yansıtan özgün bir gastronomik mirastır. Bitkisel ağırlıklı yapısı, zeytinyağı kullanımı ve baklagil temelli beslenme alışkanlığı nedeniyle halk sağlığı açısından olumlu özellikler taşımaktadır.

3. MÜBADELE MUTFAĞI

Mübadele mutfağı, kültürel antropoloji literatüründe yemek, kimlik inşasında merkezi bir unsur olarak kabul edilmektedir (Mintz & Du Bois, 2002). Göç eden topluluklar için geleneksel tariflerin korunması, kültürel hafızanın sürdürülmesinde önemli bir araçtır. Özellikle ikinci ve üçüncü kuşaklarda yemek pratikleri, kökenle bağ kurmanın sembolik bir yolu olarak işlev görmektedir (Fischler, 1988).

Akdeniz diyeti; sebze, meyve, tam tahıl, baklagil ve zeytinyağı ağırlıklı yapısıyla sağlıklı beslenme modelleri arasında gösterilmektedir (Willett vd., 2019). Mübadele mutfağı da genel olarak Akdeniz tipi beslenme modeline benzer özellikler göstermektedir. Mübadele mutfağının temel besin gruplarına açıklamaları ile birlikte aşağıda yer verilmiştir.

Zeytinyağı: Mübadele mutfağının temel yağ kaynağıdır. Zeytinyağı kullanımı, Akdeniz diyeti ile yüksek derecede örtüşmekte olup, kalp-damar sağlığını destekleyici etkileri literatürde kapsamlı şekilde belgelenmiş-

tir (Estruch vd., 2013; Willett vd., 2019). Girit göçmenleri zeytinyağını yemeklerin ana lezzet ve pişirme aracı olarak taşımış, hem kızartmalarda hem de zeytinyağlı sebze yemeklerinde yoğun şekilde kullanmışlardır (Baysal, 2015). Zeytinyağlı Yemekler, mübadele mutfağının en bilinen yemek grubudur. Enginar, bamya, kabak ve fasulye gibi sebzeler zeytinyağı ve limon ile pişirilmektedir. Bu yemekler antioksidan, lif ve vitamin açısından zengin olup, Akdeniz diyetinin koruyucu etkileri ile örtüşmektedir (Estruch vd., 2013; Baysal, 2015).

Sebzeler ve Yabani Otlar: Mübadele mutfağında sebzeler ve yabani otlar beslenme açısından hem lif hem de antioksidan kaynağıdır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022). Literatürde bu otlar, karaciğer fonksiyonu ve sindirim sistemi sağlığı üzerinde olumlu etkileri olan fonksiyonel besinler olarak tanımlanmaktadır (Valdes vd., 2018; Holtzman, 2006). Şevketibostan, radika ve cibez gibi ot yemekleri, mübadele mutfağının karakteristik lezzetlerindedir. Bu yemekler sadece beslenme değil, aynı zamanda kültürel kimliğin ve göçmen hafızasının sürdürülmesi açısından da önemlidir

Baklagiller: Nohut, kuru fasulye ve mercimek gibi baklagiller mübadele mutfağının temel protein kaynaklarından. Bitkisel protein, lif ve düşük glisemik indeksli karbonhidrat profili ile metabolik hastalık riskini azaltır (Baysal, 2015; Willett vd., 2019).

Deniz Ürünleri: Ege ve Akdeniz kıyılarından gelen göçmenler, deniz ürünlerini mutfaklarına taşımışlardır. Hamsi, çipura, levrek gibi balıklar ve kabuklu deniz ürünleri omega-3 yağ asitleri açısından zengindir ve kardiyovasküler sağlığı destekler (Estruch vd., 2013).

Tahıllar ve Hamur İşleri: Girit mutfağında gelen boyoz, gevrek ve kumru gibi hamur işleri, yüksek enerji sağlayıcı geleneksel ürünlerdir. Bu ürünler hem kahvaltıda kültüründe hem de özel günlerde tüketilmiştir (Çakmak, 2022).

Fermente Ürünler: Yoğurt, peynir, turşu ve salamura sebzeler mübadele mutfağında sıkça kullanılmaktadır. Fermente gıdalar probiyotik etkileri ile bağırsak florasını destekler ve bağışıklık sistemine katkıda bulunur (Valdes vd., 2018).

Tatlılar: Revani, baklava ve diğer şerbetli tatlılar, Girit ve Rumeli mutfak mirasının taşınan örneklerindedir. Şeker ve tahıl temelli bu tatlılar, özel günlerde kültürel ritüellerin bir parçası olarak tüketilmiştir (Mintz, 1997; Dursun & Güzeller, 2024).

Tablo 1. Mübadele Mutfağı: Beslenme ve Kültürel Rol

Yemek Grubu/ Besin	Örnekler	Başlıca Besin Öğeleri	Olası Sağlık Etkileri	Kültürel / Kimlik Rolü
Zeytinyağlı Yemekler	Bamya, fasulye, enginar, kabak	Zeytinyağı, lif, vitaminler (A, C, K), antioksidanlar	Kalp-damar sağlığını destekler, inflamasyonu azaltır, antioksidan kaynağı	Girit göçmenlerinin yemek kültürünü sürdürme, kökenle bağ kurma
Sebzeler ve Yabani Otlar	Cibez, şevketibostan, radika	Lif, vitaminler (A,C,K), mineral (demir, magnezyum, kalsiyum), antioksidan	Sindirimi destekler, kronik hastalık riskini azaltmaya katkı sağlar	Göçmen hafızasının ve kültürel kimliğin sürdürülmesi
Baklagiller	Nohut, mercimek, kuru fasulye	Bitkisel protein, lif, kompleks karbonhidrat	Metabolik hastalık riskini azaltır, uzun süre tokluk sağlar	Geleneksel yemek pratiğinin devamı, aile sofralarında rol
Deniz Ürünleri	Çipura, hamsi, levrek, kabuklu deniz ürünleri	Omega-3 yağ asitleri, protein, D vitamini	Kardiyovasküler sağlığı destekler, kronik hastalık riskini azaltabilir	Ege ve Akdeniz göçmen kültürünün aktarımı
Tahıllar ve Hamur İşleri	Boyoz, kumru, gevrek	Karbonhidrat, enerji	Enerji sağlar; tam tahıl tüketimi sindirim ve kan şekeri kontrolünü destekler	Kahvaltı kültürü ve özel günlerde tüketim, geleneksel tatların aktarımı
Fermente ürünler	Salamura sebzeler, turşu, yoğurt, peynir	Probiyotikler, kalsiyum, protein	Bağırsak sağlığını destekler, bağışıklık sistemi için faydalı	Geleneksel saklama ve tüketim yöntemlerinin kültürel aktarımı
Tatlılar	Şerbetli tatlılar, baklava, revani	Şeker, tahıl, yağ	Yüksek enerji içerir, kontrollü tüketilmesi önerilir	Özel günler ve ritüellerle kültürel aidiyet, göçmen hafızası

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de görüldüğü üzere mübadele mutfağı bitkisel ağırlıklı yapısı, zeytinyağı kullanımı ve baklagil temelli yemek çeşitliliği, hem sağlıklı beslenme açısından avantajlar sunmakta hem de kültürel kimliğin ve göçmen hafızasının kuşaklararası aktarımını desteklemektedir. Sebzeler, yabani otlar ve deniz ürünleri, antioksidan, vitamin, lif ve omega-3 gibi besin öğeleri açısından zengin kaynaklar sunarken; fermente ve turşu ürünleri bağırsak sağlığını destekler. Tahıllar ve hamur işleri enerji sağlarken, tatlılar kültürel ritüellerin sürdürülmesinde rol oynar. Tablo 1’de özetlendiği şekilde mübadele mutfağı, yalnızca beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda tarihsel ve toplumsal kimliği de şekillendiren çok boyutlu bir gastronomik örnek olarak değerlendirilebilir.

4. MÜBADELE DÖNEMİ BESLENME VE SAĞLIK

Mübadele dönemi beslenmesi, düşük enerji yoğunluklu ancak besin değeri yüksek gıdaları içermektedir. Zeytinyağı ve tahıllar temel enerji kaynağı olurken; baklagiller ve sebzeler hem protein hem de lif sağlamaktaydı. Bu durum, modern beslenme bilimi açısından düşük kalp-damar ve metabolik hastalık riskleri ile ilişkilendirilmektedir (Willett vd., 2019). Ayrıca et tüketimi görece düşük olup, hayvansal yağ yerine bitkisel yağ kullanımının yaygın olması kalp-damar sağlığı açısından avantaj yaratmıştır (Estruch vd., 2013).

Mübadele mutfağında sebze ve yabancı otların kullanımı, A, C, K vitaminleri ile kalsiyum, demir, magnezyum alımını desteklemiştir (Valdes vd., 2018). Antioksidan içeriği yüksek olan zeytinyağı ve otlar, inflamasyonun düzenlenmesine ve oksidatif stresin azaltılmasına katkı sağlamaktadır (Estruch vd., 2013). Bu beslenme biçiminin kronik hastalık riskini azaltıcı özellikler taşıdığı değerlendirilmektedir.

Sebzeler, baklagiller ve tam tahıllar mübadele döneminde temel besin öğeleri arasında yer almakta olup, yüksek lif içerikleri sayesinde sindirim sistemi sağlığını desteklemişlerdir (Baysal, 2015; Holtzman, 2006). Lif, bağırsak motilitesini artırırken, aynı zamanda kolorektal kanser riskinin azalmasına da katkıda bulunmuştur. Fermente ürünler bağırsak florasını destekleyerek bağışıklık sistemine olumlu etkiler sağlamıştır (Valdes vd., 2018).

Omega-3 açısından zengin deniz ürünleri tüketimi, kan lipid profili, tanسیون ve glukoz metabolizması üzerinde olumlu etki göstermiştir (Estruch vd., 2013; Willett vd., 2019). Mübadele mutfağındaki sebze ve baklagil ağırlıklı beslenme, tip 2 diyabet riskinin azalmasına ve insülin duyarlılığının artmasına katkı sağlamıştır (Willett vd., 2019).

Mübadele mutfağı, sağlık açısından biyolojik etkilerinin ötesinde, göçmen topluluklar için psikososyal iyilik halini desteklemiştir. Geleneksel yemeklerin hazırlanması ve tüketilmesi, toplumsal aidiyet, kimlik ve kültürel süreklilik açısından önemli bir rol oynamıştır (Mintz, 1997; Counihan & Van Esterik, 2012; Dursun & Güzeller, 2024). Bu durum, beslenmenin sadece fizyolojik değil, aynı zamanda toplumsal ve psikolojik boyutlarını da ortaya koymaktadır.

Mübadele dönemi beslenmesi, günümüz beslenme bilimi perspektifi ile değerlendirildiğinde: kalp-damar ve metabolik hastalık riskini azaltıcı, antioksidan ve lif açısından zengin, bağırsak ve sindirim sağlığını destekleyici, kültürel kimliği ve psikososyal sağlığı koruyucu bir beslenme modeli sunmaktadır. Bu nedenle, mübadele mutfağı yalnızca tarihsel bir kültürel miras

değil; aynı zamanda sağlık ve beslenme biliminde referans alınabilecek bir örnek teşkil etmektedir (Estruch vd., 2013; Valdes vd., 2018; Holtzman, 2006).

Göç sonrası yerleşim yerlerinde gıda kıtlığı, düşük protein ve mikrobesein öğeleri alımı, yetersiz kalori temini gibi sorunlar sık görülmüştür. Bu durum, özellikle çocuklar ve yaşlılar arasında beslenme yetersizliğine bağlı hastalıkların artmasına neden olmuştur (Fischler, 1988). Göç sonrası yeni yerleşim yerlerinde gıda çeşitliliği ve erişilebilirliği değişmiş, işlenmiş gıdalara yönelim başlamıştır. Bu durum bazı bireylerde insülin direnci, tip 2 diyabet ve hipertansiyon riskini artırmıştır (Varre vd., 2025; Willett vd., 2019). Ancak mübadele mutfağı bitki ağırlıklı olduğundan, görece daha sağlıklı beslenen topluluklarda metabolik riskler sınırlı kalmıştır.

Beslenme kaynaklı hastalıklar yalnızca fiziksel sağlık üzerinde değil, psikososyal sağlık üzerinde de etkili olmuştur. Yetersiz beslenme ve gıda kıtlığı, depresyon ve anksiyete gibi psikolojik streslerle ilişkilendirilmiştir (Mintz, 1997). Ayrıca, kültürel yemeklerin korunması göçmen topluluklarda moral ve aidiyet duygusunu artırmış, psikososyal sağlık açısından koruyucu bir etki göstermiştir (Counihan & Van Esterik, 2012). Mübadele dönemi beslenme kaynaklı hastalıklar; protein-enerji malnütrisyonu, mikrobesein öğeleri eksiklikleri, enfeksiyon hastalıkları ve metabolik riskler şeklinde özetlenebilir. Ancak geleneksel mübadele mutfağı, özellikle bitki temelli yapısıyla, birçok kronik hastalık ve metabolik risk açısından koruyucu etkiler sunmuştur. Bu durum, tarihsel göç bağlamında beslenme alışkanlıklarının hem sağlık hem de kültürel kimlik açısından merkezi bir rol oynadığını göstermektedir.

5. 1923 TÜRK–YUNAN NÜFUS MÜBADELESİNDEN GÜNÜMÜZ GÖÇMEN BESLENME ALIŞKANLIKLARINA DÖNÜŞÜM (1923–2020)

Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde Anadolu ve Balkan coğrafyasında Türkler ve Rumlar iç içe yaşamaktaydı. Bu dönemde beslenme alışkanlıkları büyük ölçüde yerel üretime ve mevsimselliğe dayanıyordu. Zeytinyağlı yemekler, bakliyat, tahıllar, yabancı otlar ve kıyı bölgelerinde deniz ürünleri yaygındı. Osmanlı gündelik yaşamına ilişkin çalışmalar, mutfak kültürünün etnik sınırları aşan bir paylaşım alanı oluşturduğunu göstermektedir (Faroqhi, 2005). Dolayısıyla mübadele öncesinde Ege havzasında belirgin bir ortak gastronomik kültürden söz etmek mümkündür.

1923 yılında imzalanan Lozan Antlaşması'na ek olarak düzenlenen Yunan ve Türk Nüfuslarının Değişimi Hakkında Sözleşme ile Türkiye ve

Yunanistan arasında din esasına dayalı zorunlu nüfus değişimi gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte yaklaşık 1,2 milyon Ortodoks Rum Yunanistan'a, yaklaşık 500 bin Müslüman Türk Türkiye'ye göç etmiştir (Hirschon, 2008). Göç ve iskân sürecine ilişkin araştırmalar, mübadillerin yeni yerleştirildikleri bölgelerde mevcut tarımsal üretime uyum sağlamak zorunda kaldıklarını göstermektedir (Keyder, 1987). Örneğin İç Anadolu'ya yerleşen mübadiller buğday ve hayvansal ürün ağırlıklı beslenmeye yönelirken; Ege kıyılarına yerleşenler zeytinyağı ve ot yemeklerini daha kolay sürdürebilmiştir. Bu dönemde temel özellik, tariflerin kültürel bellekte korunmaya çalışılması; ancak malzemelerin coğrafi koşullara göre değişmesidir (Hirschon, 2008). Cumhuriyet'in ilk döneminde uygulanan devletçi ekonomi politikaları ve kırsal kalkınma anlayışı, beslenme alışkanlıklarının büyük ölçüde ev içi üretime dayanmasına yol açmıştır. Bu dönemde tarhana, turşu ve peynir gibi fermente ürünlerin yaygınlığı dikkat çekmektedir. Tekeli ve İlkin (2003), erken Cumhuriyet döneminde kırsal üretim ve tasarruf temelli bir yaşam biçiminin hâkim olduğunu vurgulamaktadır. Mübadil ailelerde yemek kültürü, kimliğin korunmasında önemli bir araç olarak işlev görmüş; tarifler sözlü kültür yoluyla kuşaktan kuşağa aktarılmıştır (Hirschon, 2008).

1950 sonrası Türkiye'de hızlanan iç göç ve sanayileşme süreci, kırsal kökenli toplulukların kent yaşamına entegrasyonunu beraberinde getirmiştir. Bu dönüşüm beslenme alışkanlıklarına da yansımıştır. Keyder (1987), Türkiye'de kapitalistleşme ve kentleşmenin gündelik yaşam pratiklerini değiştirdiğini belirtir. Bu dönemde: rafine un ve şeker tüketimi artmış, ayçiçek yağı kullanımı yaygınlaşmış, geleneksel üretim pratikleri azalmaya başlamıştır. Belge (2001), Türkiye'de modernleşme sürecinde yemek kültürünün sadeleştiğini ve endüstriyel ürünlerin gündelik beslenmede daha görünür hâle geldiğini ifade etmektedir.

1980 sonrası serbest piyasa ekonomisi ve küresel tüketim kültürünün etkisiyle hazır gıda ve fast-food tüketimi yaygınlaşmıştır. Ancak aynı dönemde yerel ve geleneksel mutfaklara yönelik akademik ve kültürel ilgi artmıştır. Türk mutfak tarihinin yeniden değerlendirilmesi sürecinde yerel ve tarihsel mutfakların kimlik unsuru olarak öne çıktığını göstermektedir. Bu kapsamda mübadele mutfağı da özellikle Ege gastronomisi içinde yeniden tanımlanmış ve kültürel miras ile ilişkilendirilmiştir.

Son yıllarda sağlıklı beslenme ve "Akdeniz diyeti" kavramının yaygınlaşması, zeytinyağı, ot yemekleri ve bakliyat temelli beslenme biçimlerine yeniden ilgi doğurmuştur. Mübadele kökenli toplulukların gastronomik mi-

rası, festivaller ve kültürel etkinlikler aracılığıyla görünürlük kazanmıştır. Akarçay (2016) çalışmasında kültürel ve sınıfsal bir pratik olduğunu vurgulamaktadır. Bu kapsamda mübadele mutfağı günümüzde tarihsel hafıza ve kimlik göstergesi olarak yeniden değer kazanmaktadır.

6. SONUÇ

Mübadele mutfağı, göç öncesi Balkan ve Ege gastronomik öğelerini Anadolu'nun yerel ürün ve pişirme teknikleriyle sentezleyerek ortaya çıkan melez bir beslenme modeli olarak işlev görmüştür. Bu beslenme yapısı, sebze, baklagil, tahıl ve zeytinyağı ağırlıklı karakteriyle Akdeniz tipi beslenmeye benzer özellikler taşımakta ve sağlık açısından koruyucu bir profil sunmaktadır. Geleneksel diyet modelleri, özellikle bitkisel ağırlıklı ve minimum işlenmiş gıdalara dayanan beslenme alışkanlıkları, kronik hastalık risklerini azaltma, kardiyovasküler sağlığı destekleme ve metabolik parametreleri iyileştirme potansiyeline sahiptir. Dünya genelinde çeşitli beslenme modellerinin korunmasının önemini vurgulayan kapsamlı araştırmalarda da belirtilmektedir (Martinez-Lacoba vd., 2018)

Göç sonrası beslenme değişimi literatürde yaygın olarak incelenmektedir. Araştırmalar, göçmen toplulukların geleneksel beslenme alışkanlıklarından uzaklaşarak daha işlenmiş ve enerji yoğun diyetlere yöneldiğini göstermektedir. Bu dönüşüm, göç sonrası beslenme alışkanlıklarının kültürel dönüşümüne bağlı olarak taze sebze ve baklagil tüketiminde düşüş ve işlenmiş gıdalara yönelim anlamına gelmektedir. Göçmenler arasında görülen bu eğilim, beslenme ve sağlık ilişkisini küresel olarak ele alan çalışmalarla tutarlıdır. Göçle beraber beslenme kalitesinde yaşanan bu değişimler, toplum sağlığı politikalarında dikkate alınması gereken önemli bir unsurdur (Varre vd., 2025). Ayrıca yemek ve kültür arasındaki etkileşim, göçmen bireyler için kimlik, aidiyet ve toplumsal dayanışma açısından kritik bir boyut olarak ortaya çıkmaktadır. Yemek ritüelleri ve geleneksel tariflerin sürdürülmesi, göçmen toplumlarda kültürel hafızayı canlı tutmakta ve psikososyal dayanıklılığı güçlendirmektedir. Bu açıdan, kültürel gastronomi perspektifiyle yemek pratiklerinin desteklenmesi hem beslenme sağlığı hem de sosyal uyum süreçlerine katkı sunar (Dursun & Güzeller, 2024).

Göçmen toplulukların geleneksel beslenme modellerinin korunması ve sürdürülmesi, halk sağlığı politikalarında yer almalıdır. Mübadele mutfağı gibi geleneksel diyetlerin kronik hastalıklar üzerindeki etkileri, klinik ve epidemiyolojik çalışmalarla daha derinlemesine incelenmelidir. Özellikle göç sonrası beslenme etkileşiminin sağlık etkilerine odaklanan uzun dönemli

araştırmalar önemlidir. Zorunlu göç dönemlerinde gıda tedariki, gıda güvenliği ve erişimi sağlanmalı, özellikle özel beslenme gereksinimi olan gruplarda protein-enerji ve mikrobeyin öğeleri eksikliklerini önleyici stratejiler geliştirilmelidir. Yemek kültürü, toplumsal uyum ve bireysel moral üzerinde güçlü etkiye sahip olduğundan, geleneksel yemek pratiklerinin paylaşımı ve sürdürülmesi psikososyal destek programları içinde ele alınmalıdır.

Sonuç olarak, mübadele mutfağı hem beslenme açısından koruyucu sağlık etkileri hem de kültürel kimliği güçlendirme rolü ile çağdaş halk sağlığı ve göç araştırmaları için değerlendirilebilecek önemli bir model sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akarçay, E. (2016). Beslenmenin sosyolojisi orta sınıfların yeme içme ve eğlence ürünleri. Ankara: Phoenix Yayınları.
- Altuğ, F. & Yılmaz, M. (2022). İki Şehir İki Hikâye: Muhacir ve Mübadillerin Bilgi ve İnovasyonun Yayılmasına Etkisi ve Bölgelerin Ekonomik Gelişimine Katkıları. *Kent Araştırmaları Dergisi*, 35 (13), 306-342, DOI:10.31198/idealkent.1077363
- Aral, H. (2023). Göç Bağlamında Yemeğin Rolü Nasıl Değerlendirilir? *Moment Journal*, 10(1), 134–154.
- Arcadu M, Reyes-Espejo MI, Romoli V, Migliorini L. (2025). Food and eating practices in migration processes: A scoping review. *Appetite*. 215:108248. doi: 10.1016/j.appet.2025.108248.
- Baysal, A. (2015). Beslenme. Hatiboğlu Yayınları.
- Belge, M. (2001). Tarih Boyunca Yemek Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Counihan, C. & Van Esterik, P. (2012). Food and culture: A reader. Routledge.
- Çakmak, M. (2022). İzmir Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 934–949. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1036>
- Çapa, M. (2001). Mübadele’de Kızılay (Hilâl-i Ahmer) Cemiyetinin rolü. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(10), 29-56.
- Dursun, F. & Güzeller, C. O. (2024). Yemek bağlamında kültürlerarası etkileşim: Göç, yemek ve kimlik ilişkisi üzerine kavramsal bir çalışma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 2674–2689. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1313>
- Estruch, R., Ros, E., Salas-Salvadó, J., Covas, M.I., Corella, D., Aros, F., Gómez-Gracia, E., Ruiz-Gutiérrez, V., Fiol, M., Lapetra, J., Lamuela-Raventos, R.M., Serra-Majem, L., Pintó, X., Basora, J., Muñoz, M.A., Sorlí, J., Martínez, J.A., Martínez-González, A. (2013). Primary Prevention of Cardiovascular Disease with a Mediterranean Diet. *The New England Journal of Medicine*, 368(14):1279-1290.
- Faruqi, S. (2005). Subjects of the Sultan: Culture and Daily Life in the Ottoman Empire. I.B.Tauris & Co. Ltd, London New York, ISBN:9781850437604, 371 s.

- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275–292.
- Hirschon, R. (Ed.). (2008). *Crossing the Aegean: An Appraisal of the 1923 Compulsory Population Exchange between Greece and Turkey* (1st ed.). Berghahn Books. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1x76f3x>
- Holtzman, J. (2006). Food and Memory. *Annual Review of Anthropology*. 35:361-378. <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.35.081705.123220>
- Kayaoğlu, S. . (2024). Gc ve Beslenme. B. E. zcan (Ed.), *Gc: Biyopsikososyal Yansımalar* (ss. 1-17). Akademisyen Yayınevi A.Ş.
- Keyder, . (1987). *State and Class in Turkey: A Study in Capitalist Development*. Verso London New York ISBN 0-86091-165-9 130 s.
- Kutlu, P., Seçim, Y., & Güneş, E. (2026). Yunanistan’dan Türkiye’ye gc eden insanların mutfak kültürü. *Artvin oruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1).
- Martinez-Lacoba, R., Pardo-Garcia, I., Amo-Saus, E., & Escribano-Sotos, F. (2018). Mediterranean diet and health outcomes: A systematic meta-review. *European Journal of Public Health*, 28(5), 955–961. <https://doi.org/10.1093/eurpub/cky113>
- Mintz, S. (1997). *Tasting food, tasting freedom: Excursions into eating, culture, and the past*. Beacon Press.
- Mintz, S. & Du Bois, C. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99–119.
- Oğan, Y., & Uzman, M. (2025). Reflections of Turkey-Greece population exchange on Manisa Alaşehir culinary. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 37, 101309. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101309>
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2022). *Türkiye Beslenme Rehberi (TBER)*. Ankara.
- Tekeli, İ. & İlkin, S. (2003). *Cumhuriyetin Harcı Kktenci Modernitenin Doğuşu*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. ISBN 975-6857-56-0
- Valdes, A., Walter, J., Segal, E., Spector, T. (2018). Role of the gut microbiota in nutrition and health. *BMJ Publishing Group Ltd*, 361, k2179.
- Varre, J.V., Dustin, M. & Van Vliet, S. (2025). Dietary transformations and health implications in migrant populations: a global perspective. *Front. Nutr.* 12:1623556. doi: 10.3389/fnut.2025.1623556
- Willett, W., Rockström, J., Loken, B., Springmann, M., vd. (2019). Food in the Anthropocene: The EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393, 447–492.

HAZ, ÖLÇÜ VE SOFRA: HEDONİZM VE YEMEK İLİŞKİSİ

Elif Esma KARAMAN TAŞKESENLİĞİL*

Zeynep Ece ALTUNTAŞ**

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca yemek eylemi, biyolojik bir zorunluluk olmanın ötesine geçerek kültürel bir temsil, etik bir tartışma ve estetik bir deneyim alanı haline gelmiştir (Demirci vd., 2025). Antik Yunan'dan modern döneme kadar uzanan süreçte, "iyi yaşam" (eudaimonia) arayışı ile duyuşal tatmin arasındaki denge, felsefi soruşturmaların merkezinde yer almaktadır. Nitekim hedonizm, yemeği sadece tüketim nesnesi olmanın dışında, ruhsal ve bedensel bir esneklik aracı olarak da konumlandırmaktadır. Günümüz yemek kültüründe ise sofraya, bireyin haz ile olan ilişkisini "ölçü" (metron) kavramı çerçevesinde yeniden tanımladığı bir mekân olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda yemek eleştirisi, lezzet üzerine bir yorumlama pratiği, hazzın mahiyetini ve sınırlarını sorgulayan entelektüel bir disiplin olarak evrildiği belirtilmektedir (Fort, 2025).

Gastronomi kavramının güncel dönüşümü, hazzın niteliği ve sunumun estetik boyutu arasındaki gerilimi daha belirgin hale getirmiştir. Modern tüketim pratikleri içinde haz, çoğu zaman kontrolsüz bir aşırılıkla nitelenirken, beden üzerindeki disiplinler iktidar mekanizmaları yeme eylemini belirli normlar ve estetik standartlar aracılığıyla denetim altında tutmaya çalışmaktadır (Coveney, 2000; Cutter, 2023). Özellikle görsel kültürün yükselişi ile

* Dr. Öğr. Üyesi., Artvin Çoruh Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, elifesmakaraman@artvin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-5735-2504

** Öğr.Gör., Artvin Çoruh Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, zeynepcealtuntas@artvin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7570-3240

birlikte yemeğin tadı ve görüntüsü arasındaki denge bozularak, gastronomi duyusal bir hedonizmden ziyade görsel bir şölen ve statü göstergesi haline dönüşmüştür (Poulain, 2017). Bu kapsamda kitabın bu bölümünde haz, ölçü ve sofrta kavramları üzerinde yemeğin hedonist felsefedeki yerini analiz etmeyi, gastronominin estetik ve güç ilişkileriyle çevreli yapısını eleştirel bir perspektifle ortaya koymayı amaçlamaktadır.

2. YEMEK, HAZ VE İYİ YAŞAM PRATİKLERİ

Antik felsefe geleneğinde “iyi yaşam” (eudaimonia) sorusu, bireyin erdem ile beden tatmin arasında kurduğu ilişki üzerinden şekillenmektedir (Akderin, 2014). Çağdaş literatürde hazcılık (hedonizm) ve eudaimonik mutluluk arasındaki ayrım, yemek tüketim pratiklerinin anlaşılmasında belirleyici bir kavramsal çerçeve sunmaktadır (Özsaçmacı vd., 2019). Piracci ve arkadaşları (2024) tarafından yapılan ampirik araştırma, hedonik mutluluğun “haz, neşe ve anlık doyuma odaklanma” ile ilişkilendirirken, eudaimonik mutluluğun “yaşamdan bir amaç duygusu, kişisel gelişim ve bireysel arzuların tatmini” bağlamında şekillendiğini belirtmektedir. Bu durum, yemeğin duyusal bir tatmin aracı olmanın dışında bireyin kendini gerçekleştirme pratikleri içinde anlam kazandığını göstermektedir.

Hedonia, haz ve keyif arayışına dayanan bir iyi oluş anlayışını ifade ederken; eudaimonia da erdem, kişisel gelişim ve yaşamın anlamına yönelik arayışı temsil eden farklı bir iyi oluş yaklaşımını ifade etmektedir. Hedonik yaklaşım daha çok anlık zevkler, rahatlık ve doyum üzerine odaklanırken, eudaimonik yaklaşım bireyin potansiyelini gerçekleştirme, erdemli bir yaşam sürmesi ve kendini geliştirmesi ile ilişkilendirilmektedir. Aristoteles’e göre eudaimonia, ruhun erdeme uygun biçimde etkinlik göstermesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Modern psikoloji literatüründe ise bu iki yaklaşımın birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu vurgulanmakta; haz ve anlam arayışının dengeli bir biçimde sürdürülmesinin iyi, tatmin edici ve dengeli bir yaşamın oluşumuna katkı sağladığı belirtilmektedir (Huta, 2013).

Hedonist gelenek, özellikle Epikürosçu yaklaşım çerçevesinde yemeği, acıdan kaçınma ve huzura ulaşma yolunda temel bir araç olarak konumlandırmaktadır. Epikürosçuluk, popüler algının aksine kontrolsüz bir sefahat değil, hazzın niteliksel ayrımına dayanan bir “haz ekonomisi” önermektedir. Epiküros’a göre en yüksek haz, bedenin açlıktan ve ruhunda kaygıdan kurtulduğu hal olarak ifade etmektedir (Epikür, 2020). Epikürcü yeme pratiği, “yiyeceğin duyusal ve sembolik değerinin estetik takdirinden türetilen kalıcı

haz” olarak tanımlanmakta ve geleneksel öz-düzenleyici sağlıklı yeme modellerinden farklı bir yaklaşım sunmaktadır (Mantzios, 2024). Bu durum sofradaki haz algısının miktarın çokluğuyla değil sunulan gıdaların doğallığı, sofranın paylaşıldığı ortamın iyiliği ve sindirimin getirdiği dinginlik ile ölçümlenmektedir. Gastronomi perspektifinden bakıldığında “yavaş yemek” (slow food) felsefesinin temelinde yer alan düşünsel altyapının haz, deneyim ve bilinçli tüketim ekseninde şekillendiği görülmektedir. Slow food hareketi hızlı tüketim kültürünün standartlaşmış ve hızla tüketilen gıdalarına karşı bir tepki olarak ortaya çıkmış; yemeğin yalnızca biyolojik bir gereksinim değil, aynı zamanda duyuşsal haz, kültürel deneyim ve farkındalık içeren bir yaşam pratiği olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda hareket, yemek deneyiminin yavaşlık içerisinde anlam kazanabileceğini, tüketim sürecinin hızdan arındırılmasıyla birlikte bireyin tat, aroma, doku ve sosyal paylaşım gibi unsurları daha yoğun biçimde algılayabileceğini savunmaktadır. Dolayısıyla slow food yaklaşımı, yemekten alınan hazzın ancak bilinçli, yavaş ve deneyim odaklı bir tüketim pratiği içerisinde derinleşebileceği anlayışına dayanmaktadır (Petrini, 2013).

Yemek yeme eyleminin haz ile olan ilişkisi 18. yüzyıldan itibaren estetik yargının bir parçası olarak yeniden tasarlanmıştır. Brillat-Savarin’in *Lezzet Fizyolojisi* adlı eserinde belirttiği gibi “bir hayvan beslenir, insan yemek yer; sadece akıllı insan nasıl yemek yiyeceğini bilir” (Savarin, 2015). Bu ifade, yemeğin duyuşsal bir tatminden entelektüel bir sürece geçişini simgelemektedir. Kantçı estetik her ne kadar damak tadını “öznel ve çıkara dayalı” bulduğu için yüksek sanatlardan ayırarsa da çağdaş yaklaşımlar yemeğin hem bedensel duyumları (tat, koku, doku) hem de bilişsel süreçleri (kültürel sembolizm, hafıza) aynı anda tetiklediğini savunmaktadır (Korsmeyer, 1999). Dolayısıyla “iyi yaşam” damağın eğitilmesi ve estetik bir duyarlılığın geliştirilmesiyle doğrudan bağlantılıdır.

Güncel tüketim araştırmaları etik yemek pratiklerinin “iyi yaşam” anlayışıyla ilişkisini yeniden düşünmeyi teklif etmektedir. Piracci ve arkadaşları (2024), hedonik ve eudaimonik mutluluk boyutlarının gıda tüketiminde farklı etik tercihlere yol açtığını göstermiştir. Buna göre bireysel mutluluk, etik gıdalara yönelik talebi olumlu etkilerken, çevresel etiketli gıdalara yönelik tercihler üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Ayrıca farklı haz türlerinin tüketici davranışlarında ayrışan etkiler yarattığını ve “iyi yaşam” arayışının çok boyutlu doğasını ortaya koymaktadır.

Antik hedonizm ile çağdaş tüketim kültürü arasındaki en temel farklılaşma, yeme eyleminin bireysel bir tercih olmaktan çıkarak toplumsal ve

politik bir denetim nesnesi haline dönüşmesinde görünmektedir. Michel Foucault'un iktidar teorisi yaklaşımına göre modern toplumlarda beden, disipliner iktidar mekanizmalarının doğrudan işlediği bir yüzey olarak değerlendirilmektedir (Coveney, 2000). Cutter (2023), çağdaş diyet söylemlerini incelediği çalışmada, günümüz neoliberal yönetimsellik rejiminin bireyleri nasıl bir "tıkınırcasına yeme-kısıtlama" (binge-restrict) döngüsü içerisinde ortaya koymaktadır. Buna göre neoliberal özne bir yandan tüketim toplumunun dayattığı "sonsuz tüketim" idealiyle çevrelendiği, diğer yandan, "aşırı tüketimin herhangi bir işaretini" göstermemekle yükümlü kılınmaktadır. Bireyler sürekli olarak bu çelişki ile sürüklenmekte ve yemekten alınan haz hem teşvik edilmekte hem de anında bir suçluluk ve denetim mekanizmasıyla karşılanmaktadır. Çalışmada öne sürülen bir diğer argümanda ise, günümüz diyet kurallarının artık esnek, danışmaya dayalı öneriler olmaktan çıktığını ve bunların yerini "katı, algoritmik doğrular" olarak işleyen söylemlerin aldığı belirtilmektedir. Beslenme uygulamaları, kalori hesaplama araçları, makro besin takip sistemleri ve kişiselleştirilmiş diyet algoritmaları, bireyin kendi bedenine dair içkin bilgisini -yani "nasıl iyi yenileceğine" dair sezgisel farkındalığını- aşındırmaktadır. Çalışma, bu süreci "beden bilgisinin kaybı" olarak kavramsallaştırmakta ve bunun bireyi kendi içsel açlık-tokluk işaretlerinden uzaklaştırarak dışsal otoritelere bağımlı hale getirdiğini ileri sürmektedir.

Dijital kültürün yükselişi, yemek ile haz arasındaki ilişkiyi niteliksel olarak dönüştürmüştür. Demirci ve arkadaşları (2025), "gastrovandalizm" kavramı altında, sosyal medyada paylaşılan norm ihlal edici, abartılı gastronomik pratikleri analiz etmiştir. Instagram ve YouTube'da 2023-2025 yılları arasında paylaşılan 17 popüler yiyecek videosuna ait 615 kullanıcı yorumunun içerik analizi, beş ana tema ortaya koymuştur: (1) normatif olmayan estetik pratikler, (2) anlamsız tüketim ve gıda israfı, (3) kültürel ve dini değerlerin ihlali, (4) kimlik performansı ve kabalık, (5) dijital yargılama ve toplumsal utandırma. Yemeğin giderek görsel bir şölene dönüştüğü çağdaş dönemde, hazın etik ve kültürel sınırlarının yeniden müzakere edildiğini göstermektedir.

Gastronomi perspektifinden değerlendirildiğinde hedonizm, yemek ve içecek tüketiminde tat, lezzet, keyif ve anlık haz unsurlarını ön plana çıkaran bir yaklaşım olarak ele alınabilmektedir. Bu bağlamda bireyler, lezzetli yiyecek ve içeceklerin tüketimi aracılığıyla anın tadını çıkarmaya ve duyuşal doyum elde etmeye yönelmektedir. Gastronomik açıdan eudaimonia kav-

ramı ise beslenmeyi yalnızca fiziksel bir gereksinim olarak değil, aynı zamanda erdemli yaşamın bir parçası olarak değerlendiren; sağlıklı, sürdürülebilir ve etik tüketim anlayışını temel alan bir yaklaşımı ifade etmektedir. Gastronomik anlamda haz, tat ve keyif arayışını merkeze alan hedonist yaklaşım ile etik, bilinçli ve sağlıklı seçimleri öne çıkaran eudaimonik yaklaşım arasındaki denge, bireylerin yaşam kalitesinin artırılmasına katkı sağlarken aynı zamanda duyuşsal tatminin de sürdürülebilmesine olanak tanımaktadır.

3. HEDONİZMİN KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE YEMEK İLİŞKİSİ

Hedonizm, zevki (hazzı) hayatın tek değeri ve amacı olarak gören ve haz veren her şeyin iyi olduğunu ifade eden felsefi görüştür. Hedonizm, insanlar için nelerin iyi olduğu, insanların nasıl davranmaları gerektiği ve bu davranışları nelerin motive ettiği ile ilişkilidir. Antik Yunan felsefesinde hedonizm, temel olarak iki ana ekol üzerinden şekillenmiştir: Kirenaik Okul ve Epikürcülük. Her iki gelenek de hazzı yaşamın gereği olarak tanımlamakla birlikte, bu hazzın mahiyeti, elde edilme yöntemi ve iyi yaşam ile ilişkisi bakımından belirgin farklılıklar sergilemektedir. Kirenaik Okul, Sokrates'in öğrencilerinden Aristippos tarafından kurulmuş ve hedonizmin en radikal biçimini temsil etmiştir. Kirenaikler için haz, özellikle bedensel haz, en yüksek değere sahiptir. Onların hedonizmi, "anlıklar" odaklanmasıyla karakterize edilmektedir. Epikürcülük ise, Kirenaiklerin radikal bedensel haz vurgusunu dönüştürerek daha ölçülü ve zihinsel bir haz anlayışı geliştirmiştir. Epikür için haz, acının yokluğu ile tanımlanır ve en yüksek haz formu, bedensel acıdan ve ruhsal rahatsızlıktan arınmış olma hali olan "dinginlik" olarak kavramsallaştırılır. Bu bağlamda Epikürcülük, haz ile erdem arasında zorunlu bir ilişki kurmaktadır. Ölçülülük, bilgelik ve dostluk gibi erdemler, kalıcı bir haz durumuna ulaşmanın araçları olarak değerlendirilir (Kayacan & Tunca, 2023).

İnsanlar haz duydukları, zevk aldıkları ve kendilerini tatmin ettiklerini düşündükleri şeylere yönelik arzu hissetmektedirler. Bu arzularını hayata geçirme aşamasında da hedonik güdüler devreye girmektedir (Ünal & Ceylan, 2008). Hedonizm yaklaşımı tüketicilerin ürün veya hizmetlerden aldıkları/ alacakları fonksiyonel ve işlevsellik gibi faydaların ikinci plana atılmasını sağlamaktadır. İnsanlardaki güdüler genel olarak fonksiyonellik ve pratik faydaları içeren faydacı güdüler; zevk, mutluluk sağlayan ve duyuşsal değerlere yönlendiren hedonik güdüler olarak ayrılmaktadır. Hedonik güdüler, bireylerin genellikle sorunlarını çözmek, keyif almak veya davranışın

kendisini mutlu ettiği gerekçesiyle gerçekteştirilmektedir. Bireyleri yemek yeme davranışına yönlendiren temel güdü doymak eylemi için faydacı güdüler gibi görünse de yenilecek yemeğin seçimi, yeri, zamanı ve değeri gibi olguları seçmede deneyimsel ve duygusal olarak hedonik güdüler yönlendirmektedir. Hedonik güdülerin etkisiyle yemek yeme davranışı sergileyen bireyler bu eylemden hoşlandıkları için davranışta bulunur ve bu fiziksel ihtiyaçtan ziyade eylemin yapılmasından duysal hazdan dolayı gerçekteştirilmektedir (Yıldırım & Çatır, 2022).

Hedonik yeme, bireyin lezzetli yiyeceklere karşı koyamayacak ölçüde arzu duyması ve bu yiyecekleri tüketmekten yoğun bir zevk alması sonucunda ortaya çıkan bir beslenme davranışıdır. Bu eğilimdeki bireyler açısından yiyeceğin dengeli ve yeterli besin öğeleri ile enerji içermesi öncelikli bir tercih sebebi olarak görülmemektedir. Aksine, tercih edilen yiyecekler sıklıkla kişinin damak zevkine uyan, zevk veren ve mutluluk sağlayan yemekler olma niteliği taşımaktadır. Hedonik yemenin en belirleyici özelliklerinden biri, bireyler fizyolojik olarak doyduklarını hissetseler dahi yeme dürtüsünün devam etmesi ve bireylerin salt zevk almak için lezzetli yiyecekleri tüketmeye devam etmeleridir (Taşpınar, 2023: 19).

Hedonik tüketim yeme içme süreçlerinde literatürde çeşitli çalışmalarla ele alınmıştır. Bilge (2014) ise bireylerin maddi durumlarını dikkate almadan, günlük hayattan kaçmak ve rahatlamak gibi hedonik sebeplerle dışarıdan yemek yeme faaliyetinde bulduklarını ifade etmiştir. Bununla birlikte, bu süreçte bireylerin yeni yiyeceklere karşı ilgisi ve hazzal bir yaklaşımı olabildiği gibi, çekinceleri de bulunabilmektedir. Demir (2020), tüketicilerin fast food restoranlarındaki memnuniyet ve yeniden ziyaret etme niyeti üzerinde yararlı ve hedonik tüketim değerinin etkili olduğunu belirterek; hedonik tüketim değerinin, yararlı tüketim değerine kıyasla fast food restoranlarındaki tüketici memnuniyeti ve davranışsal niyetleri üzerinde daha fazla etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde, Başaran ve Büyükyılmaz (2015), genç tüketiciler üzerinde yürüttükleri çalışmada restoran tercihinde faydacı ve hedonik tüketim davranışlarının seçim sürecine etkisini araştırmış ve yemek yeri tercihinde hedonik davranışların, faydacı tüketime göre daha belirleyici olduğunu tespit etmişlerdir.

Hedonizmin kuramsal çerçevesi, yemeğin sadece biyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesinde estetik bir nesne olarak ele alınmasını ve onu varoluşsal bir deneyim alanı olarak kavramsallaştıran bir yaklaşım temelinde incelenmesi gerekmektedir (Merleau-Ponty, 2005). Sofra, sadece nesnelere (tabak, çatal,

yiyecek) bir araya geldiği fiziksel bir dzenek değil, öznenin hazzı nasıl duyumsadığını, ölçüyü nasıl inşa ettiğini ve başkalarıyla birlikte nasıl bir anlam dünyası kurduğunu gösteren bir yaşam alanıdır. Bu perspektiften bakıldığında, “ölçü” (metron) kavramı, Epikürcü geleneğin önerdiği gibi niceliksel bir kısıtlama olmaktan çıkarak, hazzın niteliğini belirleyen bilinçli bir sınır deneyimine dönüşür (Epikür, 2020). Başka bir deyişle, ölçü, bireyin kendi bedensel ve duyuşsal kapasitesiyle kurduğu diyalojik bir ilişkinin ürünüdür.

Çağdaş gastronomi çalışmalarında bu durum, “bilinçli yeme” (mindful eating) kavramıyla yakından ilişkilendirilmektedir. Çağdaş yeme davranışı literatüründe “Epiküren yeme”, yemeğin duyuşsal ve sembolik değerinin estetik takdirinde türetilen kalıcı bir haz olarak tanımlamakta ve geleneksel öz-düzenleyici modellerden ayrışmaktadır. Bu yaklaşımla Epiküren yeme, niceliksel kısıtlama yerine niteliksel derinleşme yoluyla ılımlılığı, daha küçük porsiyonları ve nicelik yerine kaliteyi teşvik etmektedir. Hedonik yemenin kontrolsüz bir tüketim pratiğine dönüşmesini engellemenin yolunun, bireyin yemek anındaki duyuşsal farkındalığını artırmaktan geçtiğini ileri sürer. Bu farkındalık, tadı, kokuyu, dokuyu ve hatta yemeğin yarattığı duyuşsal çağrışımları yargılamadan gözlemleyebilme kapasitesidir (Mantzios, 2024). Sofra, bu kapasitenin geliştirildiği bir atölyeye dönüştüğünde, haz ile ölçü arasındaki gerilim yerini karşılıklı bir beslemeye bırakır. Yavaş yemek felsefesinin vurguladığı da tam olarak budur: Hızın ve miktarın tiranlığından arınmış bir sofrada, haz derinleşirken ölçü kendiliğinden ortaya çıkar (Petrini, 2013).

4. HEDONİST SOFRA VE YEMEK

Hedonist felsefede sofraya, yalnızca yeme eyleminin gerçekteleştiği fiziksel bir mekân olarak değil, hazzın deneyimlendiği ve anlam kazandığı toplumsal bir yaşam alanı olarak değerlendirilmektedir. Epikürcü gelenek incelendiğinde sofranın değerinin, üzerinde bulunan yiyeceklerin lüks oluşu ya da miktarı yerine bireyde oluşturduğu ruşsal dinginlik ve paylaşım duygusuyla ölçüldüğü görülmektedir. Epikür, dostlarla paylaşılan sade bir öğünün, tek başına tüketilen gösterişli bir ziyafetten daha fazla mutluluk sağlayabileceğini savunmuştur (Epikür, 2020). Bu yaklaşım, hedonizmin sıklıkla ilişkilendirildiği aşırı tüketim anlayışından önemli ölçüde ayrılmaktadır.

Epikürcü gelenekte haz, gereksiz ihtiyaçların azaltılması ve doğal arzuların karşılanması sonucunda ortaya çıkan huzur durumu olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle hedonist sofranın temelinde gösterişten uzaklık, ölçülülük ve bilinçli tüketim yer almaktadır. Haz, yemeğin miktarında de-

ęil; tatların fark edilmesinde, yemeğin paylaşılmasında ve sofrada geğirilen zamanın niteliğinde ortaya çıkmaktadır (Mantzios vd., 2024). Böylece sofrada, bireyin yalnızca bedensel gereksinimlerini karşıladığı bir alan olmaktan çıkararak yaşamın anlamını deneyimlediği estetik bir mekâna dönüşmektedir.

Yemeğin hedonist düşüncedeki önemi aynı zamanda duyuşsal deneyim kapasitesinden kaynaklanmaktadır. Tat, koku, renk, doku ve sunum gibi unsurlar bireyin dünyayla kurduğu ilişkinin önemli bileşenleri olarak kabul edilmektedir. Merleau-Ponty'ye (2005) göre insan dünyayı bedeni aracılığıyla deneyimlemekte ve anlamlandırmaktadır. Bu bağlamda yemek, duyuşların en yoğun biçimde harekete geğtiği deneyim alanlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Sofrada yaşanan haz, yalnızca damak tadından değil; mekânın atmosferinden, birlikte yemek yenilen kişilerden ve yemeğin çağrıştırdığı kültürel anlamlardan da beslenmektedir. Bununla birlikte sofrada kültürü, bireyin damak zevkinin gelişmesi kadar duyuşsal farkındalığının ve yaşamdan aldığı hazzın derinleşmesine de katkı sağlamaktadır.

Ancak günümüz tüketicilik kültüründe hedonist sofranın bu anlamı önemli ölçüde dönüşüme uğramıştır. Gastronomik deneyimler giderek daha fazla görsellik, statü ve tüketicilik performansı üzerinden değerlendirilmektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan yemek fotoğrafları ve restoran deneyimleri, yemeğin duyuşsal niteliğinden çok sembolik değerini ön plana çıkarmaktadır (Poulain, 2017). Debord'un (1995) ifade ettiği "gösteri toplumu" kavramı bu durumu açıklamak için önemli bir ereve sunmaktadır. Epikürcü düşüncedeki haz anlayışına karşılık modern gastronomi kültüründe haz, daha karmaşık, ayrıcalıklı ve yüksek maliyetli deneyimlerle özdeşleştirilmektedir. Michelin yıldıızlı veya fine dining restoranlarda sunulan gastronomik deneyimler, yalnızca lezzet üzerinden değil; mekân tasarımı, servis ritüelleri, şefin itibarı ve restoranın sahip olduğu sembolik prestij aracılığıyla değer kazanmaktadır. Böylece tüketicilik yemek kadar, hatta kimi zaman ondan daha fazla, tüketicinin bu deneyime erişebilmiş olması önem kazanmaktadır. Bu durum, Epikürcü düşüncenin savunduğu içsel ve sürdürülebilir haz anlayışının yerini dışsal onay arayışına bırakmasına neden olabilmektedir.

Dolayısıyla hedonist sofraya yönelik temel eleştiri, hazzın giderek niceleliksel ve gsteriş bir biçimde yorumlanmasıdır. Oysa klasik hedonist düşüncede haz, aşırılıkta değil dengede; tketicilikte değil deneyimde; gösterişte değil farkındalıkta bulunmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde sofrada, bireyin haz ile ölçü arasında kurduğu ilişkinin en görünür olduğu alanlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hedonizm çoğu zaman yalnızca bireysel haz arayışıyla ilişkilendirilse de çağdaş gastronomi anlayışı hazzın etik ve çevresel sorumluluklarla birlikte değerlendirilmesi gerektiği yönünde anlayışlar barındırmaktadır. Slow food ve sürdürülebilir gastronomi gibi yaklaşımlar, yemek deneyiminin yalnızca duysal tatmin üretmediğini; aynı zamanda bireyin çevre, toplum ve gelecek nesiller karşısındaki sorumluluklarıyla da ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (Poulain, 2017). Bu bağlamda hedonist yemek anlayışı, kısa süreli duysal tatmin ile uzun vadeli toplumsal fayda arasında kurulan denge üzerinden yeniden yorumlanabilmektedir. Sürdürülebilir olmayan tüketim biçimlerinin uzun vadede insan refahını azaltacağı düşünöldüğünde, gerçek hazzın ancak sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu bir tüketim anlayışı içerisinde gerçekleşebileceği ileri sürölebilmektedir.

Yerel üretim ve mevsimsel tüketim bu yaklaşımın önemli bileşenlerinden biridir. Slow Food hareketinin kurucusu Petrini'ye (2013) göre gıda, üreticiler, tüketiciler ve ekolojik sistemler arasında kurulan ilişkilerin bir sonucudur. Yerel ürünlerin tercih edilmesi, hem gıda taşımacılığından kaynaklanan çevresel yükü azaltmakta hem de bölgesel gastronomik kimliklerin korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, bireyin lezzet deneyimi yaşamasını ve üretim sürecine dair farkındalık geliştirmesini de mümkün kılmaktadır. Böylece gastronomik haz, duysal tatminin ötesine geçerek kültürel ve etik bir boyut kazanmaktadır.

Gıda israfı konusu da hedonist yemek anlayışının eleştirel biçimde yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir. Özellikle lüks gastronomi uygulamalarında ve gösteri odaklı tüketim kültüründe, yiyeceklerin sembolik değerlerinin tüketim değerlerinin önüne geçebildiği görölmektedir. Demirci ve arkadaşları (2025), dijital gastronomi kültüründe dikkat çekme amacıyla gerçekleştirilen aşırı ve gösterişçi tüketim pratiklerinin sıklıkla gıda israfına yol açtığını belirtmektedir. Oysa Epikürcü ölçölülük anlayışı, gereksiz tüketimin ve aşırılığın bireyi gerçek hazdan uzaklaştırdığını savunmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir gastronomi perspektifi, hazzın miktarda değil, deneyimin niteliğinde aranması gerektiğini vurgulamaktadır.

Son yıllarda yapılan çalışmalar, tüketicilerin etik ve çevresel sorumluluk taşıyan gıda tercihlerinden de haz duyabildiğini göstermektedir. Piracci ve arkadaşları (2024), bireylerin mutluluk anlayışları ile etik gıda tercihleri arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymuştur. Özellikle eudaimonik mutluluğa yakın bireylerin çevresel ve toplumsal faydayı gözeten tüketim davranışlarına daha fazla yönelindikleri belirlenmiştir. Bu durum, gast-

ronomik hazzın yalnızca bireysel tatminle açıklanamayacağını; etik değerler ve toplumsal sorumluluklarla da ilişkili olduğunu göstermektedir.

5. SONUÇ

Hedonizm, tarihsel süreç içerisinde çoğu zaman sınırsız haz arayışı ve aşırı tüketimle özdeşleştirilmiş olsa da felsefi kökenleri incelendiğinde bu yaklaşımın çok daha karmaşık ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Özellikle Epikürcü gelenek, hazzı bedensel arzuların sınırsız tatmini olarak değil, acının yokluğu, ruhsal dinginlik ve ölçülü yaşam ile ilişkilendirmektedir (Epikür, 2020). Bu bağlamda yemek, yalnızca biyolojik bir gereksinimin karşılanmasına hizmet eden bir faaliyet olmaktan çıkarak bireyin kendisiyle, bedeniyle, çevresiyle ve diğer insanlarla kurduğu ilişkinin önemli bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Gastronomi perspektifinden bakıldığında yemek, haz ve iyi yaşam arasındaki ilişkinin en görünür biçimde deneyimlendiği alanlardan biridir. Sofra, yalnızca yiyeceklerin tüketildiği fiziksel bir mekân olmaktan öte, bireyin duysal deneyimlerini anlamlandırdığı, toplumsal ilişkiler geliştirdiği ve kültürel değerler ürettiği bir yaşam alanı olarak işlev görmektedir. Bu yönüyle yemek deneyimi, hedonik tatmin ile eudaimonik iyi oluş arasında bir köprü kurarak bireyin yaşamdan aldığı keyif ile yaşamına yüklediği anlamı aynı anda besleyebilmektedir (Huta, 2013; Mantzios vd., 2024). Böylece haz, yalnızca anlık bir duyum olmaktan çıkarak bireyin yaşam kalitesini şekillendiren bir deneyime dönüşmektedir.

Bununla birlikte çağdaş tüketim kültürü, yemek ile haz arasındaki ilişkiyi önemli ölçüde dönüştürmektedir. Dijitalleşme, sosyal medya platformları ve gastronominin giderek artan biçimde bir gösteri unsuruna dönüşmesi, yemeğin duysal ve paylaşımcı boyutundan uzaklaşarak görünürlük, prestij ve sembolik değer üzerinden değerlendirilmesine neden olabilmektedir (Debord, 1995; Demirci vd., 2025). Öte yandan güncel gastronomi anlayışı, hazzın etik ve çevresel sorumluluklardan bağımsız düşünülemediğini ortaya koymaktadır. Yerel üretim, mevsimsellik, sürdürülebilirlik, gıda israfının azaltılması ve bilinçli tüketim gibi yaklaşımlar, gastronomik deneyimin yalnızca bireysel tatmine değil, toplumsal ve çevresel faydaya da katkı sağlayabileceğini göstermektedir (Petrini, 2013; Poulain, 2017). Bu doğrultuda çağdaş hedonist yemek anlayışı, kısa süreli duysal doyum ile uzun vadeli bireysel ve toplumsal iyi oluş arasında denge kurmaya çalışan yeni bir yorum alanı oluşturmaktadır.

Sonuç olarak yemek ve sofraya, hedonizmin temel kavramları olan haz, ölçü ve iyi yaşamın somutlaştığı önemli kültürel pratikler olarak değerendirilmektedir. Klasik hedonist düşünceinin sunduğu ölçülü haz anlayışı ile çağdaş gastronomi yaklaşımlarının önerdiği etik ve sürdürülebilir tüketim ilkeleri birlikte değerlendirildiğinde, gastronomik deneyimin yalnızca lezzet ve tatmin üretmediği; bireyin yaşam felsefesini, toplumsal ilişkilerini ve çevreye yönelik sorumluluklarını da yansıttığı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akderin, F. (2014). *Aristoteles Nikomakhos'a Etik*. İstanbul: Say Yayınları.
- Başaran, U., & Büyükyılmaz, O. (2015). The Effects of utilitarian and hedonic values on young consumers' satisfaction and behavioral intentions. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 8, 16, 1-18.
- Bilge, A.H. (2014) Hedonik tüketimde tüketici motivasyonları: Bir model önerisi, (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Coveney, J. (2000). *Food, Morals and Meaning: The Pleasure and Anxiety of Eating*. Routledge.
- Cutter, L.L. (2023). *Binge-restrict-repeat: The governmentality of eating regimes* (Doctoral dissertation, Virginia Tech). Virginia Tech. <https://vtechworks.lib.vt.edu/items/7a1d898a-4c58-4461-91a6-e07c97bd2860>.
- Debord, G. (1967). *The Society of the Spectacle*. (D. Nicholson-Smith, Trans.). Zone Books. New York.
- Demir, Y. (2020). Hedonik ve yararlı tüketim değerinin memnuniyet ve davranışsal niyetler üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 6(14), 644- 669.
- Demirci, B., Yurtman, N., & Aktepe, B. (2025). "Gastrovandalizm" as digital excess: When food becomes a spectacle. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 42 (101363), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2025.101363>.
- Epikür, (2020). *Mektuplar ve Epikürosçu Doktrinler*. C. şentuna (Çev.). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Fort, F., Latour, S., & Saucède, F. (2025). *Balancing pleasure and purpose: How consumers navigate the hedonic and eudaimonic dimensions of food consumption*. In *31st Recent Advances in Retailing and Consumer Sciences (RARCS) Conference* (pp. 43–43), Zagreb, Croatia. HAL. <https://hal.inrae.fr/hal-05165564v1>.
- Huta, V. (2013). Pursuing eudaimonia versus hedonia: Distinctions, similarities, and relationships. In A. S. Waterman (Ed.), *The best within us: Positive psychology perspectives on eudaimonia* (pp. 139–158). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14092-008>

- Kayacan, İ., & Tunca, M. Z. (2023). Hedonik tüketim üzerine kavramsal bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 46, 40–58.
- Mantzios, M., McAtamney, K., Regan, H., Kokocinska, K., Kauser, S., Kalika, E., Hussain, M., Keyte, R., Wood, J., Wallis, D., & Egan, H. (2024). Does controlling for epicurean eating or the tendency to supersize food portions change the relationship between mindful eating and grazing?. *Heliyon*, 10(3), e24823.
- Merleau-Ponty, M. (2005). *Phenomenology of Perception* (C. Smith, Trans.). London: Routledge.
- Özsaçmacı, B., Yener, D., & Dursun, T. (2019). Hedonizm, hedonik tüketim ve tüketimde materyalist eğilimler üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 71–88. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.19.02.1071>.
- Petrini, C. (2013). *Slow Food: The Case for Taste*. New York: Columbia University Press.
- Piracci, G., Dominici, A., & Boncinelli, F. (2024). The effect of hedonic and eudaimonic happiness in driving altruistic food choices. *Journal of Consumer Affairs*, 58(4), 1102–1125. <https://doi.org/10.1111/joca.12607>.
- Poulain, J. P. (2017). *The Sociology of Food: Eating and the Place of Food in Society*. London: Bloomsbury Publishing.
- Ünal, S., & Ceylan, C. (2008). Tüketicileri Hedonik Alışverişe Yönelten Nedenler: İstanbul ve Erzurum İllerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(2), 265-284.
- Yıldırım, S.C., & Çatır, İ. (2022). Yemek sektöründe hedonizm etkisi ölçeği geliştirme çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(82), 718–737.

SAĞLIKLI ETİKETLEMENİN TÜKETİM ALGISINA ETKİSİ: HEALTH HALO ETKİSİ VE AŞIRI TÜKETİM

Fatma KOÇ*

1. GİRİŞ

Gıda tüketimi; biyolojik, bilişsel, psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerin etkisiyle şekillenen çok boyutlu bir davranıştır. Modern gıda ortamlarında tüketiciler, ürünlerin besin içeriğini ayrıntılı biçimde analiz etmek yerine etiketler, iddialar ve semboller üzerinden hızlı değerlendirmeler yapmaktadır. Bu durum, karar verme süreçlerinde bilişsel kısa yolların (heuristics) kullanılmasına ve tüketici algılarında sistematik yanlılıkların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Sundar & Kardes, 2015; Wang & Begho, 2024). Bu algısal yanlılıklardan biri, bireylerin ürünleri daha sağlıklı algılamasına neden olan Sağlık Halesi (Health Halo) etkisidir.

Sağlık halesi etkisi, bir gıda ürününe ait tek bir olumlu özelliğin (organik, düşük yağlı, proteinli, şekersiz vb.) tüketiciler tarafından ürünün genel sağlık profiline genellenmesiyle ortaya çıkan bilişsel bir yanlılıktır (Fernan vd., 2018; Berry & Romero, 2021; Cao vd., 2023). Bu etki, ürünlerin gerçekte olduklarından daha sağlıklı, daha düşük kalorili ve daha güvenli algılanmasına neden olmaktadır (Besson vd., 2025; Geyskens vd., 2007). Literatürde, bu tür etiketlerin yalnızca algıyı değil, tüketim miktarını da artırabildiği gösterilmektedir (Geyskens vd., 2007; Berry & Romero, 2021). Bu noktada 'moral licensing' kavramı, bireylerin olumlu olarak değerlendirdikleri bir davranış sonrasında kendilerine daha az arzu edilen bir davranışı yapma izni verme-

* Dr. Öğr. Üyesi. Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, fatma.koc@siirt.edu.tr ORCID: 0000-0003-2500-8028

lerini ifade eder. Gıda tüketimi bağlamında bu durum, tüketicilerin sağlıklı olarak algıladıkları bir ürünü seçtikten sonra daha yüksek kalorili veya daha az sağlıklı ürünleri tüketmelerini meşrulaştırmaları şeklinde ortaya çıkmaktadır (Her & Seo, 2017; Geyskens vd., 2007).

Düşük yağlı veya organik bir ürün tercih eden bireyler 'iyi bir seçim yaptım' algısı geliştirerek sonraki tüketimlerinde kontrolü gevşetebilmektedir. Bu süreçte ilk tercihin yarattığı olumlu duygu bir tür 'kredi' gibi kullanılarak daha fazla tüketim ya da daha sağlıksız seçimler rasyonelleştirilmektedir. Böylece başlangıçta sağlıklı görülen bir tercih, toplam kalori alımının artmasına yol açabilmektedir (Her ve Seo, 2017). Bu mekanizmanın temelinde, bireylerin kendilerini tutarlı ve iyi bir tüketici olarak görme isteği bulunmaktadır. Sağlıklı bir seçim yapmak benlik algısını güçlendirirken, sonraki davranışlarda bilişsel bir gevşemeye neden olabilmektedir (Her & Seo, 2017; Sundar & Kardes, 2015). Bu nedenle, sağlıklı beslenme davranışlarını anlamak için yalnızca tekil seçimler değil, ardışık ve bütünsel tüketim kalıpları dikkate alınmalıdır. Nitekim araştırmalar, ilk tüketim deneyiminin sonraki seçimleri sistematik biçimde etkilediğini ve bu etkinin bilişsel yanlılıklarla güçlendiğini göstermektedir (Her & Seo, 2017; Wang & Begho, 2024). Ayrıca, sağlıklı ve sağlıksız gıdaların birlikte sunulduğu durumlarda toplam kalori miktarının olduğundan daha düşük tahmin edilmesi gibi bilişsel hatalar da gözlemlenmektedir (Wang ve Begho, 2024).

Öte yandan, health halo etkisinin gücü yalnızca etiketlere bağlı değildir; tüketicinin bireysel ve psikolojik özellikleri de bu süreci şekillendirir. Sağlık bilinci, etiket okuma sıklığı ve bilgi düzeyi bu etkinin şiddetini etkilerken (Besson vd., 2025; Plank, 2024), ruh hali ve yeme davranışı gibi faktörler de önemli rol oynamaktadır (Codjo vd., 2026). Çocuklar gibi savunmasız gruplarda bu etkinin daha güçlü olduğu görülmektedir (Harris vd., 2018).

Sağlık halesi etkisi yalnızca bireysel tüketici davranışını değil, aynı zamanda halk sağlığını da etkilemektedir. Aşırı tüketim, obezite ve psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Soares & Moniz, 2023; Liu, 2025; Saveanu vd., 2025). Bu nedenle, etiketleme politikalarının ve tüketici bilgilendirme stratejilerinin bu bilişsel yanlılıkları dikkate alacak şekilde tasarlanması büyük önem taşımaktadır (Stoltze vd., 2021). Bu kapsamda çalışmada öncelikle Health halo etkisinin kuramsal temelleri ele alınmakta, ardından sağlıklı etiketleme uygulamalarının aşırı tüketim üzerindeki etkileri tartışılmaktadır. Son olarak, bilişsel ve çevresel mekanizmalar çerçevesinde tüketici davranışlarının halk sağlığı açısından ortaya çıkardığı sonuçlar değerlendirilmektedir.

2. HEALTH HALO EFFECT (SAĞLIK HALESİ ETKİSİ)

Health halo effect (Sağlık halesi etkisi), sosyal psikoloji literatüründe bir nesnenin belirli bir özelliğine ilişkin değerlendirmenin diğer özelliklere genellenmesi olarak tanımlanmaktadır. Gıda tüketimi bağlamında ise tüketicilerin bir gıda ürününe ait tek bir olumlu özelliği (organik, doğal, şekersiz, düşük yağlı vb.) ürünün genel sağlık değerlendirmesine yayması şeklinde ortaya çıkmaktadır (Sundar & Kardes, 2025; Fernan vd., 2018; Berry & Romero, 2021; Cao vd., 2023). Bu etki yalnızca tekil ürünlerle sınırlı değildir; sağlıklı olarak algılanan bir ürünün yüksek kalorili bir ürünle birlikte sunulması durumunda toplam kalori miktarının olduğundan düşük tahmin edilmesi ‘negatif kalori illüzyonu’ olarak tanımlanmaktadır (Wang & Begho, 2024). Health halo etkisinin en önemli sonuçlarından biri tüketimi artırmasıdır. Sağlıklı olarak algılanan ürünler daha fazla tüketilmekte ve bu durum çoğu zaman moral licensing ile açıklanmaktadır; bireyler sağlıklı bir seçim yaptıklarını düşündüklerinde daha fazla tüketimi meşrulaştırmaktadır (Geyskens vd., 2007; Berry & Romero, 2021; Her & Seo, 2017).

Health halo etkisi yalnızca ürün özelliklerinden değil, aynı zamanda etik ve kurumsal faktörlerden de kaynaklanabilmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri veya etik üretim süreçleri, ürünlerin daha sağlıklı algılanmasına katkı sağlayabilmektedir (Peloza vd., 2015; Berry & Romero, 2021). Bununla birlikte etkinin gücü bireysel farklılıklara bağlıdır; sağlık bilinci yüksek ve etiket okuma alışkanlığı olan bireylerde daha zayıf görülürken, düşük bilgi düzeyine sahip bireylerde ve çocuklarda daha güçlüdür (Besson vd., 2025; Plank, 2024; Harris vd., 2018). Ayrıca bilişsel çabayı artıran müdahalelerin bu etkiyi azaltabildiği gösterilmektedir (Sundar vd., 2021). Bu etki yalnızca anlık algılarla sınırlı kalmayıp bilişsel süreçleri de etkilemektedir. Tüketicilerin besin iddialarına ilişkin bilgileri zamanla hatalı hatırlayabildiği ve bu durumun sağlık algısını pekiştirdiği görülmektedir (Bera vd., 2022). Ayrıca Health halo etkisi sosyal çevreye de yayılabilmekte; bireylerin sağlıklı davranışları aynı ortamda bulunan diğer bireyleri etkileyebilmektedir (Zomeño vd., 2021).

Öte yandan, ruh hali, kısıtlı yeme davranışı ve bireysel sağlık algısı gibi psikolojik faktörler de bu etkinin şiddetini belirlemektedir (Codjo vd., 2026). Bilginin sunuluş biçimi ve çelişkili mesajlar ise tüketicilerin karar süreçlerini karmaşılaştırarak halo etkisini daha belirgin hale getirebilmektedir (Bareket-Bojmel vd., 2020).

Health halo etkisi, tüketicilerin daha sağlıklı seçim yaptıklarını düşünürken daha fazla tüketim yapmalarına yol açabilen; bilişsel, duygusal ve sosyal süreçlerin etkileşimiyle ortaya çıkan çok katmanlı bir mekanizmadır (Soares & Moniz, 2023; Liu, 2025). Bu nedenle, tüketicilerin daha bilinçli kararlar almasını destekleyen eğitim ve politika müdahaleleri ile daha şeffaf etiketleme sistemlerinin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

3. SAĞLIKLI ETİKETLEME VE AŞIRI TÜKETİM

Son yıllarda Health halo etkisi literatürü, yalnızca besin etiketleriyle sınırlı kalmayıp; sürdürülebilirlik, doğallık, görsellik, sosyal medya ve yeni gıda kategorileri gibi unsurların sağlık algısı üzerinden tüketimi nasıl şekillendirdiğine odaklanmaktadır. Bu çalışmalar, Health halo etkisinin çok boyutlu bir bilişsel mekanizma olduğunu göstermektedir.

Sürdürülebilirlik etiketleri bu sürecin önemli bir parçasıdır. Tüketiciler sürdürülebilir olarak algıladıkları ürünleri otomatik olarak daha sağlıklı değerlendirmekte ve 'sürdürülebilir = sağlıklı' şeklinde bir çıkarım yapmaktadır (Boncompagni vd., 2025). Benzer şekilde, alternatif gıdaların kabulünde de sağlık algısı belirleyicidir. Özellikle böcek bazlı gıdalar gibi yeni ürünlerde, algılanan sağlık düzeyi ve bu algıyı şekillendiren bilgi kaynağı (örneğin influencer türü) tüketici kabulünü doğrudan etkilemektedir (Wang vd., 2025).

Health halo etkisi yalnızca sağlık algısını değil, tokluk algısını da etkilemektedir. Tüketiciler çoğu zaman 'sağlıklı = daha az doyurucu' şeklinde bir sezgiye sahiptir ve bu durum daha fazla tüketimi teşvik etmektedir (Suher vd., 2016). Buna ek olarak sosyal bağlam da tüketim miktarını artırmaktadır. Paylaşımaya dayalı tüketim ortamlarında bireylerin daha fazla tüketim eğilimi göstermesi, halo etkisiyle birleştiğinde aşırı tüketimi güçlendirebilmektedir (Parker vd., 2019).

Ürün etiketlerinde yer alan spesifik iddialar da bu etkiyi beslemektedir. Besin zenginleştirme gibi sağlık temelli iddialar yalnızca sağlık algısını değil, tat beklentisi ve satın alma niyetini de olumlu yönde etkileyebilmektedir (Chen vd., 2021). Benzer şekilde doğallık kavramı da güçlü bir halo kaynağıdır; tüketiciler doğal ürünleri çoğu zaman bilimsel temelden bağımsız olarak daha sağlıklı değerlendirilmektedir (Saulais vd., 2023).

Etiketleme sistemleri ise bu etkiyi hem azaltabilmekte hem de yeniden şekillendirebilmektedir. Örneğin Nutri-Score gibi özetleyici etiketlerin, diğer besin iddialarıyla birlikte sunulduğunda tüketici algısını karmaşıklaştırabil-

diği ve yeni halo etkileri yaratabildiği görülmektedir (Jürkenbeck vd., 2022). Bununla birlikte, halo etkisi yalnızca metinsel değil, görsel unsurlardan da beslenmektedir. Ambalaj üzerindeki sağlıklı içerik görselleri, özellikle çocuklara yönelik ürünlerde ebeveynlerin sağlık algısını önemli ölçüde etkilemektedir (Dixon vd., 2025).

Dijitalleşme ve sosyal medya ise bu etkiyi daha da güçlendirmektedir. Estetik biçimde sunulan 'sağlıklı' yiyeceklerin yaygınlaşması, görsel odaklı tüketimi artırmakta ve aşırı tüketim ile gıda israfını tetikleyebilmektedir (Hassan vd., 2024).

Literatürdeki çalışmalar, Health halo etkisinin basit bir etiketleme yanlılığından öte; etik, görsel, sosyal ve dijital faktörlerin etkileşimiyle oluşan çok katmanlı bir yapı olduğunu göstermektedir. Bu süreçte en kritik sonuç, sağlıklı olarak algılanan ürünlerin daha fazla tüketilmesi ve bu durumun aşırı tüketime yol açmasıdır.

4. AŞIRI TÜKETİM DAVRANIŞININ HEALTH HALO ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRMESİ

Sağlıklı etiketleme ve Health halo etkisi birlikte değerlendirildiğinde, aşırı tüketimin yalnızca bireysel irade zayıflığıyla açıklanamayacağı görülmektedir. Bu davranış; bilişsel, duygusal ve çevresel süreçlerin etkileşimiyle ortaya çıkan çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Health halo etkisi, tüketicilerin gıda seçimlerini sistematik biçimde çarpıtarak aşırı tüketime zemin hazırlayan temel mekanizmalardan biridir. Sağlıklı olarak algılanan ürünlere yönelik olumlu genellemeler, değerlendirme sürecini basitleştirirken yanıltıcı kararların oluşmasına neden olmaktadır.

Bu sürecin temelinde bilişsel kısayollar yer almaktadır. Tüketiciler, zaman ve bilgi kısıtı altında ürünleri ayrıntılı analiz etmek yerine organik, doğal, düşük yağlı veya sürdürülebilir gibi etiketlere dayanarak hızlı değerlendirmeler yapmaktadır. Bu özellikler, ürünün genel sağlık algısına genellenmekte ve gerçek besin içeriğinden bağımsız olumlu bir değerlendirme yaratmaktadır (Boncompagni vd., 2025; Saulais vd., 2023; Chen vd., 2021). Bu genellemeleri takiben tüketiciler daha geniş çıkarımlar yapmaktadır. Sağlıklı olarak algılanan ürünler genellikle daha düşük kalorili ve daha besleyici kabul edilmekte; ancak bu algılar çoğu zaman gerçeği yansıtmamaktadır. Özellikle 'sağlıklı = daha az doyurucu' inancı, daha fazla tüketimi teşvik etmektedir (Suher vd., 2016). Ayrıca ürün kombinasyonlarında toplam kalorinin düşük tahmin edilmesi gibi bilişsel hatalar da tüketimi artırmaktadır.

Bu bilişsel süreçlerin davranışa dönüşmesinde duygusal ve motivasyonel mekanizmalar etkilidir. Moral licensing kapsamında bireyler, sağlıklı bir seçim yaptıklarını düşündüklerinde daha fazla tüketimi meşrulaştırmaktadır. Bunun yanında, sağlık ve haz hedefleri arasındaki çatışma da karar süreçlerini karmaşıklaştırmakta ve çoğu zaman daha yüksek tüketimle sonuçlanmaktadır (Bareket-Bojmel vd., 2020).

Tüketim davranışı aynı zamanda sosyal ve çevresel faktörlerden etkilenmektedir. Paylaşıma dayalı tüketim ortamları tüketim miktarını artırırken (Parker vd., 2019), sosyal medya ve dijital gıda kültürü görsel çekicilik üzerinden tüketimi teşvik etmektedir (Hassan vd., 2024). Influencer'lar ve ambalaj tasarımı gibi unsurlar da sağlık algısını dolaylı olarak etkileyerek halo etkisini güçlendirmektedir (Wang vd., 2025; Dixon vd., 2025). Bu süreçlerin birleşimi, davranışsal düzeyde aşırı tüketim ve dengesiz beslenmeye yol açmaktadır. Sağlıklı olarak algılanan ürünlerin daha fazla tüketilmesi, porsiyon kontrolünün zayıflaması ve toplam kalori alımının artması bu etkinin temel sonuçlarıdır. Bu durum uzun vadede obezite, metabolik hastalıklar ve psikolojik iyi oluş üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Dolayısıyla Health halo etkisi, bireysel bir algı hatasının ötesinde, halk sağlığı açısından önemli bir risk mekanizmasıdır.

Sağlıklı etiketleme yalnızca bilgi sunan bir araç değil, tüketici algı ve davranışlarını yönlendiren güçlü bir psikolojik mekanizmadır. Bu nedenle etiketleme politikalarının tüketici psikolojisini dikkate alacak şekilde tasarlanması ve bireylerin daha analitik kararlar almasını destekleyen eğitim ve farkındalık çalışmalarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

5. SONUÇ

Health halo etkisi, tüketicilerin bir ürüne ait tekil olumlu özellikleri (organik, doğal, düşük yağlı) rnn genel sağlık değerlendirmesine genellemesine neden olmakta ve bu durum sistematik bilişsel çarpıtmalar üretmektedir. Bu arpıtmalar, ürünlerin olduğundan daha sağlıklı, daha düşük kalorili veya daha zararsız algılanmasına yol açarak rasyonel değerlendirme süreçlerini zayıflatmaktadır. Dolayısıyla, tüketici kararları yalnızca objektif besin bilgisine değil, büyük lde algısal ipuçlarına ve sezgisel çıkarımlara dayanmaktadır.

Literatür, bu algısal yanlılığın yalnızca bilişsel düzeyde kalmadığını, aynı zamanda davranışsal sonuçlar doğurduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Sağlıklı olarak algılanan ürünlerin daha fazla tüketilmesi, porsiyon kont-

rolünün zayıflaması ve toplam kalori alımının artması, Health halo etkisinin en kritik çıktılarıdır. Bu süreç, özellikle moral licensing ve hedef çatışması gibi motivasyonel mekanizmalarla pekişmekte; bireyler sağlıklı bir seçim yaptıklarını düşündüklerinde daha fazla tüketimi kendileri için meşrulaştırabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya, ambalaj tasarımı, influencer etkisi ve paylaşımaya dayalı tüketim ortamları gibi çevresel faktörler, bu yalnlığı güçlendirerek aşırı tüketimi daha da yaygın hale getirmektedir. Bu durum, aşırı tüketimin yalnızca bireysel tercihlerle değil, aynı zamanda içinde bulunulan tüketim ekosistemiyle şekillendiğini göstermektedir.

Sonuç olarak, Health halo etkisi modern gıda tüketiminde hem algısal hem de davranışsal düzeyde kritik bir rol oynamakta ve aşırı tüketim ile halk sağlığı sorunları arasında önemli bir bağlantı kurmaktadır. Bu bulgular, sağlıklı etiketleme uygulamalarının yeniden değerlendirilmesi gerektiğini ve tüketici davranışını yönlendiren psikolojik süreçlerin politika yapımında dikkate alınmasının önemini ortaya koymaktadır. Daha etkili müdahaleler için yalnızca etiketleme sistemlerinin iyileştirilmesi değil, aynı zamanda tüketici eğitimine, farkındalık artırıcı stratejilere ve düzenleyici politikalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede, gelecekte yapılacak çalışmaların Health halo etkisini azaltmaya yönelik müdahaleleri test etmesi ve farklı tüketici gruplarında bu etkinin nasıl değiştiğini incelemesi, literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Bareket-Bojmel, L., Grinstein, A., & Steinhart, Y. (2020). Embrace the debate: Goals, de-marketing overconsumption, and conflicting information. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1484-1497. <https://doi.org/10.1002/mar.21394>
- Bera, F. R., Berar, M. M., Grivasă, O. M., & Iancu, I. (2022). Health halo effect and mandela effect. An experimental approach on packaging nutrient content claims. *Styles of Communication*, 14(2). <https://doi.org/10.31178/SC.14.2.02>
- Berry, C., & Romero, M. (2021). The fair trade food labeling health halo: Effects of fair trade labeling on consumption and perceived healthfulness. *Food Quality and Preference*, 94, 104321. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2021.104321>
- Besson, T., Durand, F., & Zerhouni, O. (2025). The organic halo effect: Perceived caloric disparities in high-and low-calorie foods and the role of nutrition label reading frequency. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 38(2), e70052. <https://doi.org/10.1111/jhn.70052>
- Boncompagni, A., Cristini, G., & Zerbini, C. (2025). From sustainability to health: Investigating the halo effect in food consumption behavior. *Sustainable Production and Consumption*, 60, 111-122. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2025.09.011>

- Cao, S., Tang, C., Carboon, I., Hayward, C., Capes, H., Chen, Y. J. M., ... & Haynes, A. (2023). The health halo effect of 'low sugar' and related claims on alcoholic drinks: an online experiment with young women. *Alcohol and Alcoholism*, 58(1), 93-99. <https://doi.org/10.1093/alcalc/agac054>
- Chen, T., Gabrielyan, G., Shimizu, M., & Qing, P. (2021). The halo effect of biofortification claims on taste inference and purchase intention. *British Food Journal*, 123(9), 2979-2995. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2020-0614>
- Codjo, O. S., Kassas, B., Khachatryan, H., & Nayga Jr, R. M. (2026). The organic health halo: Influence of mood, restrained eating and healthiness perceptions. *European Review of Agricultural Economics*, 53(1), 30-50. <https://doi.org/10.1093/erae/jbaf058>
- Dixon, H. G., Tran, A., Allan, M. O., Capes, H. R., & Hayward, C. L. (2025). Seeing is believing: how front-of-pack food imagery shapes parents' perceptions of child-oriented snack foods. *Appetite*, 206, 107804. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107804>
- Fernan, C., Schuldt, J. P., & Niederdeppe, J. (2018). Health halo effects from product titles and nutrient content claims in the context of 'protein' bars. *Health Communication*, 33(12), 1425-1433. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1358240>
- Geyskens, K., Pandelaere, M., Dewitte, S., & Warlop, L. (2007). The backdoor to overconsumption: The effect of associating 'low-fat' food with health references. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(1), 118-125. <https://doi.org/10.1509/jppm.26.1.118>
- Harris, J. L., Haraghey, K. S., Lodolce, M., & Semenza, N. L. (2018). Teaching children about good health? Halo effects in child-directed advertisements for unhealthy food. *Pediatric Obesity*, 13(4), 256-264. <https://doi.org/10.1111/ijpo.12257>
- Hassan, S. H., Low, E. C., & Lim, M. (2024). Dark side of digital food culture: Visual addiction, conspicuous consumption, and food waste. *Conspicuous Consumption, and Food Waste*.
- Her, E., & Seo, S. (2017). Health halo effects in sequential food consumption: The moderating roles of health-consciousness and attribute framing. *International Journal of Hospitality Management*, 62, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.009>
- Jürkenbeck, K., Mehlhose, C., & Zühlsdorf, A. (2022). The influence of the nutri-score on the perceived healthiness of foods labelled with a nutrition claim of sugar. *PLoS One*, 17(8), e0272220. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272220>
- Liu, X. (2025). Understanding the causes of overconsumption of sugar-sweetened beverages and evaluating the effectiveness of policy interventions in Singapore. *Journal of Economics and Management Sciences*, 8(6), p97-p97. <https://doi.org/10.30560/jems.v8n6p97>
- Parker, J. R., Umashankar, N., & Schleicher, M. G. (2019). How and why the collaborative consumption of food leads to overpurchasing, overconsumption, and waste. *Journal of Public Policy & Marketing*, 38(2), 154-171. <https://doi.org/10.1177/0743915618823783>

- Peloza, J., Ye, C., & Montford, W. J. (2015). When companies do good, are their products good for you? How corporate social responsibility creates a health halo. *Journal of Public Policy & Marketing*, 34(1), 19-31. <https://doi.org/10.1509/jppm.13.037>
- Plank, A. (2024). Fair Trade Consumption: Investigating the health halo effect and the role of consumer knowledge (Doctoral dissertation, The University of Innsbruck).
- Saulais, L., Corcuff, R., & Boonefaes, E. (2023). Natural and healthy? Consumers knowledge, understanding and preferences regarding naturalness and healthiness of processed foods. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100662. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100662>
- Saveanu, C. I., Ilie, P., Anistoroaei, D., Bobu, L. I., Saveanu, A. E., Boronia, O., & Golovcencu, L. (2025). Dietary behaviors, sugar intake, and public awareness of nutritional labeling among young adults: Implications for oral and systemic health. *Nutrients*, 18(1), 91. <https://doi.org/10.3390/nu18010091>
- Soares, L., & Moniz, S. (2023). Overconsumption and the effects on mental health and well-being: a review. *Current Research in Diabetes & Obesity Journal*, 17(2), 1-5. <https://doi.org/10.19080/CRDOJ.2023.17.555957>
- Stoltze, F. M., Busey, E., Taillie, L. S., & Carpentier, F. R. D. (2021). Impact of warning labels on reducing health halo effects of nutrient content claims on breakfast cereal packages: A mixed-measures experiment. *Appetite*, 163, 105229. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105229>
- Suher, J., Raghunathan, R., & Hoyer, W. D. (2016). Eating healthy or feeling empty? How the 'healthy=less filling' intuition influences satiety. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(1), 26-40. <https://doi.org/10.1086/684393>
- Sundar, A., & Kardes, F. R. (2015). The role of perceived variability and the health halo effect in nutritional inference and consumption. *Psychology & Marketing*, 32(5), 512-521. <https://doi.org/10.1002/mar.20796>
- Sundar, A., Cao, E., Wu, R., & Kardes, F. R. (2021). Is unnatural unhealthy? Think about it: Overcoming negative halo effects from food labels. *Psychology & Marketing*, 38(8), 1280-1292. <https://doi.org/10.1002/mar.21485>
- Wang, Z., & Begho, T. (2024). Investigating cognitive biases: does halo effect from nutrition or health claims drive negative calorie illusion in food combinations?. *International Journal of Food Science and Technology*, 59(1), 208-218. <https://doi.org/10.1111/ijfs.16795>
- Wang, Z., Nguyen, M., Park, J., & Yuan, Y. (2025). From perceived healthiness to acceptance: how influencer type shapes consumer acceptance of insect-based foods. *Food Quality and Preference*, 105719. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2025.105719>
- Zomeño, M. D., Lassale, C., Perez-Vega, A., Perez-Fernández, S., Basora, J., Babió, N., ... & Castaner, O. (2021). Halo effect of a Mediterranean-lifestyle weight-loss intervention on untreated family members' weight and physical activity: a prospective study. *International Journal of Obesity*, 45(6), 1240-1248. <https://doi.org/10.1038/s41366-021-00763-z>

FONKSİYONEL GIDALAR: GASTRONOMİDE KULLANIMI VE SAĞLIK ODAKLI MENÜ YAKLAŞIMI

Ünalcan KUTAL*

1. GİRİŞ

Beslenme, insan yaşamının sürdürülebilirliği açısından temel fizyolojik bir gereklilik olmasının yanı sıra, günümüzde sağlık durumunun korunması, yaşam kalitesinin artırılması ve kronik hastalıkların önlenmesi açısından stratejik bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Küreselleşme, kentleşme ve yaşam tarzındaki hızlı değişimler bireylerin beslenme alışkanlıklarını önemli ölçüde etkilemiş; özellikle yüksek kalorili, rafine edilmiş ve ultra işlenmiş gıdaların tüketimindeki artış, beslenmeye bağlı sağlık sorunlarının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bu durum, sağlıklı beslenmenin yalnızca bireysel bir tercih değil, aynı zamanda toplumsal bir gereklilik olduğunu göstermektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022; Baysal, 2007).

Son yıllarda sağlıklı beslenme eğilimleri içerisinde “doğallık”, “temiz içerik (clean label)”, “organik üretim”, “bitkisel bazlı beslenme” ve “fonksiyonel gıdaların tüketimi” gibi yaklaşımlar ön plana çıkmaktadır. Tüketiciler artık yalnızca lezzet ve doyum odaklı değil, aynı zamanda bağışıklık sistemini destekleyen, hastalık risklerini azaltan ve genel sağlık durumunu iyileştiren gıdalara yönelmektedir. Bu değişim, gıda endüstrisi ve gastronomi alanında ürün geliştirme süreçlerini hızlandırmış ve fonksiyonel gıdalara olan ilgiyi artırmıştır (Demirbağ, Alan & Öksüztepe, 2023). Fonksiyonel gıdalar, temel besin öğelerinin ötesinde sağlık üzerinde fizyolojik faydalar

* Öğr. Gör., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Didim Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, unalcankutal@adu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1268-0950

sağlayan, hastalık risklerini azaltabilen veya vücut fonksiyonlarını iyileştirebilen gıdalar olarak tanımlanmaktadır. Bu gıdalar; probiyotikler, prebiyotikler, antioksidanlar, omega-3 yağ asitleri, vitamin ve mineral bakımından zengin bileşenler içerebilmektedir (Baysal, 2007). Bu özellikleri sayesinde fonksiyonel gıdalar, modern beslenme anlayışında giderek daha önemli bir yer edinmiştir. Bununla birlikte dünya genelinde kronik hastalıkların artış göstermesi, beslenme ile sağlık arasındaki ilişkinin daha bilimsel bir çerçevede ele alınmasını zorunlu hale getirmiştir. Türkiye Beslenme ve Sağlık Araştırması sonuçlarına göre obezite, diyabet, hipertansiyon ve kardiyovasküler hastalıklar gibi kronik rahatsızlıkların önemli bir bölümü yanlış beslenme alışkanlıkları ile ilişkilidir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2019). Özellikle doymuş yağ, rafine şeker ve sodyum açısından yüksek diyetlerin inflamasyon, insülin direnci ve metabolik sendrom riskini artırdığı bilinmektedir (Baysal, 2007). Bu sağlık temelli dönüşüm gastronomi disiplini de doğrudan etkilemiştir. Geleneksel gastronomi yaklaşımı uzun yıllar boyunca lezzet, aroma, sunum ve kültürel aktarım üzerine yoğunlaşırken, günümüzde bu yaklaşım besinlerin fonksiyonel ve besleyici özelliklerini de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Böylece gastronomi, yalnızca bir sanat dalı olmaktan çıkarak sağlık, beslenme bilimi ve sürdürülebilirlik ile ilişkilenen disiplinler arası bir yapıya dönüşmüştür (İlgaz & Özcan, 2024). Bu bağlamda fonksiyonel gastronomi yaklaşımı, gastronomi alanında önemli bir paradigma değişimi olarak değerlendirilmektedir. Fonksiyonel gastronomi, gıdaların yalnızca duyuşal özellikleri üzerinden değil, aynı zamanda insan sağlığı üzerindeki fizyolojik etkileri açısından da ele alındığı bütüncül bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu yaklaşım, beslenme bilimi, gıda teknolojisi ve mutfak sanatlarını bir araya getirerek daha sağlıklı, bilinçli ve hedefe yönelik menülerin geliştirilmesini mümkün kılmaktadır. Özellikle prebiyotik, probiyotik, antioksidan ve biyoaktif bileşenler açısından zengin gıdaların menülerde daha fazla yer alması, bu dönüşümün önemli göstergeleri arasında yer almaktadır (Baysal, 2007; Özgen & Coşkun, 2018).

2. FONKSİYONEL GIDA KAVRAMI VE GELİŞİMİ

Fonksiyonel gıdalar, temel beslenme gereksinimlerini karşılamanın ötesinde, insan sağlığı üzerinde fizyolojik düzeyde ölçülebilir olumlu etkiler ortaya koyabilen ve çeşitli kronik hastalıkların gelişim riskini azaltma potansiyeline sahip gıda grupları olarak tanımlanmaktadır. Bu gıdalar, biyolojik olarak aktif bileşenler aracılığıyla immün fonksiyonların desteklenmesi,

gastrointestinal sistemin dzenlenmesi, metabolik sreceşlerin modlasyonu ve kronik hastalık patogenezinin baskılanması gibi çok boyutlu etkiler gstermektedir. Bu çerçevede fonksiyonel gıdalar, koruyucu ve önleyici sağlık paradigmasının önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir (Baysal, 2007; Demirbağ, Alan & Öksüztepe, 2023).

Fonksiyonel gıda kavramının bilimsel ve kurumsal temelleri büyük ölçüde Japonya'da geliştirilen düzenleyici yaklaşımlara dayanmaktadır. 1980'li yıllarda demografik yaşlanma ve buna bağlı olarak artan sağlık harcamaları, gıdaların yalnızca besin içeriği açısından değil, fizyolojik etkileri bakımından da değerlendirilmesini zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda geliştirilen FOSHU (Foods for Specified Health Uses) sistemi, belirli sağlık etkileri bilimsel olarak doğrulanmış gıdaların resmi olarak onaylanmasını sağlayan ilk kurumsal düzenleme olarak öne çıkmaktadır. Bu sistem ile birlikte sağlık beyanlarının bilimsel kanıtlarla desteklenmesi zorunlu hale getirilmiş ve fonksiyonel gıdalar, regüle edilen bilim temelli bir ürün kategorisi olarak konumlandırılmıştır (Arai, 2002).

1990'lı yıllardan itibaren fonksiyonel gıda yaklaşımı Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkelerinde de giderek yaygınlaşmıştır. Bu süreçte probiyotik ve prebiyotik içerikli süt ürünleri, omega-3 yağ asitleri ile zenginleştirilmiş ürünler ve mikronutrient destekli gıdalar, gıda endüstrisinde önemli bir inovasyon alanı haline gelmiştir. Avrupa Birliği'nde sağlık beyanlarına ilişkin düzenlemeler Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA) tarafından sıkı bilimsel değerlendirme süreçlerine tabi tutulmakta ve bu kapsamda fonksiyonel gıdaların etkinliğine ilişkin kanıt düzeyi ön planda tutulmaktadır (Hasler, 2002; Baysal, 2007).

Türkiye'de fonksiyonel gıda alanındaki gelişmeler özellikle son yıllarda hız kazanmıştır. Geleneksel beslenme kültürünün güçlü yapısı, birçok yerel gıdanın doğal olarak fonksiyonel özellikler taşımasını mümkün kılmaktadır. Kefir, yoğurt, baklagiller, tahıllar ve fermente ürünler bu kapsamda değerlendirilen başlıca gıda grupları arasında yer almaktadır (Baysal, 2007). Bununla birlikte modern fonksiyonel gıda üretimi ve pazarlaması hem akademik araştırmaların artışı hem de gıda sanayisindeki teknolojik gelişmeler doğrultusunda önemli bir gelişim göstermiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2022).

Son yıllarda glutensiz ürünler, probiyotik formülasyonlar ve bitkisel bazlı fonksiyonel gıdalara yönelik araştırmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Bu gelişim, fonksiyonel gıdaların yalnızca endüstriyel bir ürün kategorisi olmadığını, aynı zamanda gastronomi, beslenme bilimi ve gıda teknolojisi-

nin keşişiminde yer alan disiplinler arası bir araştırma alanı haline geldiğini göstermektedir (Demirbağ, Alan & Öksüztepe, 2023). Buna paralel olarak gastronomi disiplininde yaşanan dönüşüm, gıdaların yalnızca duyuşal özellikleri üzerinden değil, aynı zamanda fizyolojik ve sağlıkla ilişkili etkileri üzerinden de değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Bu dönüşüm sonucunda gastronomi, kültürel ve estetik bir alan olmanın ötesine geçerek sağlık bilimleri ve beslenme ile entegre, disiplinler arası bir yapıya evrilmiştir. Bu gelişim, fonksiyonel gastronomi kavramının teorik temelini oluşturmuştur (Kivela & Crotts, 2006).

3. FONKSİYONEL GIDALARIN SINIFLANDIRILMASI

Fonksiyonel gıdalar, temel beslenme gereksinimlerini karşılamının ötesinde, insan sağlığı üzerinde fizyolojik ve metabolik düzeyde olumlu etkiler sağlayan gıda bileşenleri olarak tanımlanmaktadır. Bu gıdaların temel özelliği, içeriklerinde bulunan biyolojik aktif bileşenler aracılığıyla bağışıklık sistemi, sindirim sistemi, kardiyovasküler sistem ve metabolik süreçler üzerinde düzenleyici ve koruyucu etkiler göstermeleridir. Bu nedenle fonksiyonel gıdalar, modern beslenme biliminin önemli araştırma alanlarından biri haline gelmiştir (Vural, 2014; Baysal, 2007).

Fonksiyonel gıdalar, içerik özellikleri ve sağlık üzerindeki etkilerine göre farklı gruplar altında sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma hem bilimsel değerlendirme hem de gastronomi uygulamaları açısından sistematik bir çerçeve sunmaktadır. Bu gruplardan ilki probiyotikler ve prebiyotiklerdir. Probiyotikler, yeterli miktarda alındığında bağışsak mikrobiyotasının dengesini düzenleyen ve konak organizma üzerinde sağlık açısından yararlı etkiler gösteren canlı mikroorganizmalardır. Özellikle *Lactobacillus* ve *Bifidobacterium* türleri bu gruba dahil edilmektedir. Probiyotikler bağışsak florasının korunmasına katkı sağlayarak sindirim sistemi sağlığını desteklemekte ve bağışıklık fonksiyonlarının güçlendirilmesinde rol oynamaktadır. Yoğurt, kefir ve fermente süt ürünleri bu açıdan en bilinen doğal kaynaklardır (Demirbağ, Alan & Öksüztepe, 2023).

Prebiyotikler ise insan sindirim sistemi tarafından parçalanamayan ancak bağışsaklarda bulunan yararlı bakterilerin büyümesini ve aktivitesini destekleyen gıda bileşenleridir. İnülin, fruktooligosakkaritler ve dirençli nişasta bu gruba örnek olarak verilebilir. Prebiyotikler bağışsak mikrobiyotasının çeşitliliğini artırarak sindirim sağlığının korunmasına katkı sağlar. Probiyotik ve prebiyotiklerin birlikte kullanımı ise sinbiyotik etki oluşturarak daha güçlü biyolojik faydalar ortaya çıkarmaktadır (Erkmen, 2026).

Bir diğer önemli grup diyet lifleridir. Diyet lifleri, insan sindirim enzim-leri tarafından parçalanamayan bitkisel karbonhidrat bileşenleridir ve çö- zünür ile çözünmez lifler olmak üzere iki temel gruba ayrılmaktadır. Diyet liflerinin düzenli tüketimi bağırsak hareketlerini artırmakta, kabızlık riskini azaltmakta ve kolesterol seviyelerinin düzenlenmesine katkı sağlamakta- dır. Ayrıca lifli beslenme, glisemik yanıtın yavaşlatılması yoluyla kan şekeri kontrolünde de önemli bir rol oynamaktadır. Tam tahıllar, baklagiller, seb- zeler ve meyveler diyet lifleri açısından en önemli kaynaklar arasında yer almaktadır (Baysal, 2007).

Omega-3 yağ asitleri ve antioksidan bileşenler fonksiyonel gıdaların bir diğer önemli grubunu oluşturmaktadır. Omega-3 yağ asitleri (özellikle EPA ve DHA), insan vücudu tarafından yeterli düzeyde sentezlenemeyen ve dışarıdan alınması gereken çoklu doymamış yağ asitleridir. Bu yağ asit-leri özellikle kardiyovasküler sağlığın korunmasında, trigliserit düzeylerinin düşürülmesinde ve inflamasyonun azaltılmasında önemli rol oynamaktadır. Balık, ceviz, keten tohumu ve chia tohumu omega-3 açısından zengin besin-lerdir (Keskin, 2023).

Antioksidan bileşenler ise serbest radikallerin neden olduğu oksidatif stresin azaltılmasında görev alarak hücrel hasarın önlenmesine katkı sağ- lamaktadır. C vitamini, E vitamini, karotenoidler, flavonoidler ve polifenol-ler bu gruba dahil edilmektedir. Antioksidan açısından zengin beslenme, yaşlanma sürecinin yavaşlatılması ve kronik hastalık risklerinin azaltılması açısından önemli kabul edilmektedir (Oğur & Akyol, 2021).

Fonksiyonel gıdalar içerisinde giderek önem kazanan bir diğer grup ise glutensiz ürünler ve alternatif tahıllardır. Özellikle çölyak hastalığı ve gluten intoleransı olan bireyler için gluten içermeyen ürünler zorunlu bir beslen- me seçeneği haline gelmiştir. Bununla birlikte glutensiz beslenme yalnızca medikal bir gereklilik değil, aynı zamanda sağlıklı yaşam trendlerinin bir parçası olarak da değerlendirilmektedir. Kinoa, amarant, karabuğday, teff ve sorgum gibi alternatif tahıllar yalnızca gluten içermemeleri nedeniyle değil, aynı zamanda yüksek protein, lif, vitamin ve mineral içerikleri nedeniyle de fonksiyonel özellik göstermektedir (Elgün & Ertugay, 1995).

4. FONKSİYONEL GASTRONOMİ

Fonksiyonel gastronomi, gastronomi biliminin beslenme bilimi, gıda teknolojisini ve sağlık bilimleri ile kesişim noktasında gelişen disiplinler arası bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, gıdaların yalnızca

duyusal özellikleri (tat, aroma, doku ve görünüm) üzerinden değil, aynı zamanda insan sağlığı üzerindeki fizyolojik etkileri açısından da ele alınmasını esas almaktadır. Böylece gastronomi, estetik ve kültürel bir pratik olmanın ötesine geçerek sağlık temelli bir tasarım ve uygulama alanına dönüşmektedir (Fekete & ark., 2025; Baysal, 2007). Fonksiyonel gastronomi, özellikle kronik hastalıkların artışı, sağlıklı yaşam eğilimlerinin güçlenmesi ve bilinçli tüketici davranışlarının yaygınlaşması ile birlikte önem kazanmıştır. Bu yaklaşımda temel amaç, menüde yer alan her bir bileşenin yalnızca lezzet değil, aynı zamanda belirli bir fizyolojik fonksiyona katkı sağlamasıdır. Antioksidan içeriği yüksek gıdalar, probiyotik ürünler, lif bakımından zengin bileşenler ve alternatif tahıllar bu yaklaşımın temel unsurlarını oluşturmaktadır (Demirbağ, Alan & Öksüztepe, 2023).

Fonksiyonel gastronomi kapsamında menü tasarımı, hedef kitleye özgü beslenme gereksinimlerinin dikkate alınmasını zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede geliştirilen menülerde kalori kontrolü, besin dengesi, glisemik indeks yönetimi, alerjen kontrolü ve fonksiyonel bileşenlerin dengeli kullanımı ön plana çıkmaktadır. Örneğin diyabetik bireyler için düşük glisemik indeksli menüler, sporcular için protein ve antioksidan açısından zengin içerikler ve çölyak hastaları için glutensiz alternatifler fonksiyonel menü tasarımının önemli uygulama alanları arasında yer almaktadır (Baysal, 2007; Oğur & Akyol, 2021). Bu durum, gastronomi alanında menü mühendisliğinin yalnızca estetik ve ekonomik boyutla sınırlı olmadığını, aynı zamanda sağlık temelli bir yapıya evrildiğini göstermektedir.

Şef perspektifi açısından fonksiyonel gastronomi, mutfak profesyonellerinin rolünü yeniden tanımlamaktadır. Günümüz şefleri yalnızca yemek hazırlayan kişiler değil, aynı zamanda beslenme bilimi ve ürün geliştirme süreçlerine katkı sağlayan gastronomik tasarımcılar olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda şefler, yerel ve doğal ürünleri fonksiyonel bileşenlerle birleştirerek yenilikçi reçeteler geliştirmekte ve gastronomik deneyimi sağlık boyutuyla bütünleştirmektedir. Ayrıca tüketici beklentileri ve beslenme eğilimlerinin dikkate alınması, menü planlamasında giderek daha belirleyici bir faktör haline gelmektedir (Kivela & Crotts, 2006).

Restoran ve otel işletmeciliği açısından değerlendirildiğinde fonksiyonel gastronomi yaklaşımı, özellikle butik restoranlar, sağlık odaklı konsept mutfaklar ve otel işletmelerinde giderek daha yaygın hale gelmektedir. Otellerde "wellness menüleri", "detoks menüleri" ve "fit yaşam menüleri" gibi uygulamalar bu yaklaşımın somut örneklerini oluşturmaktadır. Bunun

yanı sıra toplu beslenme sistemlerinde çocuklar, yaşlılar ve hastalara yönelik özel fonksiyonel menülerin geliştirilmesi önem kazanmıştır. Bu uygulamalar hem müşteri memnuniyetini artırmakta hem de işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır (Çolak, 2021).

5. SAğLIK ODAKLI MENÜ PLANLAMA

Sağlık odaklı menü planlama, gastronomi alanında bireylerin fizyolojik ihtiyaçları, yaşam tarzları ve sağlık durumları dikkate alınarak oluşturulan bütüncül bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu yaklaşım, menü tasarımı yalnızca lezzet ve sunum odaklı bir süreç olmaktan çıkararak, besin bileşeninin insan sağlığı üzerindeki etkilerini merkeze alan bilimsel bir çerçeveye taşımaktadır. Özellikle kronik hastalıkların artışı, bireyselleştirilmiş beslenme ihtiyacı ve fonksiyonel gıdalara yönelik ilginin yükselmesi, sağlık odaklı menü planlamayı gastronomi alanında önemli bir uygulama alanı haline getirmiştir (Baysal, 2007; Pekcan, 2008; WHO, 2024). Bu kapsamda özel beslenme gruplarına yönelik menü planlama, sağlık odaklı gastronominin en önemli uygulama alanlarından birini oluşturmaktadır. Glutensiz, vegan, vejetaryen ve sporcu beslenmesine yönelik menüler, bireylerin farklı beslenme gereksinimlerine göre yapılandırılmaktadır. Menü planlama süreci, besin öğesi dengesi ve bireysel sağlık ihtiyaçlarını dikkate almayı gerektiren sistematik bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Doğan, 2022). Örneğin glutensiz menüler, çölyak hastaları ve gluten intoleransı olan bireyler için güvenli beslenme imkânı sunarken, kinoa, karabuğday ve amarant gibi alternatif tahıllar aracılığıyla besin çeşitliliğini artırmaktadır. Vegan menülerde hayvansal ürünler tamamen dışlanarak bitkisel protein kaynaklarına ağırlık verilirken, sporcu menülerinde enerji, protein ve antioksidan dengesi ön plana çıkmaktadır (Hasler, 2002; Butnariu & Sarac, 2019).

Sağlık odaklı menü planlamanın somutlaştırılması açasından farklı günlük menü örnekleri değerlendirilebilir. Glutensiz beslenmeye yönelik bir günlük menüde kahvaltıda kinoa lapası, ceviz ve taze meyve yer alırken; öğle öğününde ızgara tavuk, karabuğday pilavı ve zeytinyağlı sebzeler tercih edilebilmektedir. Akşam öğününde ise mercimek çorbası ve glutensiz sebze yemekleri dengeli bir beslenme modeli sunmaktadır. Vegan beslenme modelinde kahvaltıda bitkisel süt ile hazırlanmış yulaf ezmesi ve chia tohumu, öğle öğününde nohutlu kinoa salatası, akşam öğününde sebze köri ve kahverengi pirinç öne çıkmaktadır. Sporcu beslenmesinde ise yumurta, avokado

ve tam tahıllı ekmekten oluşan kahvaltı; ızgara somon ve bulgur içeren öğle öğünü ve tavuk göğsü ile tatlı patatesin yer aldığı akşam menüsü dengeli bir enerji ve protein dağılımı sağlamaktadır. Bu tür planlamalar, menü mühendisliğinin yalnızca estetik ve ekonomik değil, aynı zamanda fizyolojik temellere dayanan bilimsel bir süreç olduğunu göstermektedir (Pekcan, 2008; Doğan, 2022).

Sağlık odaklı menü planlamanın bir diğer önemli boyutu kronik hastalıklara yönelik özel menülerin geliştirilmesidir. Diyabet, hipertansiyon ve kardiyovasküler hastalıklar gibi beslenme ile doğrudan ilişkili hastalıklarda düşük glisemik indeksli, düşük sodyumlu ve doymuş yağ oranı azaltılmış menülerin oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Diyabetik bireyler için tam tahıllar, baklagiller ve lif açısından zengin sebzeler tercih edilirken; kalp-damar hastalıklarında omega-3 yağ asitleri bakımından zengin balık ürünleri ve zeytinyağı temel bileşenler arasında yer almaktadır (WHO, 2024; Baysal, 2007). Bu bağlamda örnek bir diyabet dostu menüde kahvaltı tam tahıllı ekme, haşlanmış yumurta ve zeytin ile planlanırken; öğle öğününde ızgara hindi ve bulgur salatası, akşam öğününde ise zeytinyağlı sebze yemekleri tercih edilmektedir. Kalp sağlığına yönelik bir menüde ise yulaf ezmesi, keten tohumu ve meyve içeren kahvaltı; ızgara balık ve tam tahıl pilavı içeren bir öğle öğünü ve zeytinyağlı sebze yemeklerinden oluşan bir akşam menüsü önerilmektedir (Anderson & ark., 2009).

Son yıllarda sağlık odaklı menü planlamada tüketici eğilimleri de belirleyici bir faktör haline gelmiştir. Tüketicilerin giderek daha bilinçli hale gelmesi, içerik okuma alışkanlığının artması ve “clean label” ürünlere yönelim, gastronomi sektöründe daha şeffaf ve doğal menülerin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilirlik, yerel ürün kullanımı ve etik tüketim anlayışı da menü planlama süreçlerinde dikkate alınan önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Kivela & Crotts, 2006; Doğan, 2022).

6. SONUÇ

Bu çalışma kapsamında fonksiyonel gıdaların gastronomi alanındaki yeri, sağlık odaklı beslenme yaklaşımları ve bu iki alanın kesişiminde şekillenen fonksiyonel gastronomi anlayışı literatür çerçevesinde değerlendirilmiştir. Günümüzde beslenme alışkanlıklarında yaşanan değişimler, yaşam tarzlarının hızlanması ve kronik hastalıkların görülme sıklığındaki artış, yalnızca bireylerin beslenme tercihlerini değil, gastronomi disiplininin yaklaşımını da

önemli ölçüde etkilemiştir. Bu süreçte gastronomi; lezzet, kültür ve estetik unsurların ötesine geçerek sağlık, besin değeri ve yaşam kalitesi gibi boyutları da kapsayan çok boyutlu bir alan haline gelmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar, fonksiyonel gıdaların sağlık üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çekmekte ve bu ürünlerin koruyucu beslenme yaklaşımlarında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Probiyotikler, prebiyotikler, diyet lifleri, omega-3 yağ asitleri ve antioksidan bileşenler gibi fonksiyonel içerikler; bağışıklık sisteminin desteklenmesi, sindirim sağlığının iyileştirilmesi ve metabolik süreçlerin düzenlenmesi gibi çeşitli fizyolojik etkilerle ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle fonksiyonel gıdalar, modern beslenme anlayışında giderek daha fazla önem kazanan bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Sağlık odaklı menü planlama uygulamaları, gastronomi alanında öne çıkan yaklaşımlar arasında yer almaktadır. Glutensiz, vegan, vejetaryen, sporcu beslenmesine yönelik ve belirli sağlık koşullarına uygun olarak geliştirilen menüler, bireylerin farklı beslenme gereksinimlerine yanıt verme amacı taşımaktadır. Bu durum, gastronominin yalnızca duyuşsal deneyime odaklanan bir alan olmaktan çıkarak bireysel sağlık gereksinimlerini de dikkate alan bütüncül bir yapıya evrildiğini göstermektedir.

Fonksiyonel gastronomi yaklaşımı ise gastronomi ile beslenme bilimi arasındaki etkileşimi güçlendiren önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım kapsamında menü tasarımı ve ürün geliştirme süreçlerinde besin öğelerinin fizyolojik etkileri dikkate alınmakta; lezzet, sağlık ve tüketici beklentileri birlikte ele alınmaktadır. Böylece gastronomi profesyonellerinin rolü genişlemekte ve sağlık odaklı, fonksiyonel özelliklere sahip ürünlerin geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, fonksiyonel gıdalar ve sağlık odaklı menü planlama yaklaşımları gastronomi alanının güncel gelişim yönlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu yaklaşımlar, gastronomi ile beslenme bilimi arasındaki ilişkiyi güçlendirirken bireylerin yaşam kalitesinin artırılmasına ve toplum sağlığının desteklenmesine katkı sunmaktadır. Gelecekte gerçekleştirilecek çalışmaların fonksiyonel bileşenlerin gastronomik uygulamadaki kullanım alanları, tüketici kabulü ve sürdürülebilir beslenme modelleri üzerindeki etkilerine odaklanmasının alana önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Anderson, J. W., Baird, P., Davis, R. H., Ferreri, S., Knudtson, M., Koraym, A., Waters, V., & Williams, C. L. (2009). Health benefits of dietary fiber. *Nutrition Reviews*, 67(4), 188–205. <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2009.00189.x>
- Arai, S. (2002). Global view on functional foods: Asian perspectives. *British Journal of Nutrition*, 88(S2), S139–S143. <https://doi.org/10.1079/BJN2002678>
- Baysal, A. (2007). *Beslenme* (11. baskı). Ankara Hatiboğlu Yayınları.
- Butnariu, M., & Sarac, I. (2019). Functional food. *International Journal of Nutrition*, 3(3), 7–16. <https://doi.org/10.14302/issn.2379-7835.ijn-19-2615>
- Çolak, A.G.O. (2021). İlişkisel bağlamda gastronomi ve diğer disiplinler Bölüm 2: Gastronomi – Tıp ve Beslenme (S25-S27). Astana Yayınları
- Demirbağ, Z., Alan, S., & Öksüztepe, G. (2023). Fonksiyonel gıdalar ve beslenme-deki önemi. *Bozok Veterinary Sciences*, 4(2), 54–60. <https://doi.org/10.58833/bozokvetsci.1324245>
- Doğan, M. (2022). Menü planlama ve standart reçeteler. In *Toplu Beslenme Sistemleri ve Catering Hizmetleri Yönetimi* (S91-S107). Nobel Akademik Yayınları
- Elgün, A., & Ertugay, Z. (1995). *Tahıl işleme teknolojisi*. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.
- Erkmen, O. (2026). Sağlıklı Beslenmede Probiyotikler ve Fonksiyonel Biyotikler: Sağlık Üzerine Etkileri, Sinerjik Etkileşimleri, Üretim Teknolojileri ve Gelecekteki Kullanım Alanları. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 15(1), 353-375.
- Fekete, M., Lehoczki, A., Krczyk-Poprawa, A., Zábó, V., Varga, J. T., Bálint, M., Fazekas-Pongor, V., Csípó, T., Rzaşa-Duran, E., & Varga, P. (2025). Functional foods in modern nutrition science: mechanisms, evidence, and public health implications. *Nutrients*, 17(13), 2153. <https://doi.org/10.3390/nu17132153>
- Hasler, C. M. (2002). Functional foods: Benefits, concerns and challenges—a position paper from the American Council on Science and Health. *The Journal of Nutrition*, 132(12), 3772–3781. <https://doi.org/10.1093/jn/132.12.3772>
- Keskin, S. N. (2023). *İstanbul ilinde bir sağlık kuruluşuna başvuran gebe kadınların fonksiyonel gıda bilgi durumu, tüketim sıklığı ve beslenme durumlarının incelenmesi* (yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kivela, J., & Crotts, 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>
- Oğur, S., & Akyol, B. N. (2021). *Kronik hastalıklarda beslenme ve etkin diyet modelleri*. İksad Yayınevi.
- Pekcan, G. (2008). *Beslenme durumunun saptanması*. T.C. Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2019). *Türkiye beslenme ve sağlık araştırması*. <https://ekutuphane.saglik.gov.tr/Yayin/738>

- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2022). *Türkiye beslenme rehberi (TÜBER)*. <https://hsgm.saglik.gov.tr>
- Vural, A. (2014). *Fonksiyonel gıdalar ve sağlık üzerine etkileri*. Gıda ve Yem Bilimi Teknolojisi Dergisi, 6, S54-S57 <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gidaveyem/article/52572>
- World Health Organization. (2024). *Guidance for monitoring healthy diets globally*. <https://www.who.int>

GASTRONOMİDE BİTKİ TEMELLİ DÖNÜŞÜM: PLANT-BASED BESLENME TRENDLERİ, MENÜ UYARLAMALARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK PERSPEKTİFİ

Muhammet Mert KAYA*

Özlem ÖZER ALTUNDAG**

1. GİRİŞ

Küresel nüfus artışı, iklim değişikliği ve doğal kaynakların hızla tükenmesi gibi çok boyutlu çevresel krizlerin mevcut gıda sistemleri üzerinde yoğun baskılar oluşturduğu ve bu sistemlerin ekolojik açıdan sürdürülemez bir yapıya dönüştüğü ifade edilmektedir (Ak Bingül, 2025). Geleneksel tarım ve hayvansal gıda üretim modellerinin küresel sera gazı emisyonlarının büyük bir kısmından sorumlu olduğu ve doğal ekosistemlerde geri döndürülemez tahribatlara yol açtığı vurgulanmaktadır (Pekcan, 2019). Çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları kapsayan bu sorunlar karşısında dünyanın ekolojik sınırlarını korumayı amaçlayan sürdürülebilir beslenme stratejilerine yönelimin küresel düzeyde bir zorunluluk haline geldiği belirtilmektedir (Yıldız vd., 2025). Artan çevresel krizlerin gıda tedarik süreçlerinden tüketim alışkanlıklarına kadar uzanan geniş bir yelpazede köklü ve ekoloji odaklı bir dönüşümü kaçınılmaz kıldığı gözlemlenmektedir (Karaağaç & Ekincek, 2025).

Gıda sistemlerindeki bu ekolojik ve etik kaygılar doğrultusunda tüketici alışkanlıklarında belirgin bir değişim yaşandığı salt hayvan sömürsünü red-

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, kaya.mmert6@gmail.com, ORCID ID: 0009-0004-4706-4615

** Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ozlemozeraltundag@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-7117-6335

detmeye odaklanan katı vegan algısından ziyade sağlığın, doğallığın ve bitkisel ürünlerin merkeze alındığı “plant-based” (bitki temelli) felsefeye doğru bir geçiş yapıldığı görölmektedir (Yılmaz, 2023). Bitki temelli beslenmenin yalnızca etik bir duruş olmanın ötesinde kronik hastalık risklerini azaltmak, hayvansal üretimdeki antibiyotik ve kimyasal kalıntılardan korunmak ve kişisel refahı artırmak gibi geniş kapsamlı sağlık motivasyonlarıyla benimsendiği ifade edilmektedir (Erk vd., 2019). Aynı zamanda bu dönüşümün su ayak izini ve karbon emisyonlarını en aza indirgeyerek ekolojik dengeye doğrudan katkı sağladığı ve bu sayede bireysel sağlık ile çevresel sürdürülebilirliğin ortak bir paydada buluşturulduğu bütüncül bir beslenme yaklaşımı olarak değerlendirildiği vurgulanmaktadır (Aymankuy & Topal, 2022).

Tüketici eğilimlerindeki bu radikal değişimlerin ve bitki temelli ürünlere olan yoğun talebin gastronomi sektörünü ve profesyonel mutfak pratiklerini derinden şekillendirdiği analiz edilmektedir (Seçuk vd., 2023). şefler tarafından menülerin bitkisel ikame malzemelerle zenginleştirildiği geleneksel reçetelerin modern, sağlıklı ve çevre dostu formlarda yeniden yorumlandığı ve böylece yenilikçi degüstasyon menülerinin tasarlandığı gözlemlenmektedir (Doğu Baykut, 2025). Profesyonel mutfaklarda hayvansal proteinlerin yerini alan bitkisel bazlı ürünlerin yalnızca estetik ve lezzet odaklı değil aynı zamanda sıfır atık prensipleri, karbon ayak izinin düşürölmesi ve yerel ürün kullanımı gibi sürdürülebilirlik ölçütleriyle entegre edilerek sunulduğu ifade edilmektedir (Öztürk, 2025). Bu bağlamda restoran endüstrisinin rekabet avantajı sağlamak ve değişen beklentilere uyum göstermek amacıyla menü mühendisliği süreçlerinde bitki temelli gastronomi uygulamalarını stratejik bir unsur olarak konumlandırdığı tespit edilmektedir (Seçuk vd., 2023). Bu bölümde plant-based beslenmenin gastronomi üzerindeki etkileri literatür temelinde değerlendirilmektedir.

2. PLANT-BASED BESLENME

2.1. Plant-Based Beslenme Kavramı

“Bitki temelli” (plant-based) beslenme kavramı sıklıkla vegan veya vejetaryen diyetlerle eş anlamlı kullanılsa da literatürde daha geniş ve kapsayıcı bir çerçeveyi ifade etmektedir (Fardet vd., 2017). Bu kavram sebze, meyve, tam tahıllar, baklagiller, yağlı tohumlar ve sert kabuklu yemişler gibi bitkisel gıdaların temel alındığı hayvansal ürünlerin ise ya tamamen dışlandığı ya da minimum düzeyde tüketildiği bütüncül bir beslenme örüntüsü olarak tanımlanmaktadır (Williams & Patel, 2017). Bitki temelli beslenmenin katı bir

etik ideolojiden ziyade insan sağlığını ve çevresel kaynakları optimize etmeyi hedefleyen, işlenmiş gıdalardan uzak ve doğal besinlere odaklanan geniş yelpazeli bir yapıya sahip olduğu vurgulanmaktadır (Yılmaz, 2023; Pekcan, 2019).

Beslenme literatüründe hayvansal ve bitkisel kaynakların tüketim oranlarına göre çeşitli diyet yaklaşımları tanımlanmaktadır. Vejetaryen beslenme temel olarak kırmızı et, kümes hayvanları ve deniz ürünlerinin dışlandığı ancak alt türlerine göre süt, süt ürünleri ve yumurta gibi hayvansal yan ürünlerin (örneğin lakto-ovo vejetaryenlik) tüketimine izin verilen bir model olarak ifade edilmektedir (Seçim vd., 2022). Öte yandan veganlık yalnızca beslenme boyutunda değil aynı zamanda felsefi bir yaşam tarzı olarak öne çıkmakta; et, süt, yumurta ve bal dâhil olmak üzere hayvanlardan elde edilen tüm gıdaların yanı sıra deri veya yün gibi hayvansal kökenli hiçbir endüstriyel ürünün kullanılmadığı daha katı bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Leitzmann, 2014). Bu iki kavramın esnek bir sentezi olarak nitelendirilen fleksitaryen (esnek vejetaryen) beslenme ise temelde bitkisel kaynakların ağırlıkta olduğu ancak bireylerin tamamen katı bir kısıtlamaya gitmeden belirli zamanlarda ve sınırlı miktarlarda et veya hayvansal ürünleri diyetlerine dâhil edebildikleri bir beslenme biçimi olarak sınıflandırılmaktadır (Olgun vd., 2022). Fleksitaryenliğin geleneksel hayvansal odaklı beslenme alışkanlıklarından uzaklaşmakta zorlanan bireyler için esnek bir geçiş formu sunduğu gözlemlenmektedir (Kıyak & Güneş Bayır, 2022).

2.2. Bitki Temelli Beslenmenin Gelişimi

Bitki temelli beslenmenin tarihsel kökenlerinin oldukça eski dönemlere özellikle Antik Yunan ve çeşitli Doğu medeniyetlerine kadar uzandığı bilinmektedir (Erk vd., 2019; Güleç & Sinan, 2025). Antik Yunan'da Pisagor gibi düşünürlerin ruh göçü inancı ve şiddet karşıtlığı temelinde et tüketimini reddettiği; benzer şekilde Asya'da Hinduizm, Budizm ve Jainizm gibi inanç sistemlerinde tüm canlıların eşitliği ve hayvanlara zarar vermeme (karmik ve ahlaki) ilkeleri doğrultusunda bitkisel ağırlıklı beslenmenin benimsendiği aktarılmaktadır (Tunçay Son & Bulut 2016; Mason & Mullins, 2016). Modern anlamda 19. yüzyılda İngiltere'de ilk vejetaryen toplulukların kurulduğu, "vegan" teriminin ise 1944 yılında Donald Watson tarafından vejetaryenlikten farklı olarak hayvan sömürüsünü tamamen reddeden bir felsefeyi tanımlamak amacıyla literatüre kazandırıldığı belirtilmektedir (Altaş, 2017; Demirhan, 2022).

Günümüzde bitki temelli beslenmeye yönelik artan ilginin ve popülaritenin temelinde sağlık, çevresel sürdürülebilirlik ve hayvan hakları etiği gibi çok boyutlu faktörlerin yattığı analiz edilmektedir (Temizkan & Uslu, 2023). Sağlık bağlamında yüksek oranda posa, antioksidan ve fitokimyasal içeren bitki temelli diyetlerin obezite, tip 2 diyabet, hipertansiyon ve çeşitli kardiyovasküler hastalık risklerini anlamlı düzeyde düşürdüğü bildirilmektedir (Cramer vd., 2017; Hemler & Hu, 2019; Oğan & Cömert, 2022). Çevresel sürdürülebilirlik boyutu incelendiğinde ise endüstriyel hayvancılık ve et üretim süreçlerinin küresel sera gazı emisyonlarının büyük bir kısmından sorumlu olduğu, bitkisel üretime kıyasla çok daha yüksek oranda tatlı su ve tarım arazisi tükettiği ifade edilmektedir (Kıyak & Güneş Bayır, 2022; Willett vd., 2019). Tüm bu etkiler doğrultusunda ekolojik tahribatın sınırlandırılması, karbon ve su ayak izinin düşürülmesi amacıyla bitki temelli diyetlere geçişin küresel bir zorunluluk haline geldiği vurgulanmaktadır (Springmann vd., 2018). Tüm bunlara ek olarak endüstriyel çiftliklerdeki hayvan yetiştirme koşulları ve hayvan sömürüsüne yönelik artan ahlaki hassasiyetlerin de bireyleri bitki temelli beslenme felsefesine yönlendiren güçlü etik motivasyonlar arasında yer aldığı saptanmaktadır (Greenebaum, 2012; Jabs vd., 1998).

3. GASTRONOMİ SEKTÖRÜNDE PLANT-BASED DÖNÜŞÜM VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BOYUTU

3.1. Karbon Ayak İzi ve Su Kullanımı

Gıda sistemlerinin ve özellikle geleneksel hayvansal üretimin küresel ekolojik tahribat, yüksek sera gazı emisyonları ve kısıtlı tatlı su kaynaklarının yoğun tüketimi üzerinde büyük bir baskı oluşturduğu ifade edilmektedir (Ak Bingül, 2025). Artan çevresel krizlerle mücadele ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda bitkisel ve hayvansal kaynaklı gıdaların ekolojik ayak izleri arasındaki farklar bilimsel literatürde sıklıkla analiz edilmektedir (Pekcan, 2019). Yapılan değerlendirmede hayvansal gıdaların üretimi için gereken su ve alan miktarının eşdeğer besin içeriğine sahip bitkisel ürünlere kıyasla katbekat yüksek olduğu; örneğin kırmızı et üretiminin baklagiller veya sebzelere göre çok daha geniş çaplı bir su ayak izi bıraktığı görülmektedir (Kıyak & Güneş Bayır, 2022). Farklı beslenme örüntülerinin çevresel maliyetlerinin karşılaştırıldığı bir araştırmada vegan ve bitki temelli diyetlerin hem karbon emisyonu hem de su tüketimi açısından hayvansal ürünleri barındıran diyetlere oranla anlamlı düzeyde daha düşük bir çevresel tahribata yol açtığı belirtilmektedir (Ceylan, 2024). Bu ekolojik gerçeklikler gastronomi sektöründe

doğal ekosistemlerin korunmasını sağlayacak daha az karbon yoğunluğuna sahip bitki temelli tüketime modellerine geçişin küresel bir zorunluluk olduğunu göstermektedir (Yılmaz, 2023).

3.2. Bitkisel Üretim

Gastronomi alanında çevresel sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşabilmek adına tarımsal kaynakların verimli ve ekolojiye duyarlı kullanımını merkeze alan yenilikçi bitkisel üretim modellerinin benimsendiği görülmektedir. Geleneksel tarımın kısıtlılıklarına, su kıtlığına ve alan yetersizliğine bir alternatif olarak geliştirilen hidroponik, aeroponik ve dikey tarım gibi topraksız tarım sistemleri restoran operasyonlarına entegre edilerek tedarik zincirindeki ekolojik yükün hafifletilmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Karaağaç & Ekincek, 2025). Bu modern bitkisel üretim yaklaşımlarının çok daha dar alanlarda ve minimum su kullanımıyla yüksek verimde mahsul elde edilmesine imkân sağladığı belirtilmektedir (Demirbaş, 2023). Aynı zamanda taze, yerel ve izlenebilir ürünlerin doğrudan restoran bünyesinde veya kentsel tarım alanlarında yetiştirilmesi uzun mesafeli taşımacılığa olan ihtiyacı ortadan kaldırarak lojistik kaynaklı karbon ayak izini de büyük ölçüde düşürmektedir (Karaağaç & Ekincek, 2025). Bitkisel üretim süreçlerinde kaynakların döngüsel ekonomiye uygun kullanımı, organik atıkların kompostlama ile geri kazanılması ve çevreye duyarlı ambalaj uygulamaları gastronomi endüstrisinde ekolojik sınırları gözeterek sürdürülebilir bir işletmecilik anlayışının temel unsurları olarak değerlendirilmektedir (Çetinkaya & Bucak, 2025).

3.3. Restoran Menülerinde Değişim

Tüketici farkındalığının artması, sağlık endişeleri ve çevresel sürdürülebilirlik taleplerinin yaygınlaşması restoran endüstrisinde ve menü mühendisliği stratejilerinde köklü bir “plant-based” dönüşümü beraberinde getirmektedir (Çifçi & Kızılırmak, 2025). Geleneksel restoran menülerinde yalnızca yan ürün veya garnitür statüsünde konumlandırılan vejetaryen ve vegan seçeneklerin günümüzde yenilikçi tekniklerle ana yemek kategorilerine taşındığı ve işletmelerin bitki temelli tüketici segmentine hitap eden oldukça zengin reçeteler tasarladığı gözlemlenmektedir (Seçuk vd., 2023). Bu bitkisel dönüşümün restoran konseptlerine yansımaları işletme türüne göre farklılık göstermekte; fine dining (lüks restoran) işletmelerinde geleneksel kültürel mirasın korunması ile yerel sebze ve bitkilerin modern estetikle ta-

bağa aktarıldığı yaratıcı degüstasyon menüleri ve etik modernizasyon uygulamaları öne çıkarken (Özgönül Donuktan, 2025), casual dining (gündelik yemek) mekânlarında ise menülere eklenen yerellik, doğallık ve çevre dostu vurgularının tüketicinin ödeme istekliliğini ve sosyal prestij hissini artıran birer araç olarak kullanıldığı tespit edilmektedir (Vaidyanathan & Aggarwal, 2022).

Menü tasarımlarındaki en radikal değişimlerden biri de hayvansal proteinlere alternatif olarak geliştirilen bitkisel etlerin ve ikame malzemelerin tabaklara entegrasyonudur (Esmer vd., 2024). Soya, bezelye, buğday glütenu ve baklagil gibi bitkisel kaynakların ileri işlemlerden geçirilerek etin dokusunu, lifli yapısını ve lezzet algısını taklit ettiği yeni nesil ürünlerin modern mutfak pratiklerine başarıyla uyarıldığı ifade edilmektedir (Yılmaz, 2023; Esmer vd., 2024). Bu inovatif ürünlerin duysal kabul edilebilirliğini artırmak adına şefler tarafından menülere doğal baharatlar, aromatik yağlar ve çeşitli bağlayıcılar eklenerek zengin tat profilleri yaratılmaktadır (Esmer vd., 2024). Tüm bu gelişmelerle birlikte bitki temelli yemeklerin pazarlanması sürecinde şeffaflığın korunması gerektiği, işletmelerin yetersiz ürün çeşitliliği sunması veya menülerde hatalı “vegan” etiketlemeleri yapmasının müşteri deneyimi üzerinde güven sarsıcı manipülatif sonuçlar doğurabileceği belirtilmektedir (Çifçi & Kızılırmak, 2025). Çevresel sürdürülebilirlik ve hayvan refahı açısından sağladığı avantajlar sebebiyle hücresel et teknolojisi de beslenme ihtiyaçlarını karşılama potansiyeline sahip bir diğer alternatif ürün kapsamında ele alınmaktadır. Bu teknolojinin gelişmesiyle birlikte sadece et üretiminde değil aynı zamanda süt ürünleri, kümes hayvanları ve deniz ürünleri üretiminde de önemli ölçüde su tasarrufu sağlanması beklenmektedir. Örneğin, sığır eti üretiminde %98, süt ürünleri üretiminde %99,6 ve deniz ürünleri üretiminde %86 daha az su tüketilmesi beklenmektedir (Özer Altundağ & Samav, 2025).

4. GASTRONOMİ TURİZMİ BAğLANTISI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

4.1. Veganlık ve Sağlık Motivasyonu

Bireylerin beslenme alışkanlıklarını bitki temelli modellere yöneltmelerindeki en temel itici güçlerden birinin fiziksel iyilik halini artırma ve hastalıklardan korunma arzusu olduğu ifade edilmektedir (Cramer vd., 2017). Yapılan değerlendirmelerde, hayvansal gıdalardan uzaklaşp bitkisel ağırlıklı bir beslenme düzeninin benimsenmesinin; obezite, diyabet ve kalp rahatsızlıkları gibi kronik hastalık risklerini anlamlı ölçüde düşürerek genel

yaşam kalitesini artırdığı vurgulanmaktadır (Güleç & Sinan, 2025; Seçim vd., 2022).Tüketiciler tarafından sağlığı ve fiziksel zindeliği korumanın yanı sıra enerji düzeylerini yükseltmek gibi çok boyutlu faydalar nedeniyle vegan ve vejetaryen yaşam tarzının giderek daha fazla içselleştirildiği saptanmaktadır (Cramer vd., 2017; Ayyıldız & Uslu, 2024). Gündelik hayatta benimsenen bu sağlıklı ve doğal beslenme kaygısının turizm faaliyetlerine de doğrudan yansıdığı turistlerin destinasyonlarda sunulan gastronomi hizmetlerinden beklentilerini şekillendiren başlıca psikolojik faktörler arasında sağlık motivasyonunun kilit bir rol üstlendiği analiz edilmektedir (Chang vd., 2021).

4.2. Çevresel Bilinç ve Etik (Hayvan Refahı)

Tüketici davranışlarını yönlendiren sağlık faktörlerinin yanı sıra endüstriyel hayvancılığın doğal ekosistemler üzerinde yarattığı tahribatlara ve hayvan sömürüsüne karşı geliştirilen etik duruşun da gastronomi tercihlerinde kritik bir boyut olduğu değerlendirilmektedir (Fox & Ward, 2008). Çevresel kaygılarla şekillenen bu beslenme biçiminin sera gazı emisyonlarını düşürmeyi, tatlı su kaynaklarını korumayı ve biyolojik çeşitliliği sürdürülebilir kılmayı hedefleyen ekolojik bir farkındalıkla temellendirildiği açıklanmaktadır (Dhont & Ioannidou, 2024; Springmann vd., 2018). Beslenme pratikleri yalnızca fiziksel bir gereksinim olarak değil hayvan haklarını savunan ahlaki bir felsefe olarak konumlandırıldığında vegan bireyler tarafından hayvanların endüstriyel süreçlerde eşya gibi kullanılmasına karşı net bir direniş sergilendiği aktarılmaktadır (Canavan, 2021; Melina vd., 2016). Bireylerde oluşan bu ekolojik ve etik hassasiyetlerin gastronomi turizmine katılım gösteren turistlerin çevre ve hayvan dostu işletmeleri talep etmesine dolayısıyla turizm sektörünün sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde yeniden yapılanmasına zemin hazırladığı belirtilmektedir (Dilek & Dilek, 2020).

4.3. Destinasyon Seçimi ve Menü Uygunluğu

Gastronomi turizminde tüketici kararlarının ziyaret edilecek destinasyonun sunduğu bitki temelli yiyecek alternatiflerinin çeşitliliğine ve menü uygunluğuna göre şekillendiği gözlemlenmektedir (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2016; Ayyıldız, 2024). Bitki temelli beslenen turistlerin geleneksel turist profiline kıyasla seyahat edecekleri destinasyonları seçerken otel veya restoran menülerinde kendi diyet felsefelerine uygun seçeneklerin bulunup bulunmadığına dair seyahat öncesinde detaylı bir araştırma yaptıkları saptanmaktadır (Lee vd., 2015; Rivera & Shani, 2013). Turistik bölgelerdeki res-

toranlarda salt hayvansal ürün içermeyen menülerin sunulmasının ötesinde mutfak personelinin veganlık konusunda yeterli bilgiye sahip olmasının işletmelerin hayvan haklarına saygılı yeşil sertifikalar taşımasının ve menülerde şeffaf bir içerik politikası izlenmesinin müşteri memnuniyetini doğrudan etkilediği ifade edilmektedir (Aktaş vd., 2019; Yılmaz & Albayrak, 2023).

İşletmeler tarafından vejetaryen ve vegan ziyaretçilere yalnızca sınırlı garnitürler sunulması ya da vegan olmayan ürünlerin yanıltıcı etiketlerle pazarlanması gibi manipülatif uygulamaların turistlerin seyahat kısıtlamaları yaşamalarına ve o destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetlerinin düşmesine yol açtığı vurgulanmaktadır (Jennings vd., 2019; Nield vd., 2000). Buna karşın yerel mutfak kültürünün bitki temelli beslenmeye uygun şekilde yorumlandığı vegan festivallerin düzenlendiği ve hayvan sömürsünden arındırılmış özel gastronomi tur paketlerinin sunulduğu destinasyonların çevreye duyarlı hedef kitle nezdinde yüksek rekabet avantajı sağlayarak turizm pazarında öne çıktığı analiz edilmektedir (Altaş, 2017; Huang vd., 2020).

5. SONUÇ

Genel çıkarımlar küresel gıda sistemlerinin mevcut yapısının iklim krizi, tatlı su kaynaklarının tükenmesi ve sera gazı emisyonlarındaki artış gibi nedenlerle ekolojik sınırları aştığı ve bu durumun bitki temelli beslenme modellerine köklü bir geçişi zorunlu kıldığı sonucuna varılmaktadır. İncelenen literatür plant-based (bitki temelli) beslenmenin yalnızca bireysel sağlık endişeleriyle şekillenen geçici bir tüketim eğilimi olmadığını aksine hayvan refahı, sosyal adalet ve çevresel sürdürülebilirlik boyutlarını kapsayan bütüncül bir felsefi dönüşüm olduğunu göstermektedir. Endüstriyel hayvansal üretim modellerinin yarattığı çevresel tahribata karşı en rasyonel alternatif olarak konumlandırılan bitki temelli diyetlerin, karbon ve su ayak izini asgari düzeye indirgeyerek küresel sürdürülebilirlik hedeflerine doğrudan hizmet ettiği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda gastronomi sektöründe yaşanan bitkisel dönüşümün gıda ekosistemlerindeki direnci artırmada ve gezegenin geleceğini korumada stratejik bir kilit rol üstlendiği vurgulanmaktadır (Willett vd., 2019). Gastronomi ve turizm endüstrisinin değişen bu ekolojik tüketici paradigmasına uyum sağlayarak etik ve yenilikçi yaklaşımları operasyonel süreçlerine entegre etmesinin kaçınılmaz olduğu anlaşılmaktadır.

Literatürden elde edilen bulgular doğrultusunda gastronomi ve turizm sektörü paydaşlarının sürdürülebilirlik ekseninde yeniden yapılanmasına

yönelik çeşitli adımlar önerilmektedir. Şeflerin ve menü planlamacılarının bitki temelli seçenekleri menülerde yalnızca birer garnitür olmaktan çıkarıp yenilikçi mutfak teknikleriyle ana yemek statüsüne taşınmaları gerektiği ifade edilmektedir. Bu süreçte kültürel mirasın korunması amacıyla geleneksel yöresel reçetelerin özüne zarar verilmeden vegan ve glutensiz formlarda yeniden yorumlanması böylece gastronomik deneyimin daha kapsayıcı hale getirilmesi tavsiye edilmektedir (Seçuk vd., 2023). Restoran işletmecileri için lojistik kaynaklı karbon emisyonlarını azaltmak adına yerel ve mevsimsel ürün tedarikine öncelik verilmesi menülerde şeffaf bir içerik politikası izlenerek “vegan” veya “çevre dostu” etiketlemelerinde tüketiciyi yanıltıcı manipülasyonlardan kaçınılması kritik bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca restoranların kendi bünyelerinde topraksız dikey tarım uygulamalarına yer vermelerinin ve kompostlama gibi sıfır atık yönetimi stratejilerini benimsemelerinin döngüsel ekonomiye büyük katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır. Turizm destinasyon yöneticilerinin ise bölgelerindeki vejetaryen/vegan dostu işletme envanterlerini oluşturmaları vegan gastronomi festivalleri ve özel eko-turizm rotaları düzenleyerek çevreye duyarlı turistleri bölgeye çekmeleri ve destinasyon rekabet gücünü artırmaları önerilmektedir (Altaş, 2017).

Mevcut literatürdeki araştırma boşlukları incelendiğinde gastronomi alanında bitki temelli dönüşümün bilimsel olarak daha farklı açılardan analiz edilmesi gerektiği görülmektedir. Gelecekteki çalışmalar için tamamen vegan menü sunan işletmeler ile geleneksel hayvansal menü sunan işletmelerin gıda atık yönetimi ve çevresel sürdürülebilirlik performanslarının nicel verilerle karşılaştırıldığı saha araştırmalarının tasarlanması önerilmektedir (Çetinkaya & Bucak, 2025; Uslu, 2025). Turizm ve gastronomi işletmelerinin çevresel ekolojik ayak izini hassas bir şekilde ölçecek sektöre özgü yeni metriklerin ve denetim araçlarının geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu dikkat çekmektedir. Ek olarak yeni nesil bitkisel et ve süt ikamelerinin geleneksel mutfaklara adaptasyon sürecinde tüketicilerin duyusal kabul edilebilirliklerini ve satın alma niyetlerini ölçen disiplinler arası çalışmaların artırılması faydalı görülmektedir. Son olarak giderek yaygınlaşan yapay zekâ teknolojilerinin ve dijitalleşmenin bitki temelli menü mühendisliği, atık optimizasyonu ve tüketici taleplerinin öngörülmesindeki rolünü inceleyecek teorik ve uygulamalı araştırmaların gastronomi literatürüne önemli bilimsel katkılar sunacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak Bingül, B. (2025). Gıda sistemlerinde dönüşüm arayışı: Ekolojik dayanıklılık, sosyal eşitlik ve ekonomik sürdürülebilirlik perspektifi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 40(Özel Sayı), 71-89.
- Aktaş, N., Şen, A., & Çil, M. (2019). Gastronomi turizminde yeni bir eğilim: Vejetaryen ve vegan festivaller. B. C. Çetinsöz, M. Atsan ve B. K. Ercan (Ed.), *VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium* içinde (s. 976-983). Mersin Üniversitesi Yayınları.
- Altaş, A. (2017). Vegetarianism and veganism: Current situation in Turkey in the light of examples in the world. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 403-421.
- Aymankuy, Ş., & Topal, H. (2022). Vejetaryen/vegan beslenme felsefesinin gastronomide sürdürülebilirliğe etkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(5), 670-682.
- Ayyıldız, S. (2024). Restoran atmosferinin tekrar ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisinde yiyecek-içecek deneyiminin aracılık rolü: Veganların tercih ettikleri restoranlara yönelik bir araştırma. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 8(1), 400-415.
- Ayyıldız, S., & Uslu, A.N. (2024). Alternative protein sources for individuals on a vegan diet: Meat analogs. In *Contemporary studies and theories in gastronomy and food science* (pp. 247-258). Peter Lang. <https://www.peterlang.com/document/1523918>
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Exploring the multidimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260-1280.
- Canavan, B. (2021). *Contemporary consumption, consumers and marketing: Cases from generations Y and Z*. Routledge.
- Ceylan, Z.Ş. (2024). *Akdeniz diyeti, vegan diyet ve Türkiye beslenme rehberi önerileri ile oluşturulan diyetle karbon ayak izi, su ayak izi ve protein kalitesinin hesaplanarak karşılaştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Chang, J., Morrison, A.M., Chen, Y., Chang, T., & Chen, D.Z. (2021). Does a healthy diet travel? Motivations, satisfaction and loyalty with plant-based food dining at destinations. *British Food Journal*, 123(12), 4155-4174, doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2020-1121>
- Cramer, H., Kessler, C. S., Sundberg, T., Leach, M. J., Schumann, D., Adams, J., & Lauche, R. (2017). Characteristics of Americans choosing vegetarian and vegan diets for health reasons. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 49(7), 561-567.
- Çetinkaya, A.D. & Bucak, T. (2025). Vegan yiyecek içecek işletmelerinde atık yönetimi uygulamaları ve çevresel sürdürülebilirlik boyutu. K. Karamustafa ve R. Kılıçhan (Ed.), *Gastronomi Turizmi Çalışmaları* içinde (s. 399-410). Detay Yayıncılık.

- Çifçi, H., & Kızılırmak, İ. (2025). Vegan restoranlarda müşteri deneyimi bileşenlerinin netnografi araştırma yöntemiyle incelenmesi: Tripadvisor örneği. *Aydın Gastronomy*, 9(2), 353-373.
- Demirbaş, N. (2023). Sürdürülebilir gastronomi açısından dikey tarımın önemi. *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Dergisi*, 7, 45-62.
- Demirhan, İ. (2022). *Sağlık ve bilim*. Efe Akademi Yayınları.
- Dhont, K., & Ioannidou, M. (2024). Health, environmental, and animal rights motives among omnivores, vegetarians, and vegans and the associations with meat, dairy, and egg commitment. *Food Quality and Preference*, 118, 105196. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2024.105196>
- Dilek, S.E., & Dilek, N.K. (2020). Understanding veganism within sustainable tourism context. *International Conference of Political Economy*, İstanbul.
- Doğu Baykut, E. (2025). Geleneksel lezzet içli köftenin yeniden yorumu: Glutensiz içli köfte ve vegan içli köfte. K. Karamustafa ve R. Kılıçhan (Ed.), *Gastronomi Turizmi Çalışmaları içinde* (s. 161-168). Detay Yayıncılık.
- Erk, G., Seven, A. & Akpınar, A. (2019). Vegan ve vejetaryan beslenmede probiyotik bitkisel bazlı süt ürünlerinin yeri. *GIDA / The Journal of Food*, 44(3), 453-462.
- Esmer, B., Hepsağ, F., & Hayoğlu, İ. (2024). Bitkisel proteinler ve et alternatifi olarak kullanımı. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(4), 1913-1932.
- Fardet, A., Méjean, C., Labouré, H., Andreeva, V.A., and Feron, G. (2017). The degree of processing of foods which are most widely consumed by the French elderly population is associated with satiety and glycemic potentials and nutrient profiles. *Food & Function*, 8(2), 651-658.
- Fox, N., & Ward, K. (2008). Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations. *Appetite*, 50(2-3), 422-429.
- Greenebaum, J. (2012). Veganism, identity and the quest for authenticity. *Food, Culture & Society*, 15(1), 129-144.
- Güleç, B.N., & Sinan, S. (2025). Sürdürülebilir beslenme yöntemi olarak vejetaryen ve vegan beslenme. *Hitit Sağlık Dergisi*, 6, 27-35. <https://doi.org/10.69563/hititsaglikderg.1679364>
- Hemler, E., & Hu, F. (2019). Plant-based diets for personal, population and planetary health. *Advances in Nutrition*, 10(Suppl_4), S275-S283. <https://doi.org/10.1093/advances/nmy117>
- Huang, Y.C., Chen, L.H., Lu, C. W., & Shen, J.L. (2020). Being a vegetarian traveller is not easy. *British Food Journal*, 122(6), 1983-1998.
- Jabs, J., Devine, C.M., & Sobal, J. (1998). Model of the process of adopting vegetarian diets: Health vegetarians and ethical vegetarians. *Journal of Nutrition Education*, 30(4), 196-202.

- Jennings, L., Danforth, C., Dodds, P., Pinel, E., & Pope, L. (2019). Exploring perceptions of veganism. *arXiv preprint*, arXiv:1907.12567. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1907.12567>
- Karaağaç, O., & Ekincek, S. (2025). Sürdürülebilir gastronomide topraksız tarımın yeri: Michelin rehberi restoranları üzerine bir inceleme. K. Karamustafa ve R. Kılıçhan (Ed.), *Gastronomi Turizmi Çalışmaları* içinde (s. 962-971). Detay Yayıncılık.
- Kıyak, B., & Güneş Bayır, A. (2022). İklim destekli beslenmede bitki bazlı diyetler ve sağlık üzerine etkileri. *Akademik Et ve Süt Kurumu Dergisi*, (4), 35-54.
- Lee, K.H., Packer, J., & Scott, N. (2015). Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and non-members. *Tourism Management*, 46, 1-10.
- Leitzmann, C. (2014). Vegetarismus/Veganismus–was dafür spricht. *Schweizer Zeitschrift für Ernährungsmedizin*, 5, 15-19.
- Mason, D.M., & Mullins, J.T. (2016). *Vegetarian 101: History, health and tips*. University of Kentucky, College of Agriculture, Food and Environment, Cooperative Extension Service. FN-AP.041. <https://fcs-hes.ca.uky.edu/sites/fcs-hes.ca.uky.edu/files/fn-ap-041.pdf>
- Melina, V., Craig, W., & Levin, S. (2016). Position of the Academy of Nutrition and Dietetics: Vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(12), 1970–1980. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.09.025>
- Nield, K., Kozak, M., & LeGrys, G. (2000). The role of food service in tourist satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 19(4), 375-384.
- Oğan, Y., & Cömert, M. (2022). Artvin yöre gastronomisinde tıbbi ve aromatik bitkiler. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 29-38. <https://izlik.org/JA37RU85KM>
- Olgun, S.N., Manisalı, E., & Çelik, F. (2022). Sürdürülebilir beslenme ve diyet modelleri. *Bandırma Onyedü Üniversitesi Sağlık Bilimleri ve Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 261-271.
- Özer Altundağ, Ö., & Samav, U. (2025). Approach of Gastronomy and Culinary Arts and Cookery Students towards In Vitro Meat. *Selcuk Journal of Agriculture and Food Sciences*, 39(3), 658-666. <https://doi.org/10.15316/selcukjafsci.1648116>
- Özgönül Donuktan, S. (2025). Kültürel kimlik ve gastronomi: Geleneksel tariflerin modern tabağa aktarılmasında etik sınırlar. K. Karamustafa ve R. Kılıçhan (Ed.), *Gastronomi Turizmi Çalışmaları* içinde (s. 319-330). Detay Yayıncılık.
- Öztürk, B. (2025). Preliminary study of the use of artificial intelligence in culinary creativity with Jordi Roca as a case. K. Karamustafa ve R. Kılıçhan (Ed.), *Gastronomi Turizmi Çalışmaları* içinde (s. 101-109). Detay Yayıncılık.
- Pekcan, A.G. (2019). Sürdürülebilir beslenme ve beslenme örüntüsü: Bitkisel kaynaklı beslenme. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 47(2), 1-10.

- Rivera, M., & Shani, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry: An operator's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- Seçim, Y., Akyol, N., & Kaya, M. (2022). Vejetaryen beslenme türleri. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 66-82.
- Seçuk, B., Madenci, A.B. & Seçim, Y. (2023). Turizm ile gastronomi perspektifinden vejetaryenlik ve vejetaryen menü uygulamaları. O. Çelen ve A. Ünal (Ed.), *Turizm ve destinasyon araştırmaları - III* içinde (s. 3-32). Paradigma Akademi.
- Springmann, M., Clark, M., Mason-D'Croz, D., Wiebe, K., Bodirsky, B.L., Lassaletta, L., De Vries, W., Vermeulen, S.J., Herrero, M., Carlson, K.M. et al. (2018). Options for keeping the food system within environmental limits. *Nature*, 562(7728), 519–525. <https://doi.org/10.1038/s41586-018-0594-0>
- Temizkan, S.P., & Uslu, A. N. (2023). Safranbolu'daki Yenilebilir Otlar ve Yemeklerde Kullanımı (Edible Herbs in Safranbolu and Their Use in Meals). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(1), 434–452. <https://doi.org/10.21325/jotags.2023.1200>
- Tunçay Son, G., & Bulut, M. (2016). Yaşam tarzı olarak vegan ve vejetaryenlik. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.
- Uslu, A.N. (2025). Bitki temelli beslenme ve karbon ayak izinin azaltılmasında rolü. In İ. Yazıcıoğlu, Y. Oğan, Ö. Yayla, A. Işın ve E. Yalçın (Eds.), *Sürdürülebilirlik, teknoloji ve kültür ekseninde turizm araştırmaları (e-kitap)*. Çizgi Kitabevi.
- Vaidyanathan, R., & Aggarwal, P. (2022). Green labeling and perceived moral worth: The role of sustainability claims in enhancing consumer self-perception. *Journal of Business Ethics*, 178(3), 725–744. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04726-z>
- Willett, W., Rockström, J., Loken, B., Springmann, M., Lang, T., Vermeulen, S., Garnett, T., Tilman, D., DeClerck, F., Wood, A. et al. (2019). Food in the Anthropocene: The EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447–492.
- Williams, K. A., & Patel, H. (2017). Healthy plant-based diet: What does it really mean?. *Journal of the American College of Cardiology*, 70(4), 423-425.
- Yıldız, B., Kılıç, G., & Çelik, Y. (2025). Sustainable nutrition awareness among university students: Comparing nutrition and dietetics students with students from other health departments. E. Parlak ve K. Öztop (Ed.), *4. Uluslararası Geleneksel Gıdalar ve Sürdürülebilir Beslenme Sempozyumu* içinde. Toros University.
- Yılmaz, İ. (2023). Bitki bazlı gıdalar. *EJONS International Journal on Mathematic, Engineering and Natural Sciences*, 7(2), 257-265.
- Yılmaz, Y., & Albayrak, A. (2023). Restoran çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenmeyle ilgili bilgi düzeyleri ve tutumlarının ölçülmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 214–233. <https://doi.org/10.17336/igusbd.995215>

GASTRONOMİDE DİJİTAL DUYUSAL ANALİZ: ELEKTRONİK BURUN VE YAPAY ZEKÂ ENTEGRASYONU

Çağlar BAYAR*

Hatice PEKMEZ**

1. GİRİŞ

Duyusal analiz; gıda bilimi ve gastronomi araştırmalarında ürünlerin aroma, tat ve genel duyuşsal özelliklerini değerlendirmek için uzun yıllardır kullanılan yöntemlerden biridir. Ancak duyuşsal analiz panellerinin insan katılımıcılardan oluşması bazı yapışsal sınırlılıkları beraberinde getirmektedir. Bu sınırlılıkların başında panelist yorgunluğu, bireysel algı farklılıklarından kaynaklanan subjektiflik ve panel organizasyonunun yüksek maliyet durumları gelmektedir. Özellikle yüksek hacimli üretim yapan gıda işletmeleri ve kalite kontrol süreçlerinde, bu sınırlılıklar daha belirgin hâle gelmektedir. Bu bağlamda duyuşsal verinin dijitalleşmesi ve ölçülebilir hâle getirilmesi amacıyla geliştirilen elektronik burun (e-nose) sistemleri ve yapay zekâ tabanlı analiz yöntemleri önemli bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmalar, elektronik burun teknolojisinin gerçek zamanlı ölçüm, yüksek tekrarlanabilirlik ve bazı uygulamalarda insan paneline kıyasla daha düşük operasyon maliyeti gibi avantajlar sunduğunu göstermektedir. Bu gelişmeler, özellikle Gastronomi 4.0 yaklaşımı kapsamında duyuşsal verilerin sayısallaştırılması ve akıllı kalite kontrol sistemlerinin geliştirilmesi

* Arş. Gör., Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, caglar.bayar@gibtu.edu.tr, ORCID ID: 0009-0009-0049-2942

** Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, pekmez@gantep.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3903-469X

açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır (Al-Ani, 2024; Bonah vd., 2019; Juboori & Al-Ani, 2025; Wen vd., 2018; Zhao vd., 2022).

Gastronomi turizmine yönelik talebin artmasıyla birlikte gastronomi alanında dijitalleşme, veri temelli yönetim ve akıllı sistem uygulamaları da ön plana çıkmaya başlamıştır. Gastronomi 4.0 yaklaşımı kapsamında mutfak süreçlerinin dijital teknolojilerle desteklenmesi sayesinde kalite kontrol, ürün standardizasyonu ve tüketici deneyiminin geliştirilmesi açısından yeni fırsatlar sunmaktadır. Özellikle aroma ve koku gibi duyuşsal verilerin ölçülebilir hâle getirilmesi, gastronomi alanındaki teknolojik dönüşümün önemli bileşenlerinden biri olarak görülmektedir. Bu doğrultuda elektronik burun (e-nose) sistemleri ve yapay zekâ tabanlı analiz yöntemleri, insan duyuşsal değerlendirmelerine alternatif veya destekleyici araçlar olarak dikkat çekmektedir.

Elektronik burun teknolojisi; uçucu bileşiklerin sensörler aracılığıyla algılanması, elde edilen sinyallerin dijital verilere dönüştürülmesi ve bu verilerin yapay zekâ algoritmaları aracılığıyla analiz edilmesi prensibine dayanmaktadır. Bu kapsamda kitabın bu bölümünde elektronik burun teknolojisi ve yapay zekâ entegrasyonunun gastronomi alanındaki kullanım potansiyeli kavramsal bir çerçevede ele alınmaktadır.

2. ELEKTRONİK BURUN (E-NOSE) TEKNOLOJİSİ

Elektronik burun teknolojisi, temelde gaz sensörlerinden oluşan bir sensör dizisi, sensörlerden elde edilen elektriksel sinyallerin zaman serisi olarak kaydedilmesi ve bu sinyallerin örüntü tanıma algoritmaları aracılığıyla analiz edilmesi prensibine dayanmaktadır. Çoğunlukla metal oksit yarı iletken sensörler kullanılarak uçucu bileşiklerin oluşturduğu gaz profilleri algılanmakta ve sensörlerin direnç veya voltaj değerlerindeki değişimler ölçülmektedir. Daha sonra elde edilen çok boyutlu veriler çeşitli sinyal işleme ve veri analizi yöntemleri ile işlenmektedir. Boyut indirgeme teknikleri, özellik çıkarımı ve sınıflandırma algoritmaları bu sürecin temel aşamalarını oluşturmaktadır. Bu sistemler, insan burnunun koku algılama mekanizmasını teknik olarak taklit etmeye çalıştıkları için literatürde “makine olfaksiyonu” (machine olfaction) kavramı kapsamında ele alınmaktadır (Juboori & Al-Ani, 2025; Karakaya vd., 2019; Wen vd., 2018). Elektronik burun sistemleri, farklı gaz ve buhar karışımlarının bulunduğu karmaşık ortamlarda dahi belirli koku profillerini sınıflandırabilme kapasitesine sahiptir ve bu nedenle gıda

ürünlerinin aroma profillerinin analizinde etkili sonuçlar verebilmektedir (Wen vd., 2018; Zou & Lv, 2020).

Elektronik burun ile biyolojik burun arasında kurulan benzerlikler, özellikle sensör dizisi ve örüntü tanıma süreçleri üzerinden açıklanmaktadır. İnsan burnunda bulunan çok sayıda koku reseptörü farklı uçucu moleküllere karşı duyarlılık göstererek belirli bir “koku deseni” oluştururken, elektronik burun sistemlerinde de sensör dizileri farklı gaz bileşenlerine karşı değişen tepkiler üretmekte ve bu tepkilerin oluşturduğu sinyal deseni algoritmalar aracılığıyla yorumlanmaktadır. Bu nedenle elektronik burun sistemleri biyolojik koku algısının teknik bir modellemesi olarak kabul edilmektedir (Juboori & Al-Ani, 2025; Wen vd., 2018). Bununla birlikte sensör driftleri, çevresel gürültü ve matris etkileri gibi bazı teknik zorluklar elektronik burun sistemlerinin performansını etkileyebilmektedir. Bu nedenle literatürde sensör kalibrasyonu, drift düzeltme algoritmaları ve dinamik veri işleme teknikleri gibi çözümler üzerinde yoğun çalışmalar yürütülmektedir (Ikeda vd., 2016; Karakaya vd., 2019).

Elektronik burun teknolojisinin etkinliğini artıran en önemli gelişmelerden biri yapay zekâ ve makine öğrenmesi yöntemlerinin bu sistemlerle entegre edilmesidir. Sensörlerden elde edilen veriler genellikle çok boyutlu ve zamanla değişen özelliklere sahip olduğundan, bu verilerin anlamlı sınıflara ayrılması için gelişmiş veri analizi yöntemleri kullanılmaktadır. Geleneksel olarak temel bileşenler analizi (PCA), doğrusal ayırma analizi (LDA) ve bağımsız bileşenler analizi (ICA) gibi özellik çıkarımı teknikleri kullanılırken; sınıflandırma aşamasında destek vektör makineleri (SVM), k-en yakın komşu algoritması (k-NN) ve yapay sinir ağları (ANN) gibi yöntemler yaygın olarak tercih edilmektedir. Daha yeni çalışmalarda ise konvolüsyonel sinir ağları (CNN), tekrarlayan sinir ağları (RNN) ve uzun kısa süreli bellek ağları (LSTM) gibi derin öğrenme modelleri kullanılarak elektronik burun verilerinden daha yüksek doğruluk oranları elde edildiği rapor edilmiştir (Binson & Subramoniam, 2021; Soh vd., 2017; Wen vd., 2018; Xiong vd., 2021; Zou & Lv, 2020). Bu yaklaşımlar sayesinde farklı ürünlerin karakteristik aroma profilleri “koku parmak izi” olarak tanımlanabilmekte ve veri tabanlarında saklanarak karşılaştırmalı analizlerde kullanılabilir.

Bu tür koku parmak izi veri tabanlarının oluşturulması özellikle gıda ürünlerinin kalite kontrolü, köken doğrulaması ve sahtecilik tespiti gibi alanlarda önemli bir rol oynamaktadır. Elektronik burun ve yapay zekâ entegrasyonu sayesinde kahve, çay ve çeşitli gıda ürünlerinin aroma profilleri kata-

loglanabilmekte ve farklı üretim partileri veya tedarik zinciri aşamalarında ortaya çıkan değişimler analiz edilebilmektedir (Bonah vd., 2019; Ren vd., 2022; Wen vd., 2018; Zhao vd., 2022). Bu yaklaşım, özellikle coğrafi işaretli ürünlerin doğrulanması açısından önemli bir uygulama alanı sunmaktadır. Elektronik burun sistemleri kullanılarak ürünlerin uçucu bileşik profilleri analiz edilmekte ve belirli bir bölgeye özgü aroma kalıpları tanımlanabilmektedir. Böylece bir gıda ürününün iddia edilen coğrafi kökene ait olup olmadığı makine öğrenmesi tabanlı sınıflandırma modelleri aracılığıyla belirlenebilmektedir (Wen vd., 2018).

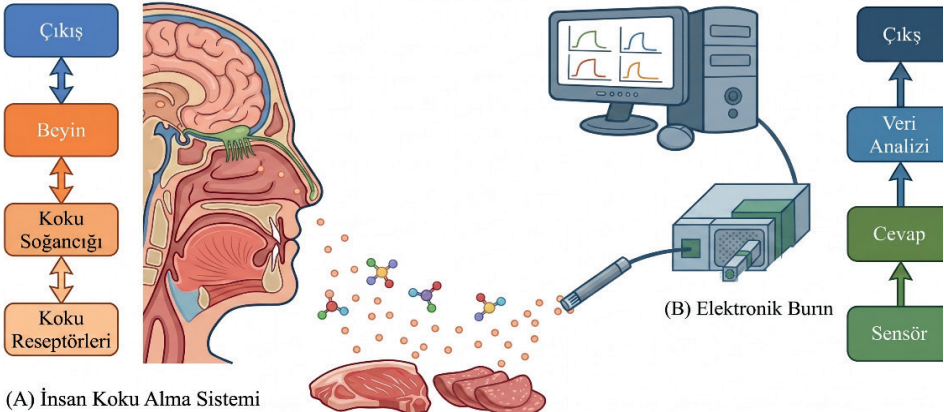
Elektronik burun teknolojisinin gastronomi ve gıda bilimi alanındaki bir diğer önemli uygulaması gıda bozulmasının tespit edilmesi ve raf ömrünün tahmin edilmesidir. Depolama sürecinde oluşan uçucu bileşikler ürünün bozulma düzeyine dair önemli bilgiler sunmaktadır. Elektronik burun sensörleri bu bileşikler tespit ederek zaman içinde değişen koku profillerini analiz edebilmekte ve makine öğrenmesi algoritmaları aracılığıyla ürünlerin taze, orta veya bozulmuş kategorilerine ayrılması mümkün olabilmektedir. Özellikle deniz ürünleri ve et ürünlerinde gerçekleştirilen çalışmalar, elektronik burun verilerinin rastgele orman (RF) ve destek vektör makineleri (SVM) gibi sınıflandırıcılarla analiz edilmesi sonucunda yüksek doğruluk oranları elde edildiğini göstermektedir (Lu vd., 2017; Zou & Lv, 2020). Benzer şekilde geleneksel gıdalar üzerinde yapılan çalışmalar da elektronik burun sistemlerinin kalite değerlendirme ve bozulma analizi süreçlerinde etkili sonuçlar verebildiğini ortaya koymaktadır (Zhao vd., 2022).

Elektronik burun ve yapay zekâ entegrasyonunun gastronomi alanındaki bir diğer potansiyel kullanım alanı ise aroma eşleşmesi ve yeni tarif geliştirme süreçleridir. Aroma profillerinin sayısallaştırılması sayesinde farklı gıda bileşenlerinin uçucu bileşik yapıları karşılaştırılabilmekte ve bu veriler yeni gıda eşleşmelerinin belirlenmesinde kullanılabilir. Özellikle kahve ve çay gibi aromatik ürünlerde gerçekleştirilen çalışmalar, elektronik burun sistemleri kullanılarak elde edilen koku verilerinin sınıflandırılabilirliğini ve ürünlerin aroma karakterlerinin detaylı biçimde analiz edilebileceğini göstermektedir (Bonah vd., 2019; Ren vd., 2022; Wen vd., 2018).

Bununla birlikte elektronik burun teknolojisinin bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. İnsan burnu, binlerce farklı uçucu bileşiği algılayabilen oldukça karmaşık bir biyolojik sistemdir ve algılama süreci yalnızca kimyasal tespitle sınırlı değildir; aynı zamanda sinir sistemi ve bilişsel süreçlerle de ilişkilidir. Elektronik burun sistemleri ise belirli sensör tipleri ve sınırlı algı-

lama aralıkları ile çalıştığından, insan duyuşal sisteminin tüm karmaşıklığını tamamen taklit edememektedir. Ayrıca sensör driftleri, sensörlerin zamanla hassasiyet kaybetmesi ve farklı çevresel koşullardan etkilenmesi gibi sorunlar da sistem performansını etkileyebilmektedir. Bu nedenle yeni nesil elektronik burun tasarımlarında derin öğrenme tabanlı kalibrasyon yöntemleri ve drift düzeltme algoritmaları üzerinde çalışmalar yürütülmektedir (Binson & Subramoniam, 2021; Ikeda vd., 2016; Karakaya vd., 2019).

Geleceğe yönelik olarak elektronik burun teknolojisinin özellikle portatif ve kullanıcı dostu sistemler hâline getirilmesi önemli bir araştırma alanı olarak görülmektedir. Restoran mutfaklarına entegre edilebilecek taşınabilir elektronik burun cihazları sayesinde şeflerin ve mutfak yöneticilerinin gerçek zamanlı kalite kontrol yapabilmesi mümkün olabilir. Ayrıca sensör teknolojisindeki gelişmeler, enerji verimliliği, filtreleme sistemleri ve kullanıcı arayüzleri gibi alanlarda yapılacak iyileştirmeler bu sistemlerin gastronomi sektöründe daha yaygın kullanılmasını sağlayabilir (Ren vd., 2022; Zhao vd., 2022). Bunun yanı sıra farklı gıda ürünlerine ait aroma profillerinin sistematik biçimde kataloglandığı “odor fingerprint” veri tabanlarının geliştirilmesi, yapay zekâ modellerinin daha güvenilir ve genellenebilir sonuçlar üretmesine katkı sağlayacaktır (Chang vd., 2023; Wen vd., 2018; Zou & Lv, 2020). Bu gelişmeler ışığında elektronik burun ve yapay zekâ entegrasyonunun, gelecekte gastronomi endüstrisinde kalite kontrol, ürün geliştirme ve akıllı mutfak uygulamalarının önemli bir bileşeni hâline gelmesi beklenmektedir.



Şekil 1. İnsan Koku Alma Sistemi ve Elektronik Burun Çalışma Mekanizmalarının Karşılaştırılması

Kaynak: Munekata vd., 2021.

3. ELEKTRONİK BURUN TEKNOLOJİSİNİN GASTRONOMİDE KULLANIMI

Elektronik burun (e-nose) teknolojisi, gaz fazında bulunan uçucu aroma bileşenlerini sensör dizileri aracılığıyla algılayarak bu bileşenleri desen tanıma yöntemleriyle sınıflandırmayı amaçlayan yenilikçi bir analiz yaklaşımıdır. Bu teknoloji, özellikle gıda ve gastronomi alanında, ürünlerin aroma profillerinin hızlı ve nesnel bir şekilde değerlendirilmesine olanak tanımaktadır. Geleneksel duyu analizi yöntemleri insan panelistlere dayanırken, e-nose sistemleri zaman, maliyet ve tekrarlanabilirlik açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Bu bağlamda literatürde, e-nose ile elde edilen veriler ile insan duyu panelleri arasında anlamlı korelasyonların bulunduğu ve bu teknolojinin özellikle kalite kontrol ve gıda güvenliği alanlarında etkin bir araç olarak kullanılabileceği vurgulanmaktadır (Cho & Moazzem, 2022; Paunić vd., 2025; Starowicz, 2021). E-nose sistemleri genellikle metal oksit sensörler (MOS) veya benzeri sensör teknolojilerinden oluşan çoklu algılama dizilerine dayanmakta olup, bu sensörler aracılığıyla elde edilen sinyaller yapay zekâ veya istatistiksel desen tanıma yöntemleri ile analiz edilmektedir. Bu sistemler, karmaşık aroma bileşimlerini tanımlayabilme yetenekleri sayesinde özellikle gıda ve içecek endüstrisinde kalite değerlendirme, tazelik analizi ve bozulma tespiti gibi kritik süreçlerde kullanılmaktadır (Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). Gastronomi perspektifinden bakıldığında ise e-nose teknolojisi, yalnızca kalite kontrol aracı olmanın ötesinde, duyu deneyiminin bilimsel olarak modellenmesine katkı sağlayan bir araç olarak öne çıkmaktadır. Özellikle moleküler gastronomi ve çok duyulu (multisensory) yaklaşımlar bağlamında, aroma, tat ve doku arasındaki ilişkilerin daha sistematik bir şekilde incelenmesine imkân tanımaktadır (Linden vd., 2008; Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). E-nose teknolojisinin geleneksel duyu analizi yöntemleri ile karşılaştırılması, bu iki yaklaşımın birbirini tamamlayıcı özelliklerini ortaya koymaktadır. E-nose sistemleri, yüksek hızda veri üretme ve aynı koşullar altında tekrarlanabilir sonuçlar elde etme açısından önemli avantajlara sahiptir. Özellikle üretim süreçlerinde anlık kalite kontrol ve izlenebilirlik sağlama kapasitesi, bu teknolojiyi endüstriyel uygulamalar açısından cazip hale getirmektedir (Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). Ayrıca e-nose sistemleri, bazı durumlarda insan panelistlerin algılayamayacağı düşük yoğunluktaki aromatik değişimleri tespit edebilmekte ve bu yönüyle duyu analizi destekleyici bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte, e-nose teknolojisinin insan duyu algısını tam anlamıyla taklit edememesi önemli bir sınırlılık olarak değerlendirilmektedir. İnsan

duyusu, yalnızca kimyasal bileşenlerin algılanmasına değil, aynı zamanda deneyim, hafıza ve bağlamsal faktörlere de dayandığı için e-nose tarafından elde edilen verilerin bu kompleks yapıyı birebir yansıtması mümkün değildir (Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). Diğer bir önemli sınırlılık ise e-nose sistemlerinin performansının sensör türüne, kullanılan algoritmalara ve analiz edilen gıda matrisine bağlı olarak değişkenlik göstermesidir. Örneğin kahve, çay veya süt ürünleri gibi farklı gıda matrislerinde aroma bileşenlerinin etkileşimi farklılık gösterdiğinden, e-nose sistemlerinin her ürün grubu için ayrı ayrı kalibre edilmesi gerekmektedir (Barrera-López vd., 2022; Cho & Moazzem, 2022). Bu durum, e-nose teknolojisinin genellenebilirliğini sınırlamakla birlikte, spesifik uygulamalar için yüksek doğruluk oranlarına ulaşılmasını mümkün kılmaktadır. Gastronomi alanında e-nose teknolojisinin uygulamaları incelendiğinde, özellikle kalite kontrol, tazelik analizi ve bozulma tespiti gibi alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Kahve gibi aroma açısından zengin ürünlerde yapılan çalışmalar, kavurma derecesi ve depolama koşullarının aroma profili üzerindeki etkilerinin e-nose sistemleri ile başarıyla analiz edilebildiğini ortaya koymaktadır. Bu tür çalışmalarda, e-nose verileri ile duyu panel sonuçları arasında genel bir uyum gözlemlenmekle birlikte, bazı spesifik aroma notalarının algılanmasında farklılıklar ortaya çıkabilmektedir (Barrera-López vd., 2022). Bunun yanı sıra, e-nose ve elektronik dil (e-tongue) sistemlerinin birlikte kullanıldığı çalışmalar, gıda ürünlerinde bozulmaya bağlı kimyasal değişimlerin insan duyusundan daha erken aşamalarda tespit edilebildiğini göstermektedir (Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). Moleküler gastronomi bağlamında değerlendirildiğinde ise e-nose teknolojisi, duyu deneyimlerin bilimsel temelde yeniden kurgulanmasına katkı sağlamaktadır. Aroma bileşenlerinin analiz edilmesi ve bu bileşenlerin tat ve doku ile olan etkileşimlerinin modellenmesi, şeflerin ve araştırmacıların daha kontrollü ve öngörülebilir gastronomik deneyimler tasarlamasına olanak tanımaktadır (Linden vd., 2008). Ayrıca multisensory yaklaşımlar çerçevesinde, ambiyans kokularının yemek deneyimi üzerindeki etkilerinin incelenmesi, gastronominin yalnızca tat ile sınırlı olmayan çok boyutlu bir deneyim olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada e-nose verileri, duyu deneyimlerin nicel olarak analiz edilmesine katkı sağlayarak, insan panel verileri ile birlikte daha kapsamlı değerlendirmelerin yapılmasına imkân tanımaktadır (Spence, 2022; Linden vd., 2008). E-nose teknolojisi ile duyu analiz yöntemlerinin entegrasyonu, gastronomide daha güçlü ve güvenilir analiz modellerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Bu entegrasyon genellikle e-nose verilerinin duyu panel skorları ile birlikte

çok değişkenli istatistiksel yöntemler veya makine öğrenmesi algoritmaları kullanılarak analiz edilmesi şeklinde gerçekleştirilmektedir. Bu sayede, hızlı ve nesnel sensör verileri ile insan algısına dayalı duyuşal değerlendirmeler arasında anlamlı ilişkililer kurulabilmektedir (Cho & Moazzem, 2022; Starowicz, 2021). Ayrıca hibrit değerlendirme protokolleri kapsamında, e-nose sistemleri ön tarama ve sınıflandırma amacıyla kullanılırken, duyuşal paneller nihai karar verme sürecinde referans noktası olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım, hem doğruluk hem de güvenilirlik açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Son olarak, aroma bileşenlerinin kimyasal düzeyde anlaşılmasına yönelik veri tabanlarının e-nose sistemleri ile entegrasyonu, gastronomide yeni uygulama alanlarının ortaya çıkmasına katkı sağlamaktadır. Özellikle FlavorDB gibi aroma veri tabanları, belirli gıdalarda bulunan uçucu bileşiklerin tanımlanmasına ve bu bileşiklerin gastronomik eşleşmelerde kullanılmasına olanak tanımaktadır (Goel vd., 2024). Bu tür yaklaşımlar, menü tasarımı, ürün geliştirme ve yenilikçi gastronomik uygulamalar açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde, e-nose teknolojisi gastronomi alanında hızlı, tekrarlanabilir ve nesnel analiz imkânı sunarak önemli bir potansiyele sahiptir. Bununla birlikte, insan duyuşal algısının kompleks yapısı göz önüne alındığında, e-nose sistemlerinin duyuşal panellerin yerini tamamen alması mümkün görünmemektedir. Bu nedenle en etkili yaklaşım, e-nose teknolojisinin duyuşal analiz yöntemleri ile entegre edilerek kullanılmasıdır. Gelecek çalışmaların, gerçek zamanlı izleme sistemlerinin geliştirilmesi, duyuşal ve sensör verilerinin eş zamanlı kalibrasyonu ve yapay zekâ temelli analiz modellerinin daha etkin bir şekilde kullanılması üzerine odaklanması önerilmektedir (Cho & Moazzem, 2022; Paunić vd., 2025; Starowicz, 2021).

Tablo 1. Elektronik Burun (E-Nose) Teknolojisinin Gastronomide Kullanım Alanları

Kullanım Alanı	Açıklama	Uygulama Örneği	Sağladığı Katkı
Kalite Kontrol	Ürünlerin aromatik profilinin analiz edilmesi	Peynir, kahve, zeytinyağı kalite sınıflandırması	Standart kalite, üretim tutarlılığı
Tazelik ve Bozulma Tespiti	VOC değişimlerine göre ürünün bozulma sürecinin izlenmesi	Balık, et ve süt ürünlerinde tazelik kontrolü	Gıda güvenliği, raf ömrü takibi
Gıda Güvenliği	Patojen veya kontaminasyon kaynaklı kokuların belirlenmesi	Bozulmuş veya riskli ürünlerin tespiti	Risk azaltma, erken uyarı sistemi
Ürün Özgünlüğü	Ürünün coğrafi ve içerik doğrulamasının yapılması	Coğrafi işaretli ürünlerin doğrulanması	Taklit ürünlerin önlenmesi
Aroma Profil Analizi	Karmaşık uçucu bileşiklerin analiz edilmesi	Şarap, kahve ve baharat aromalarının belirlenmesi	Ürün karakterizasyonu

Yeni Ürün Geliştirme	Aroma kombinasyonlarının analizi ve yeni ürün oluşturulması	Füzyon mutfak veya inovatif yemek tasarımı	Yaratıcılık ve inovasyon
Duyusal Analize Destek	İnsan paneline yardımcı veri sağlanması	Panel sonuçlarının doğrulanması	Nesnellik ve güvenilirlik artışı
Pişirme Süreci Takibi	Pişirme sırasında oluşan aromatik değişimlerin izlenmesi	Et pişirme derecesinin belirlenmesi	Süreç optimizasyonu
Fermentasyon İzleme	Fermentasyon sürecindeki gaz değişimlerinin takibi	Ekmek, yoğurt, bira üretimi	Süreç kontrolü ve kalite artışı
Tedarik Zinciri İzleme	Ürünlerin taşıma ve depolama sürecinde kalite takibi	Soğuk zincir ürünlerinde kalite kontrol	Kayıp ve israfın azaltılması
Akıllı Mutfak Sistemleri	AI ile entegre çalışarak otomatik analiz yapılması	Akıllı fırın ve mutfak sistemleri	Dijitalleşme ve otomasyon

4. GASTRONOMİDE ELEKTRONİK BURUN: AVANTAJLAR, SINIRLILIKLAR VE GELECEK PERSPEKTİFİ

Elektronik burun (e-nose), gaz sensörleri dizisi ve desen tanıma algoritmalarını kullanarak kokuları tanımlayan akıllı bir sensör sistemi olup, insan burnuna benzer şekilde uçucu organik bileşikleri (VOC) hızlı ve geniş bir spektrumda algılayabilmektedir (Elsayed vd., 2022; Rodgers, 2009). Gastronomi alanında e-nose teknolojisinin temel değeri; hızlı, nesnel ve çoğu durumda tahribatsız (non-destructive) analiz imkânı sunarak kalite değerlendirme süreçlerini desteklemesidir (Rodgers, 2009; Villarino, 2009; Zhang vd., 2022). Moleküler gastronomi ve bilim temelli mutfak yaklaşımlarıyla birleştiğinde ise e-nose, yemek hazırlama sürecinde ortaya çıkan karmaşık aromatik yapıların çok boyutlu analizine olanak tanımaktadır (Elsayed vd., 2022; Linden vd., 2008; Wang vd., 2024).

Gastronomik uygulamalar bağlamında e-nose; kalite kontrol, tazelik ve bozulma tespiti, patojen izleme, ürün özgünlüğünün doğrulanması (authenticity) ve yeni ürün geliştirme süreçlerinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır (Moshayedi vd., 2023; Singh vd., 2025; Villarino, 2009; Zhang vd., 2022). Geleneksel duysal analiz yöntemlerine kıyasla daha hızlı, tekrarlanabilir ve veri odaklı sonuçlar sunması, bu teknolojiyi gastronomi biliminde giderek daha kritik bir konuma taşımaktadır.

E-nose teknolojisinin geleceği, yapay zekâ (AI) ve makine öğrenimi (ML) ile entegrasyonu üzerinden şekillenmektedir. Bu entegrasyon sayesinde koksul desenlerin sınıflandırılması, çok kriterli karar verme süreçlerinde kullanımı ve biyomimetik sensör yaklaşımlarıyla sistem güvenilirliğinin artırılması mümkün hale gelmektedir (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025; Türkoğlu & Yılmaz, 2022). Ayrıca e-nose verilerinin yapay zekâ destekli analizleri,

gastronomi alanında hızlı geri bildirim mekanizmaları oluşturulmasına ve kişiselleştirilmiş aroma/tat profillerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktadır (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025).

Bu bağlamda ortaya çıkan “Gastronomytech” ekosistemleri, gastronominin bilim ve mühendislikle bütünleştiği dijital bir dönüşümü temsil etmektedir (Ezponda & Ezpeleta, 2024; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023). E-nose gibi sensör teknolojilerinin mutfak uygulamalarıyla entegrasyonu; gıda güvenliği, kalite kontrol ve tedarik zinciri yönetiminde veri odaklı karar alma süreçlerini güçlendirmektedir (Ezponda & Ezpeleta, 2024; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023). Aynı zamanda bu dönüşüm, moleküler gastronomi ile geleneksel mutfak tekniklerinin birleştiği yeni bir bilimsel paradigma oluşturmakta ve gastronomik inovasyonun sınırlarını genişletmektedir (Li vd., 2023; Linden vd., 2008).

E-nose teknolojisinin öne çıkan avantajları arasında hız ve gerçek zamanlı analiz kapasitesi önemli bir yer tutmaktadır. Bu sistemler, gıda işleme ve tedarik zinciri süreçlerinde bozulma belirtilerini erken aşamada tespit edebilmekte ve hızlı müdahale imkânı sunmaktadır (Moshayedi vd., 2023; Singh vd., 2025; Wang vd., 2024; Zhang vd., 2022). Ayrıca insan duyusuna dayalı değerlendirmelere kıyasla daha nesnel ve tekrarlanabilir sonuçlar üretmesi, duyu analizlerdeki subjektifliği azaltmaktadır (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025; Zhang vd., 2022). Çoklu sensör yapıları sayesinde geniş bir VOC yelpazesini algılayabilmesi ise gıda kalitesi ve güvenliği açısından kapsamlı bir analiz imkânı sunmaktadır (Elsayed vd., 2022; Wawrzyniak, 2023). Bununla birlikte e-nose verilerinin makine öğrenimi ile entegrasyonu, yeni aroma eşleşmeleri ve ürün geliştirme süreçlerinde yenilikçi yaklaşımların ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025).

Bununla birlikte e-nose teknolojisinin bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Sensör seçiciliğinin sınırlı olması ve çapraz duyarlılık problemleri, benzer kokuların ayırımında hatalara yol açabilmektedir (Elsayed vd., 2022; Wawrzyniak, 2023). Sensör drifti ve çevresel faktörlere duyarlılık, uzun vadeli kullanımda kalibrasyon gereksinimini artırmakta ve ölçüm güvenilirliğini etkileyebilmektedir (Elsayed vd., 2022; Singh vd., 2025). Ayrıca güvenilir sınıflandırma için büyük veri setlerine ve gelişmiş makine öğrenimi modellerine ihtiyaç duyulması, teknik ve operasyonel zorluklar yaratmaktadır (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025). Endüstriyel ve mutfak ortamlarına entegrasyon sürecinde hijyen, bakım, maliyet ve personel eğitimi gibi faktörler de uygulama sürecini zorlaştıran unsurlar arasında yer almaktadır (Saad vd., 2024; Türkoğlu & Yılmaz, 2022).

Gastronomide e-nose teknolojisinin uygulanabilirliğini artırmak için çeşitli stratejiler önerilmektedir. Çoklu sensör kombinasyonlarının kullanımı, sensör seçiciliğini artırarak daha doğru sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayabilir (Elsayed vd., 2022; Wawrzyniak, 2023). Büyük veri ve çok değişkenli analiz yöntemlerinin geliştirilmesi, karar destek sistemlerinin güçlendirilmesine olanak tanımaktadır (Sıpos vd., 2025; Singh vd., 2025). Ayrıca kullanıcı dostu arayüzler, hijyen standartları ve eğitim programları ile e-nose sistemlerinin mutfak operasyonlarına entegrasyonu kolaylaştırılabilir (Ezponda & Ezpeleta, 2024; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023). Gastronomik miras ve turizm bağlamında ise e-nose teknolojileri, bölgesel ürünlerin aromatik kimliklerinin dijital olarak korunmasına ve tanıtılmasına katkı sağlayabilir (Li vd., 2023; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023; Saad vd., 2024).

Sonuç olarak, e-nose teknolojisi gastronomide kokusal veriye hızlı, nesnel ve güvenilir erişim sağlayan yenilikçi bir araç olarak öne çıkmaktadır. Tazelik, kalite kontrolü, ürün doğrulama ve inovasyon süreçlerinde önemli katkılar sunmakla birlikte, teknik sınırlılıkların giderilmesi ve sistem entegrasyonunun iyileştirilmesi gerekmektedir (Elsayed vd., 2022; Rodgers, 2009; Singh vd., 2025; Villarino, 2009; Zhang vd., 2022). Gelecekte yapay zekâ ve makine öğrenimi ile desteklenen hesaplamalı gastronomi yaklaşımları ve gastronomytech ekosistemleri, e-nose teknolojisinin gastronomi pratiğine daha etkin bir şekilde entegre edilmesini sağlayacaktır (Ezponda & Ezpeleta, 2024; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023; Sıpos vd., 2025; Türkoğlu & Yılmaz, 2022). Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik değil aynı zamanda eğitimsel, politik ve kültürel boyutlarıyla da gastronomi alanında disiplinlerarası bir gelişim sürecini beraberinde getirecektir (Linden vd., 2008; Parasecoli & Rodríguez-García, 2023; Saad vd., 2024).

5. SONUÇ

Bu çalışmada ele alınan veriler ve teknolojik gelişmeler ışığında ulaşılan kapsamlı sonuçlar; gastronomi ve gıda biliminde dijital duyuşsal analizin geleneksel yöntemlerle entegrasyonunun artık kaçınılmaz bir gereklilik haline geldiğini açıkça ortaya koymaktadır. Elektronik burun teknolojisi; özellikle hız, nesnellik ve yüksek tekrarlanabilirlik kapasitesi sayesinde gıda işletmelerinin kalite kontrol süreçlerinde, panelist yorgunluğu, bireysel algı farklılıklarından kaynaklanan subjektiflik ve yüksek operasyonel maliyetler gibi insan odaklı sınırlılıkları aşmada kritik bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Metal oksit sensör dizileri ve karmaşık sinyal işleme süreçlerine dayanan

bu sistemler, insan burnunun koku algılama mekanizmasını teknik olarak modelleyerek ürünlerin aroma profillerini “koku parmak izi” olarak tanımlayabilmektedir. Yapay sinir ağları (ANN), destek vektör makineleri (SVM) ve derin öğrenme modelleri (CNN, LSTM) gibi gelişmiş yapay zekâ entegrasyonları sayesinde, sensörlerden elde edilen çok boyutlu veriler anlamlı sınıflara ayrılabilen ve karmaşık aroma bileşenleri çok yüksek doğruluk oranlarıyla analiz edilebilmektedir. Bu teknolojik entegrasyonun pratik uygulamaları, kahve, çay ve şarap gibi aromatik zenginliği yüksek ürünlerin kalite sınıflandırmasından, et ve deniz ürünlerindeki uçucu organik bileşik (VOC) değişimlerine bağlı tazelik takibi ve raf ömrü tahminine kadar oldukça geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin köken doğrulaması ve gıda sahteciliğinin önlenmesi gibi stratejik alanlarda, makine öğrenmesi tabanlı modellerin sunduğu nesnel veriler, ürün özgünlüğünün korunması adına güvenilir bir temel oluşturmaktadır. Gastronomi perspektifinden bakıldığında ise e-nose, sadece bir kalite kontrol aracı olmanın ötesine geçerek, aroma eşleşmesi (food pairing) ve yeni tarif geliştirme süreçlerinde şeflere bilimsel bir öngörü sunmakta; duyuusal deneyimin dijital olarak modellenmesine ve Gastronomi 4.0 vizyonuna katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, biyolojik koku alma sisteminin binlerce farklı bileşiği algılayabilen karmaşık yapısı ile hafıza, deneyim ve bilişsel süreçlerle olan derin ilişkisi göz önüne alındığında, mevcut dijital sistemlerin insan duyuusal algısını tüm boyutlarıyla tamamen ikame etmesi beklenmemelidir. Sensör driftleri ve çevresel faktörlere duyarlılık gibi teknik zorluklar, bu sistemlerin sürekli kalibrasyon ve ileri düzey düzeltme algoritmalarıyla desteklenmesini zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle en etkili yaklaşım; hızlı ve nesnel sensör verilerinin, insan algısına dayalı duyuusal değerlendirmelerle birleştirildiği hibrit protokollerin benimsenmesidir. Gelecek perspektifinde, “Gastronomytech” ekosistemleri kapsamında taşınabilir ve kullanıcı dostu cihazların mutfak operasyonlarına entegre edilmesi, gerçek zamanlı izleme sistemlerinin geliştirilmesi ve dijital aroma veri tabanlarının sistematik olarak genişletilmesi, gastronominin bilimsel dönüşümünü tamamlayarak hem gıda güvenliğini hem de gastronomik inovasyonu disiplinler arası bir boyuta taşıyacaktır.

Beyan: Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde, metnin akademik üslubunun iyileştirilmesi, dil bilgisi kontrollerinin yapılması ve genel akışın düzenlenmesi amacıyla yapay zekâ araçlarından destek alınmıştır. Çalışmadaki tüm temel fikirler, araştırma tasarımı, veriler ve bilimsel çıkarımlar bütünüyle yazar(lar)a ait olup, yapay zeka hiçbir aşamada içerik üretimi veya veri analizi amacıyla kullanılmamıştır. Metnin son hali yazarlar tarafından dikkatle incelenmiş ve tüm sorumluluk üstlenilmiştir.

KAYNAKÇA

- Al-Ani, H. (2024). Odors detection and recognition based on intelligent e-nose. *Journal of Engineering Science (JES)*, 20(1s), 956–966. <https://doi.org/10.52783/jes.864>
- Barrera-López, J., Barrios, A., Vélez, L., Tarquino, L., López, H., & Hernández-Carrión, M. (2022). Evaluation of roasting and storage conditions as a strategy to improve the sensory characteristics and shelf life of coffee. *Food Science and Technology International*, 30(3), 207–217. <https://doi.org/10.1177/10820132221139890>
- Binson, V., & Subramoniam, M. (2021). Artificial intelligence based breath analysis system for the diagnosis of lung cancer. *Journal of Physics: Conference Series*, 1950(1), 012065. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1950/1/012065>
- Bonah, E., Huang, X., Ren, Y., Aheto, J., Osae, R., & Golly, M. (2019). Electronic nose classification and differentiation of bacterial foodborne pathogens based on support vector machine optimized with particle swarm optimization algorithm. *Journal of Food Process Engineering*, 42(6), e13236. <https://doi.org/10.1111/jfpe.13236>
- Chang, I., Byun, S., Lim, T., & Park, G. (2023). A study of drift effect in a popular metal oxide sensor and gas recognition using public gas datasets. *IEEE Access*, 11, 26383–26392. <https://doi.org/10.1109/access.2023.3257414>
- Cho, S., & Moazzem, M. (2022). Recent applications of potentiometric electronic tongue and electronic nose in sensory evaluation. *Preventive Nutrition and Food Science*, 27(4), 354–364. <https://doi.org/10.3746/pnf.2022.27.4.354>
- Elsayed, M., Soliman, S., & Zohry, M. (2022). The relationship between molecular gastronomy and competitive advantage of Egyptian restaurants from the point of view of chefs by using the five forces model. *11(3)*, 339–383. <https://doi.org/10.21608/mkaf.2022.255405>
- Ezponda, A., & Ezpeleta, I. (2024). Innovation and creativity in gastronomy beyond haute cuisine restaurants: Toward an innovation ecosystem in gastronomytech in the Basque Country. *Creativity and Innovation Management*, 34(1), 3–29. <https://doi.org/10.1111/caim.12624>
- Goel, M., Grover, N., Batra, D., Garg, N., Tuwani, R., Sethupathy, A., ... Bagler, G. (2024). FlavorDB2: An updated database of flavor molecules. *Journal of Food Science*, 89(11), 7076–7082. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.17298>
- Ikeda, Y., Omatu, S., & Yano, M. (2016). Classification of red and white wine by smell classification. In *Proceedings of the ISCIE International Symposium on Stochastic Systems Theory and Its Applications* (pp. 326–331). <https://doi.org/10.5687/sss.2016.326>
- Juboori, H., & Al-Ani, A. (2025). Designing an e-nose prototype based on gas sensors array. *Iraqi Journal of Information and Communications Technology*, 8(1), 10–22. <https://doi.org/10.31987/ijict.8.1.277>
- Karakaya, D., Ulucan, O., & Türkan, M. (2019). Electronic nose and its applications: A survey. *International Journal of Automation and Computing*, 17(2), 179–209. <https://doi.org/10.1007/s11633-019-1212-9>

- Li, Y., Yang, Z., Wang, W., Wang, X., Zhang, C., Dong, J., & Teng, H. (2023). Research progress of rapid non-destructive detection technology in the field of apple mold heart disease. *Molecules*, 28(24), 7966. <https://doi.org/10.3390/molecules28247966>
- Linden, E., McClements, D., & Ubbink, J. (2008). Molecular gastronomy: A food fad or an interface for science-based cooking? *Food Biophysics*, 3(2), 246–254. <https://doi.org/10.1007/s11483-008-9082-7>
- Lu, Z., Lu, S., Wang, S., Li, Y., Zhang, Y., & Lu, H. (2017). A fruit sensing and classification system by fractional Fourier entropy and improved hybrid genetic algorithm. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Automation Engineering*. <https://doi.org/10.12792/iciae2017.053>
- Moshayedi, A., Khan, A., Yang, S., Kuan, G., Hu, J., Soleimani, M., & Razi, A. (2023). E-nose design and structures from statistical analysis to application in robotic: A comprehensive review. *EAI Endorsed Transactions on AI and Robotics*, 2(1), e1. <https://doi.org/10.4108/airo.v2i1.3056>
- Munekata, P. E. S., Finardi, S., Krebs de Souza, C., Meinert, C., Pateiro, M., Hoffmann, T. G., ... & Lorenzo, J. M. (2021). Applications of Electronic Nose, Electronic Eye and Electronic Tongue in Quality, Safety and Shelf Life of Meat and Meat Products: A Review. *Processes*, 9(11), 1916. <https://doi.org/10.3390/pr9111916>
- Parasecoli, F., & Rodríguez-García, G. (2023). Politics beyond the plate: Embracing transdisciplinarity in addressing the gastronomic heritage of Spain. *Gastronomy*, 1(1), 18–31. <https://doi.org/10.3390/gastronomy1010003>
- Paunić, M., Lazarević, J., Škrobot, D., Čabarkapa, I., Šmugović, S., Vidosavljević, M., ... Županjac, M. (2025). Chefs' attitudes and sensory analysis of invasive crayfish (*Faxonius limosus*) meat: Psychological and culinary aspects. *Foods*, 14(11), 1898. <https://doi.org/10.3390/foods14111898>
- Ren, Y., Huang, X., Aheto, J., Jiang, L., Qian, C., Wang, Y., & Wang, L. (2022). Development and test of a smart multisensory device for preserved eggs. *Journal of Food Process Engineering*, 45(9), e14093. <https://doi.org/10.1111/jfpe.14093>
- Rodgers, S. (2009). Functional meals: Technological, practical and consumer perspectives. *Journal of Foodservice*, 20(5), 214–223. <https://doi.org/10.1111/j.1748-0159.2009.00134.x>
- Saad, M., Sahrir, M., Abdullah, N., Jeinie, M., & Mokhtar, M. (2024). A mapping review of challenges in existing technology-based occupational safety training in the tourism and hospitality industry: Research potential in commercial kitchens. *International Journal of Occupational Safety and Health*, 14(3), 412–423. <https://doi.org/10.3126/ijosh.v14i3.52660>
- Singh, P., Habiba, U., Shafi, Z., Noor, A., Pandey, V., & Singh, R. (2025). Understanding the concepts of smart e-nose technology in combination with machine learning for new era of food safety: An advanced review. *Food Safety and Health*, 3(4), 518–534. <https://doi.org/10.1002/fsh3.70029>
- Sípos, L., Galambosi, Z., Bíró, P., Csató, L., & Bozóki, S. (2025). Trends and directions of preference elicitation and assessment in food science: Single-, pair-, and

- multi-criteria ranking methods. *Food Science & Nutrition*, 13(8). <https://doi.org/10.1002/fsn3.70684>
- Soh, A., Chow, K., Yusuf, U., Ishak, A., Hassan, M., & Khamis, S. (2017). Development of neural network-based electronic nose for herbs recognition. *International Journal on Smart Sensing and Intelligent Systems*, 7(2), 584–609. <https://doi.org/10.21307/ijssis-2017-671>
- Spence, C. (2022). On the use of ambient odours to influence the multisensory experience of dining. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100444. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100444>
- Starowicz, M. (2021). Analysis of volatiles in food products. *Separations*, 8(9), 157. <https://doi.org/10.3390/separations8090157>
- Türkoğlu, H., & Yılmaz, G. (2022). The place and importance of artificial intelligence in the gastronomy sector. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi Part C: Tasarım ve Teknoloji*, 10(4), 1070–1082. <https://doi.org/10.29109/gujsc.1199093>
- Villarino, B. (2009). Social, economic and cultural dimensions of sensory evaluation and its possible applications to the various disciplines of home economics in the Philippines. *Journal of Sensory Studies*, 24(4), 601–620. <https://doi.org/10.1111/j.1745-459x.2009.00228.x>
- Wang, M., Zhou, Y., & Li, X. (2024). Detection strategies for volatile fragrance released from agricultural products: Progress and prospects. *Advanced Sensor Research*, 3(10). <https://doi.org/10.1002/adsr.202400044>
- Wawrzyniak, J. (2023). Advancements in improving selectivity of metal oxide semiconductor gas sensors opening new perspectives for their application in food industry. *Sensors*, 23(23), 9548. <https://doi.org/10.3390/s23239548>
- Wen, T., Luo, D., He, J., & Mei, K. (2018). The odor characterizations and reproductions in machine olfactions: A review. *Sensors*, 18(7), 2329. <https://doi.org/10.3390/s18072329>
- Xiong, Y., Xue, Y., Chen, Y., Wan, H., & Wang, P. (2021). A gas classification algorithm of electronic noses based on convolutional spiking neural network. *ECS Meeting Abstracts*, MA2021-01(54), 1317. <https://doi.org/10.1149/ma2021-01541317mtgabs>
- Zhang, Z., Sun, Y., Sang, S., Jia, L., & Ou, C. (2022). Emerging approach for fish freshness evaluation: Principle, application and challenges. *Foods*, 11(13), 1897. <https://doi.org/10.3390/foods11131897>
- Zhao, D., Hu, J., Zhou, X., & Chen, W. (2022). Correlation between microbial community and flavour formation in dry-cured squid analysed by next-generation sequencing and molecular sensory analysis. *Food Chemistry X*, 15, 100376. <https://doi.org/10.1016/j.fochx.2022.100376>
- Zou, Y., & Lv, J. (2020). Using recurrent neural network to optimize electronic nose system with dimensionality reduction. *Electronics*, 9(12), 2205. <https://doi.org/10.3390/electronics9122205>

GASTRONOMİDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜM: YEŞİL UYGULAMALARDAN DİJİTALLEŞMEYE

Ayşe Nur SONGÜR BOZDAĞ*

Atilla AKBABA**

1. GİRİŞ

Küresel gıda sistemleri günümüzde; nüfus artışı, derinleşen iklim değişikliği, biyoçeşitlilik kaybı ve doğal kaynakların hızla tükenmesi gibi çok boyutlu ve birbiriyle etkileşimli yapısal krizlerle karşı karşıyadır. 2050 yılında 9,8 milyara ulaşması öngörülen dünya nüfusu, gıda güvencesinin sağlanması için mevcut üretim kapasitesinde %60 ile %70 oranında bir artış yakalanmasını stratejik bir zorunluluk haline getirmektedir (TTGV, 2024). Bununla birlikte, gezegenin kendi kaynaklarını yenileme kapasitesinin giderek azaldığı bu süreçte mevcut üretim ve tüketim alışkanlıkları ekolojik sınırları zorlamaktadır. Güncel verilere göre, gıda sistemleri küresel antropojenik sera gazı salınımının yaklaşık %30'undan, tatlı su tüketiminin %70'inden ve ormansızlaşmanın %80'inden sorumludur (Maynard vd., 2020). Özellikle 2024 yılının, 1,5 derecelik kritik iklim eşiğinin aşıldığı tarihin en sıcak yılı olarak kayıtlara geçmesi, gıda güvencesizliği ve ekolojik tahribat riskinin geri dönülemez bir noktaya ulaştığını açıkça göstermektedir (Dinneen & Cuff, 2025; Jones vd., 2025). Bu ekolojik krizin hem etkeni hem de çözüm ortağı konumunda

* Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, dytnur91@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6412-8650

** Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, atilla.akbaba@ikcu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-9434-2145

olan gastronomi ve yiyecek-içecek sektörü, çevresel ayak izinin oluşumunda kritik bir role sahiptir. Gastronomi, sadece biyolojik bir beslenme faaliyeti değil, aynı zamanda turizm destinasyonlarının çekiciliğini artıran, kültürel mirası aktaran ve yerel kalkınmayı destekleyen hayati bir turizm alt sistemidir (Masjhoer, 2025; Padyala & Kiran, 2024). Ancak bu ekonomik ve sosyal değerin arka planında, yönetilmesi gereken önemli boyutları olan bir çevresel yk bulunmaktadır. Restoranlar ve ticari mutfaklar, diğer ticari binalara kıyasla beş-yedi kat daha fazla enerji tüketen yoğun operasyonel süreçleriyle evre üzerinde ciddi bir baskı oluşurmaktadır (EPA, 2015; Masjhoer, 2025; ztrk, 2024). Bununla birlikte sektördeki verimsizliğin en somut göstergesi ise gıda israfıdır. Küresel ölçekte üretilen gıdanın yaklaşık üçte biri israf edilmekte olup; bu durum yıllık yaklaşık 940 milyar dolarlık ekonomik bir kayba ve küresel sera gazı emisyonlarının %8 ila %10'una neden olmaktadır (FAO, 2024; Parfitt vd., 2010; USEPA, 2024). Hizmet sektörü kaynaklı gıda israfının yaklaşık %26'sından sorumlu tutulan yiyecek-içecek sektörü için de atık yönetiminde acil bir dönüşüme ihtiyaç duyulmaktadır (UNEP, 2021).

Bu bağlamda sürdürülebilirlik kavramı; Brundtland Raporu'nda ifade edilen "gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeksizin günümüz taleplerinin karşılanması" ilkesi üzerinden temellendirildiğinde, gastronomi ve yiyecek-içecek sektörü için artık bir tercih alanı olmaktan çıkıp temel bir operasyonel zorunluluğa dönüşmüştür (ztrk, 2024; UN, 1987). Sektörün dönüşüm rehberi, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (SKA) ile yapısal bir bağ içerisinde. Bu doğrultuda, gıda israfının %50 oranında azaltılmasını hedefleyen SKA 12 (Sorumlu Tüketim ve üretim), endüstrinin öncelikli stratejik hedefleri arasında yer almaktadır (Di Pierro vd., 2023; Morales-Pablo vd., 2024). Ayrıca bu dönüşüm süreci güvenli gıdaya erişimi vurgulayan SKA 2 (Açlığa Son) ve toplum sağlığını merkezine alan SKA 3 (Sağlık ve Kaliteli Yaşam) ile bütünleşirken, karbon ayak izinin minimize edilmesine odaklanan SKA 13 (İklim Eylemi) ise sektör için belirleyici bir eylem erevesi sunmaktadır (Alıcı & Gökşen, 2025; Di Pierro vd., 2023). Bu hedeflere ulaşma noktasında, geleneksel satın al-yap-at prensibine dayalı doğrusal ekonomik modellerin yetersiz kalması, sektörü "Döngüsel Gastronomi" modeline ve teknoloji odaklı czmlere yönelmektedir (Nyberg vd., 2022; şahin vd., 2024). Endüstri 4.0 ile ivme kazanan Gastronomi 4.0/Akıllı Mutfak dönemi; IoT, yapay zekâ, büyük veri ve blokzincir teknolojilerini üretim süreçlerine dâhil ederek yeni bir verimlilik katmanı oluşurmaktadır (Doğan, 2023; Yıldırım & Yıldırım, 2022). Bu dijital-

leşme; tedarik zincirinde tam izlenebilirlik, optimize edilmiş stok yönetimi ve kaynak tasarrufu gibi alanlarda önemli araçlar sunarak, teknolojiyi sadece karlılık artıran bir eleman olmaktan çıkarıp, minimum kaynakla maksimum fayda sağlayan stratejik bir güce dönüştürmektedir (Anumudu vd., 2025).

Bu kapsamda bölümün amacı; küresel sürdürülebilirlik krizi gölgesinde gastronomi sektörünün geçirdiği yapısal dönüşümü, yeşil uygulamalar ve teknolojik inovasyonlar ekseninde incelemektir. Bölüm kapsamında; sürdürülebilir gastronomi ile teknoloji arasındaki ilişki, yenilikçi gıda işleme teknikleri, yeşil ve akıllı mutfak uygulamaları detaylandırılacak; dijitalleşmenin veri analitiği ve izlenebilirlik üzerindeki etkileri, bu teknolojik dönüşümün önündeki engeller, riskler ve etik boyutlar ele alınarak, sektörün geleceğine yönelik kapsamlı ve bütüncül bir bakış açısı sunulmaktadır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ

Güncel tarım ve gastronomi uygulamaları; arazi kullanımı, biyoçeşitlilik kaybı ve tatlı su tüketimi gibi kritik gezegensel sınırlar üzerinde yoğun bir baskı oluşturan unsur haline gelmiştir. Geleneksel üretim ve tüketim alışkanlıklarının küresel ekolojik sınırları zorladığı bu süreçte, sürdürülebilir bir gıda sistemi inşa etmek, teknolojik ilerleme ile ekolojik sorumluluğu birbirini tamamlayan bir bütün haline getirmiştir. Bu kapsamda teknoloji, yalnızca operasyonel bir kolaylaştırıcı değil, aynı zamanda tüketici davranışlarında köklü değişimlere ihtiyaç duymadan çevresel etkileri %25'in üzerinde azaltma potansiyeline sahip stratejik bir unsur işlevi görmektedir (Jebari & Engström, 2025).

Sürdürülebilir gastronomi kavramı, en temel ifadeyle, gelecek nesillerin kaynaklarını tehlikeye atmadan bugünün gıda gereksinimlerini karşılama ilkesiyle tanımlanmaktadır. Bu yaklaşım, gıdanın kökeninden üretim süreçlerinin ekolojik maliyetine, mutfağın sosyo-kültürel değerinden bütüncül yönetim anlayışına kadar uzanan geniş bir perspektifi kapsar (Özmen ve Deniz, 2025). Söz konusu anlayış günümüzde, geleneksel "tarladan çatala" modelinden, verinin ve tüketici taleplerinin üretimi şekillendirdiği "çataldan tarlaya" modeline doğru dönüşmektedir. Bu dönüşümde teknoloji, şefi ikame eden otonom bir makineden ziyade; onun yaratıcılığını veriye dayalı hassasiyetle birleştiren ve sürdürülebilirliğin farklı boyutları arasında denge kuran stratejik bir paydaş olarak konumlanmaktadır (Şeker & Çelik, 2025; Vahdanjoo vd., 2025).

2.1. Sürdürülebilir Gastronominin Boyutları ve Teknoloji

Sürdürülebilir gastronomi; çevresel koruma, ekonomik refah ve sosyal adaletten oluşan “üçlü bilanço” ilkesine dayanmaktadır. Teknoloji, bu üç temel sütun arasındaki dengeyi sağlayan aktif bir kolaylaştırıcı rolü üstlenmektedir (Wernaart vd., 2025).

Çevresel Boyut: Sürdürülebilir gastronomi, kaynak kullanımında al-yap-at şeklindeki doğrusal model yerine, ürün yaşam döngüsünü maksimize eden Döngüsel Ekonomi (DE) prensiplerini benimsemektedir. Bu modelde teknoloji, atık yönetimini optimize ederek ve enerji sızıntılarını engelleyerek Kaynak Verimliliği ve Temiz Üretim (RECP) çerçevesini operasyonel bir hale getirir. Dijital araçların entegrasyonu sayesinde de karbon ve su ayak izi düşürülürken, atık yönetimi Geri Dönüştür, Kurtar, Yeniden Kullan prensipleriyle yeniden tanımlanmaktadır. Özellikle gıda işleme süreçlerinde ortaya çıkan yan ürünlerin teknolojik yöntemlerle katma değerli içeriklere dönüştürülmesi de biyolojik çeşitliliği korumak adına önemli bir rol üstlenmektedir (Chuang vd., 2020; Jamaludin vd., 2025; Masjhoer, 2025; Valoppi vd., 2021).

Ekonomik Boyut: Sektördeki süreçlere teknoloji entegrasyonu, işletmelerin sadece ekolojik imajlarını güçlendirmekle kalmayıp aynı zamanda operasyonel maliyetlerini düşürerek rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Kaynak verimliliğine odaklanan teknolojik sistemler, sürdürülebilirlik uygulamalarını bir maliyet kalemi olmaktan çıkarıp karlılık ve verimlilik artırıcı bir unsur haline dönüştürmektedir. Bu dönüşümün önemli örneklerinden biri olan yapay zekâ destekli dinamik fiyatlandırma modelleri de son kullanma tarihi yaklaşan ürünlerin satışını teşvik ederek ekonomik kayıpları minimuma indirmektedir. Böylece teknoloji, sürdürülebilirliği ekonomik büyüme ile uyumlu hale getiren temel bir araç haline gelmektedir. (Jamaludin vd., 2025; Masjhoer, 2025).

Sosyal Boyut: Sürdürülebilir gastronomide teknoloji, gıda tedarik zinciri aktörleri arasındaki bilgi bariyerlerini azaltarak şeffaflık ve güven inşa etmektedir. Şeffaflığın artması, tüketicilerin yerel üreticiyi destekleyen sürdürülebilir tercihler yapmasını kolaylaştırır. Ayrıca otomasyon teknolojileri, mutfaklardaki ağır fiziksel güç gereksinimini azaltarak çalışma koşullarını daha ergonomik ve insani bir hale getirir. Bu iyileşme fiziksel engelleri de azaltarak sektörde toplumsal cinsiyet eşitliğinin güçlenmesine de katkı sağlamaktadır (Cozzio vd., 2023; Li vd., 2025).

2.2. Gastronomide Kullanılan Teknoloji Türleri

Gastronomi sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanmasında kilit rol oynayan teknoloji türleri gıda odaklı, operasyonel ve bilişim teknolojileri olmak üzere üç kategori altında incelenebilmektedir.

2.2.1. Gıda Odaklı Teknolojiler

Bu kategori, gıdanın fiziksel ve kimyasal yapısını sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda dönüştüren, Gıda 4.0 olarak adlandırılan yenilikçi süreçleri kapsamaktadır. Bu yaklaşımlar, kaynak verimliliğini artırarak gıda sistemlerini yeniden yapılandırmaktadır.

Alternatif Üretim Yöntemleri: Gelecekte gıda güvencesinde önemli bir rol oynaması beklenen kültürlenmiş et teknolojileri, geleneksel hayvancılığa kıyasla su kullanımını %89, arazi kullanımını %99 ve sera gazı salınımını %96 oranında azaltma potansiyeli sunarak çevresel yükü önemli bir şekilde azaltmaktadır (Reiss vd., 2021).

İleri Geri Dönüştürme: Döngüsel gastronomide, sıfır atık felsefesinin en somut uygulamalarından biri olan ileri geri dönüştürme süreçleri, gıda işleminin yan ürünlerini (örneğin balık derisinden jelatin üretimi veya peynir altı suyu kullanımı) teknolojik müdahalelerle katma değerli içerikler haline getirmektedir (Valoppi vd., 2021).

Hesaplamalı Gastronomi ve 3 Boyutlu Gıda Yazıcıları (3DFP): Dijitalleşmenin gastronomi üzerindeki yansımaları olan Hesaplamalı Gastronomi, yapay zekâ destekli analizlerle tariflerin besin değerlerini ve lezzet profillerini optimize ederken (Goel & Bagler, 2022); 3DFP ise, hammaddelerin hassas bir şekilde işlenmesine olanak tanıyarak üretim aşamasındaki israfı asgari düzeye indirmektedir (Elshaer vd., 2024).

2.2.2. Operasyonel Teknolojiler

Operasyonel süreçlerin çevre dostu ve enerji verimli hale getirilmesi, Yeşil Restoran kavramının teknik ve kuramsal altyapısını oluşturmaktadır. Bu süreç, mutfak yönetimini geleneksel yöntemlerden uzaklaştırarak daha veri odaklı bir yapıya dönüştürmektedir.

Akıllı Mutfak ve Nesnelerin İnterneti (IoT): Mutfak operasyonlarında IoT tabanlı sensörlerin kullanılması, enerji ve su tüketimini anlık izleme ve analiz etmeyi sağlayarak israfın henüz oluşma aşamasında tespit edilerek önlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu sistemler mutfak operasyon-

larını akıllı bir ekosisteme dönüştürerek kaynak verimliliğini üst seviyeye çıkarmayı hedeflemektedir (Golshany vd., 2025).

Atık Analitiği ve Yönetimi: Sürdürülebilir gastronomi süreçlerinde kullanılan yapay zekâ destekli atık izleme sistemleri ve Restoran Gıda Atığı Haritası (RFWM) gibi yenilikçi uygulamalar, hazırlık, işleme ve servis aşamalarındaki israf noktalarını tespit ederek stratejik operasyonel iyileştirmeler yapabilmek için veriler sunmaktadır (Fajriah vd., 2024; Pascual & Benito, 2025).

2.2.3. Bilişim Teknolojileri

Modern gıda sistemlerinde veri analitiği ve dijitalleşme, tedarik zincirinden tüketici deneyimine kadar olan süreçte izlenebilirliği ve verimliliği sağlayan temel yapıyı oluşturur. Bu teknolojik yapılar, gıda sistemlerinin sadece verimliliğini sağlamakla kalmayıp aynı zamanda daha güvenilir bir yapıya ulaşmasını da sağlamaktadır.

Blokzincir ve İzlenebilirlik: Blokzincir teknolojisi, gıda tedarik zincirinde merkezi olmayan ve müdahale edilemeyen bir kayıt sistemi sunarak veri manipölasyonu riskini ortadan kaldırmaktadır. Bu sistem, ürünlerin üretimden tüketime kadar olan yolculuğundaki her bir aşamayı kaydederek paydaşlar arasında şeffaflık ve güven inşa etmektedir (Alıcı & Gökşen, 2025).

Yapay Zekâ (AI) ve Tahminleme: Makine öğrenmesi algoritmaları üzerinden gerçekteştirilen talep tahminlemeleri, gereksiz üretimi engelleyerek israfın önüne geçmektedir. Bunun yanı sıra AI destekli dinamik fiyatlandırma stratejileri de özellikle son kullanma tarihi yaklaşan ürünlerin satışı teşvik ederek ekonomik ve çevresel yükü azaltmaya yardımcı olmaktadır (Jamaludin vd., 2025; Zhou vd., 2025).

Dijital İkipler: Fiziksel gıda sistemlerinin dijital ortamdaki sanal projeksiyonları olarak tanımlanan bu uygulamalar, lojistik süreçlerdeki belirsizliklerin simüle edilmesine olanak sağlayarak tedarik zinciri dinamiklerini optimize etmekte ve sistemin olası risklere karşı direncini artırmaktadır (Huang vd., 2024).

Dijital Arayüzler: Tüketiciyle olan etkileşim boyutunda ise QR kod tabanlı menüler ve mobil uygulamalar, geleneksel yöntemlerde görülen kağıt israfını önlemenin yanı sıra tüketicilerin işletmenin sürdürülebilir uygulamalarını görmesini sağlayan şeffaf bir iletişim kanalı işlevi görmektedir (Di Pierro vd., 2023; Ozturkcan & Kitapci, 2025).

3. YENİLİKÇİ GIDA İŞLEME VE ALTERNATİF ÜRÜN TEKNOLOJİLERİ

Gastronomi sektörü, geleneksel gıda üretim modellerinin neden olduğu çevresel yük ve kaynak verimsizliğine karşı önemli bir değişim sürecinden geçmektedir. Mevcut sistemin sürdürülebilir olmaması, özellikle hayvansal üretimdeki dengesizlikle daha da somutlaşmaktadır. Literatürde yer alan veriler, yalnızca 1 kg hayvansal protein elde edebilmek için yaklaşık 6 kg bitkisel protein kaynağına ve sığır etinden 100g protein elde etmek için ortalama 164 m² alana ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bu tarz verimsizlikler sektörü teknoloji destekli ve çevreye duyarlı alternatiflere doğru yönlendirmektedir. Gastronomideki bu dönüşüm süreci; hayvansal kaynaklara bağımlılığı azaltan alternatif proteinlerin geliştirilmesi, besin değerini koruyan yeşil işleme teknikleri ve dijitalleşmenin üretim süreçlerine entegrasyonu temel olmak üzere üç ana eksenle şekillendirmektedir (Jebari & Engström, 2025; Pimentel & Pimentel, 2003; Poore & Nemecek, 2018; Valtonen vd., 2023).

3.1. Alternatif Protein Teknolojileri ve Hücresel Tarım

Sürdürülebilir bir gastronomi ekosisteminin inşa edilebilmesi hayvansal proteinlere olan bağımlılığın azaltılması, bitki bazlı ve laboratuvar kökenli alternatiflerin geliştirilmesini zorunlu haline getirmektedir. Geleneksel hayvancılığın yol açtığı su ile ilgili sorunlar, karbon emisyonu ve arazi kullanımına karşı en güçlü çözüm önerilerinden biri biyoteknoloji destekli yeni nesil proteinlerdir (Kaur vd., 2025; Valoppi vd., 2021).

Yeni nesil proteinlerden biri olan bitkisel kaynaklı proteinler (bezelye, soya vb.) sektörün çevresel yükünü azaltmaya yardımcı olmakla birlikte, sektörün temel paydaşlarından biri olan tüketici tarafından bu proteinlerin kabul edilmesinde bazı engellerle karşılaşabilmektedir. Bu noktadaki başlıca engel, alışlageldik et lezzetini ve dokusunu tam olarak karşılayamamasıdır. Bu sorunu gidermek için fermantasyon teknolojilerinin kullanımı devreye girmektedir. Örneğin, *Lactococcus lactis* gibi laktik asit bakterileriyle yapılan fermantasyon işlemleri, bitkisel ürünlerdeki istenmeyen kokuları nötraliye ederken, ürünün umami tadını güçlendirmektedir. Bu işlemler, Yüksek Nemli Ekstrüzyon İşlemi (HMEP) ile entegre edildiğinde, bitkisel ürünlere ete benzer lifli bir yapı kazandırılarak duyuusal deneyim daha da üst seviyelere çıkarılmaktadır (Valtonen vd., 2023). Ayrıca yapay zekâ (AI) destekli platformlar (örneğin; NotCo'nun Giuseppe platformu), hayvansal ürünlerin moleküler yapısını analiz ederek bitkisel bileşenlerle bu yapıları taklit edebi-

lecek en uygun formülasyonların belirlenmesini sağlamakta, Ar-Ge süreçlerindeki deneme-yanılma maliyetlerini ve süresini de düşürmektedir (Kuhl, 2025; Valtonen vd., 2023).

Gastronomi biliminde devrim niteliğinde olan hücreSEL tarım/kültür eti teknolojisi de hayvan kesimine gerek duymadan, canlıdan biyopsi ile alınan kök hücrelerin biyoreaktörlerde çoğaltılması prensibine dayanmaktadır. Bu yöntem, geleneksel hayvancılığa kıyasla su kullanımını %82-96, arazi kullanımını ise %99 oranında azaltma potansiyeli taşımaktadır. Bu teknoloji, mez-baha olmadan et üretimini teorik bir yaklaşım olmanın ötesine geçirek gerçekte var olmasını mümkün kılmaktadır (Bektas vd., 2024; Sibinčić vd., 2024; Tuomisto & Teixeira de Mattos, 2011). Kültür eti üretim sürecindeki etik ve ekonomik kaygıları gidermek adına, geleneksel olarak kullanılan fetal sığır serumu (FBS) yerine mikroalgler (*Spirulina* vb.) veya fermantasyon türevi post-biyotikler gibi sürdürülebilir besiyeri alternatifleri de geliştirilmektedir. Biftek formu gibi etin karakteristik üç boyutlu dokusal yapısını oluşturmak içinse ıspanak yaprakları, mantar miselyumları veya dokulu soya proteini (TSP) gibi yenilikçi biyomateryallerden üretilen yapılar kullanılmaktadır (Santos vd., 2023; Sibinčić vd., 2024).

3.2. Çevre Dostu ve Isıl Olmayan İşleme Teknikleri

Geleneksel gıda işleme süreçlerinde yaygın olarak kullanılan pişirme ve pastörizasyon gibi ısı işlemler, gıda güvenliğini sağlasa da ürünlerin vitamin, polifenol ve diğer biyoaktif bileşenlerinin bozulmasına ve duyuusal kalitesinin zayıflamasına yol açabilmektedir. Bu durumlardan dolayı enerji verimliliği sağlayan ve temiz etiket çözümleri sunan ısı olmayan teknolojiler önem kazanmakta ve bunlara olan ilgi artmaktadır (Ağagündüz vd., 2025; Dangal vd., 2024).

Bu kapsamda kullanılan Darbeli Elektrik Alanı (PEF) teknolojisi, elektroporasyon yoluyla hücre zarlarında geçici gözenekler açarak kütle transferini hızlandırmakta ve protein salınımını optimize etmektedir. Bu sayede enerji tasarruf edilirken gıdanın tazeliğinin ve besin profillerinin korunması da sağlanmaktadır. Benzer şekilde Yüksek Hidrostatik Basınç (HPP) uygulamaları, ısı kullanmadan yüksek basınç altında mikroorganizmalar inaktive edilerek ürünün yapısal bütünlüğü ve raf ömrü muhafaza edilmektedir (Dangal vd., 2024; Reğek Jambrak vd., 2021; Shawky vd., 2025).

Gıda yan ürünlerinden katma değerli protein geri kazanımında kullanılan Ultrason Destekli Ekstraksiyon (UAE) yöntemi de verimliliği artırarak

döngüsel ekonomiye katkı sağlar. Bunun yanı sıra kullanılan teknolojilerden bir diğeri olan soğuk plazma teknolojisi de herhangi bir kimyasal kalıntı bırakmadan gıda yüzeylerinde dezenfeksiyon sağlamakta ve su tüketimini önemli şekilde azaltmaktadır (Al-Sharif vd., 2025; Shawky vd., 2025).

Isıl işlemin gereklilik olduğu durumlarda ise lazer teknolojisi gibi fütüristik yöntemler devreye girmektedir. Odaklanmış ışınlar ile Maillard reaksiyonu üzerinde tam kontrol sağlayan ve besin değerlerini koruyan milimetrik hassasiyette pişirme süreçlerine olanak tanımaktadır (Mizrahi vd., 2016).

3.3. Kişiselleştirme ve Atık Yönetimi

Gastronomi 4.0 kavramının temellerinden olan 3 boyutlu (3D) gıda yazıcıları ve hesaplamalı gastronomi uygulamaları, gıdaların sadece fiziksel formunu etkilemekle kalmayıp içeriğini, üretim felsefesini ve atık yönetimini de dönüştürmektedir. Bu teknolojiler, mutfak sanatlarını mühendislik ve veri bilimiyle birleştirip bütünleştirerek disiplinlerarası bir dönüşüme yol açmıştır. Kişiselleştirilmiş beslenme ve 3D Yazıcı uygulamaları ile bireylerin DNA verilerine, biyolojik test sonuçlarına veya sağlık ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş gıdaların üretilmesini mümkün olmaktadır. Özellikle yutma güçlüğü çeken bireyler ve yaşlılar için dokusal yapısı ve besin içeriği hassas bir şekilde ayarlanmış gıdalar, 3D yazıcılar sayesinde hem fonksiyonel hem de estetik bir formda üretilebilmektedir (Elshaer vd., 2024; Yıldırım & Yıldırım, 2023).

Sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde ise, 3D yazıcılar standart kalite kriterlerinin dışında kalan meyve-sebzeler veya gıda yan ürünlerinin gıda mürekkebine dönüştürülerek ekonomiye yeniden kazandırılmasını sağlamaktadır. Bu yaklaşım, çöpten nakde modeliyle gıda israfını minimize ederek karmaşık tasarımların oluşturulmasına da imkân tanımaktadır (Seo & Shigi, 2024; Režek Jambrak vd., 2021). Uygulanan bu teknolojik dönüşümler, gıda atıklarını çöp statüsünden çıkarıp katma değerli birer kaynağa çevirmektedir. Balık endüstrisi yan ürünlerinin (deri, kemik vb.) jelatine dönüştürülmesi veya pirinç/meyve atıklarının farklı modellerle optimize edilerek besleyici ve fonksiyonel atıştırmalıklara dönüştürülmesi bu ileri dönüşüm süreçlerinin iyi bilinen somut örneklerindedir (Jamaludin vd., 2025; Valoppi vd., 2021).

Bu karmaşık teknolojik süreçlerin yönetiminde veri analitiği kritik bir rol oynamaktadır. FlavorDB gibi veri tabanları kullanılarak gıdaların moleküler lezzet haritaları çıkarılmakta ve yapay zeka algoritmaları sayesinde geleneksel olmayan ancak moleküler uyuma sahip yeni, sürdürülebilir tarif kombi-

nasyonları oluşturulmaktadır (Goel & Bagler, 2022). Ayrıca yapay sinir ağları ve makine öğrenmesi modelleri de gıdaların raf ömrünü ve kalite değişimlerini önceden tahmin ederek tedarik zincirindeki kayıpları minimum seviyede tutabilmektedir (Vahdanjoo vd., 2025; Zhou vd., 2025).

4. YEŞİL VE AKILLI MUTFAK UYGULAMALARI

Gastronomi endüstrisinde sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılmasında, çevresel duyarlılığın teknolojik dönüşümle entegre edildiği yeşil ve akıllı mutfak uygulamalarını operasyonel bir ihtiyaç haline getirmiştir. Modern yaklaşımlar geleneksel olanlara kıyasla tedarikten hazırlığa, pişirmeden atık yönetimine kadar tüm süreçlerin bütüncül bir şekilde optimize edilmesini zorunlu kılmaktadır. Çevre dostu pratikleri savunarak başlayan “Yeşil Mutfak” hareketi, günümüzde Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Yapay Zekâ (YZ) gibi ileri teknolojilerinin entegrasyonu ile birlikte veri odaklı ve dinamik bir operasyonel standarda dönüşmüştür. Bu teknolojik entegrasyon, mutfak operasyonlarını bir üretim alanı olmaktan ziyade kaynak verimliliğinin her aşamada dijital olarak denetlendiği akıllı bir sistem haline getirmektedir (Doğan, 2023; Filimonau & Uddin, 2021).

4.1. Yeşil Mutfak Yaklaşımı ve Kaynak Verimliliği

Yeşil mutfak yaklaşımı, enerji ve su tasarrufunu operasyonel olarak merkeze alan, karbon emisyonlarını en alt seviyeye indirmeyi hedefleyen stratejik bir yönetim modelidir. Ticari restoranların, standart ticari binalara kıyasla metrekare başına yaklaşık 2,5 kat daha fazla enerji tükettiği göz önüne alındığında, enerji verimliliği bu yaklaşımın öncelikli müdahale alanı haline gelmektedir. Bu kapsamda, mutfaklardaki enerji harcamasını minimize etmek için Energy Star sertifikalı cihazların kullanımı, LED aydınlatma teknolojileri ve talep kontrollü akıllı havalandırma (HVAC) sistemleri tercih edilmektedir (Pascual & Benito, 2025; Saleh & Elsaied, 2018).

Kaynak yönetiminde dijitalleşmenin rolü özellikle IoT tabanlı izleme sistemleri ile daha somut hale gelmektedir. Akıllı sayaçlar ve çeşitli Wi-Fi modülleri aracılığıyla enerji, su ve gaz tüketimi anlık olarak izlenebilmekte, bu sayede operasyonel maliyetler düşürülürken gereksiz kaynak kullanımı da engellenmektedir (Khan & Sagar, 2026). Su kaynaklarının yönetimi özelinde ise düşük akışlı sensörlü bataryalar, gri suyun yeniden kazanımını sağlayan sistemler ve hassas sızıntı denetim programları, mutfakların ekolojik su ayak

izini azaltırken hijyen standartlarının da korumasını sağlamaktadır (Öztürk, 2024; Reyes & De Leon, 2022). Ayrıca Endüstri 4.0 prensiplerinin gastronomideki bir yansıması olarak kullanılan Dijital İkiz teknolojisi, mutfak süreçlerini sanal ortamda simüle ederek, fiziksel yatırım yapılmadan veya uygulama aşamasına geçilmeden önce en verimli enerji dağılımı ve yerleşim senaryolarının test edilmesine olanak tanımaktadır (Agrawal vd., 2025; Huang vd., 2024).

4.2. Akıllı Mutfak Ekipmanları, Otomasyon ve Güvenlik

Sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde modern mutfak yapıları, operasyonel süreçlerin insan hatasından arındırıldığı ve verimliliğin maksimize edildiği “Akıllı Mutfak” ekosistemlerine dönüşmektedir. Bu ekosistemler, cihazların birbiriyle sürekli iletişim kurduğu ve veri alışverişinde bulunduğu bağlantılı bir yapı sağlayarak israfı önlemeyi amaçlamaktadır.

Yeni nesil pişirme teknolojileri kapsamında, induksiyon temelli akıllı pişirme üniteleri ve yapay zekâ (AI) destekli fırınlar, gıdanın türünü, miktarını ve termal ihtiyaçlarını otonom olarak algılayabilmektedir. Pişirme parametrelerini gerçek zamanlı olarak optimize eden bu sistemler, enerji tüketiminde tasarruf sağlayabilmektedir (Doğan, 2023; Soyadlı, 2025). Hazırlama aşamasında ise işbirlikçi robotik kollar, tam bir hassasiyetle çalışarak hem malzeme israfını minimuma indirmekte hem de mutfak hijyenini standardize etmektedir (Orjuela-Garzon vd., 2024; Şeker & Çelik, 2025). Bu teknolojik hassasiyet, gelişmiş izleme ve denetim mekanizmalarıyla desteklenerek gıda güvenliğini proaktif bir düzeye taşımaktadır. Soğuk zincir yönetiminde kullanılan IoT tabanlı sensörler, depolama koşullarını saniyelik verilerle takip ederek gıdanın bozulma riskini en alt seviyede tutmaktadır (Khan & Sagar, 2026).

Gıda israfının büyük bir bölümünün stok yönetimindeki plansızlıklardan kaynaklandığı bilinmektedir. Bu sorunun çözümü için de dijital süreçler zorunlu hale gelmektedir. RFID (Radyo Frekansı ile Tanımlama) teknolojisi ve ağırlık sensörleriyle donatılmış akıllı buzdolapları, ürünlerin tazelik durumunu ve miktarını anlık raporlayarak “İlk Giren İlk Çıkar” (FIFO) prensibinin dijital bir denetim mekanizmasıyla hatasız uygulanmasını sağlamaktadır (Camilleri, 2025; Stoica vd., 2023).

Operasyonel süreçlerin dijitalleşmesi, yalnızca verimlilik ve kaliteyi iyileştirmekle kalmayıp aynı zamanda iş sağlığı ve güvenliğini de ileri bir boyuta taşımaktadır. Akıllı mutfak tasarımları, gelişmiş gaz ve duman sensörleriyle (MQ serisi gibi) donatılarak herhangi bir sızıntı veya risk duru-

munda havalandırma sistemlerini otomatik olarak devreye sokmakta ve acil durum protokollerini başlatmaktadır. Bu otonom sistemler, çalışma ortamındaki riskleri minimize ederek hem personeli korumakta hem de işletmenin operasyonel sürekliliğinin güvencesini sağlamaktadır (Doğın, 2023; Khan & Sagar, 2026).

4.3. Veri Odaklı Atık Yönetimi ve Döngüsel Uygulamalar

Sürdürülebilir gastronomi, atığı bertaraf edilecek bir çöp olarak değil, döngüsel ekonomi prensipleri çerçevesinde yeniden kazanılması gereken bir girdi olarak değerlendirmektedir. Bu kapsamda atık yönetiminin dijitalleşmesi, atığın oluşum aşamasında tespit edilmesiyle başlar. Winnow Vision, Kitro ve Leanpath gibi görüntü işleme teknolojilerine dayalı sistemler, çöpe atılan gıdayı detaylıca analiz ederek mutfak profesyonellerine veri temelli stratejik geri bildirimler sunar. Yapılan bu analizler sayesinde menü planlamasında yapılan iyileştirmeler ile gıda israfının %55'e kadar varan düzeylerde azaltabildiği belirtilmektedir (Martin-Rios vd., 2021; Stoica vd., 2023; Vahdanjoo vd., 2025).

Fiziksel atık yönetiminde ise "kökten uca" pişirme prensibi ile atık oluşumu henüz kaynağında iken engellenmeye çalışılmaktadır. Bu süreçte önlem bir biçimde ortaya çıkan organik atıklar ise akıllı kompost makineleri veya anaerobik çürütücülerle yerinde işlenerek gübreye veya biyogaza dönüştürülmektedir (Doğın, 2023; Pascual & Benito, 2025). Buna ek olarak, estetik açıdan kusurlu gıdaların 3D yazıcılarla katma değerli ürünlere dönüştürülmesi veya dijital platformlar aracılığıyla tüketiciyle buluşturulması, geleneksel atık yönetimini döngüsel bir ekosisteme taşımaktadır (Agrawal, 2025; Agya, 2025).

5. DİJİTALLEŞME, VERİ ANALİTİĞİ VE İZLENEBİLİRLİK

Gastronomi sektörü, tarihsel gelişimi boyunca büyük oranda şeflerin deneyimlerine, yaratıcılıklarına ve usta-çırak ilişkisine dayalı geleneksel bir zanaat yapısı sergilemiştir. Buna karşın, günümüzde Endüstri 4.0 devrimi ve dijital dönüşüm süreçlerinin etkisiyle sektör, köklü bir değişim yaşamaktadır. Güncel yönetim anlayışı, sezgisel kararlardan arındırılarak gerçek zamanlı performans göstergelerine dayanan veri odaklı stratejik bir modele dönüşmektedir (Gill, 2020). Bu dönüşüm süreci, yalnızca tablet menüler veya mutfak robotları gibi operasyonel araçların teknik modernleşmesi ile olarak

kalmayıp, verinin stratejik değer olarak görüldüğü ve tedarik zincirinin her aşamasında verimlilik, Şeffaflık ve sürdürülebilirliği önceleyen bütünleşik bir yönetim ekosistemini kapsamaktadır (Stoica vd., 2023).

5.1. Hesaplamalı Gastronomi ve Büyük Veri

Gastronomide dijital dönüşümün bilimsel temelini, veri bilimi ve bilgisayar teknolojilerini mutfak sanatları ile sentezleyen disiplinler arası bir alan olan hesaplamalı gastronomi oluşturmaktadır. Bu disiplin, lezzet algısını ve reçete geliştirme süreçlerini kişisel tahminlerin ötesine geçirerek bilimsel verilere dayandırmaktadır. Bu bağlamda, ortak aroma bileşenlerine sahip gıdaların birbiriyle daha uyumlu olacağını varsayan Gıda Eşleştirme Hipotezi dikkat çekici bir uygulama alanı sunmaktadır. Örneğin, Türk mutfağı özelinde gerçekleştirilen analizler, özellikle Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki malzeme kombinasyonlarında kimyasal bileşenlerin birbiriyle pozitif bir uyum eğilimi gösterdiği gözlemlenmiş olup, bu veriler Şeflere geleneksel mirası modern tekniklerle birleŐtiren yeni reçetelerin geliştirilmesinde rehberlik etmektedir (Doğan & Değerli, 2023). Ayrıca dijitalleşme süreci, Büyük Dil Modelleri (LLM) ve meta-tarifler aracılığıyla reçetelerin beslenme hedeflerine ve sürdürülebilirlik parametreleri doğrultusunda dinamik olarak optimize edilmesine de sağlamaktadır (Zoran, 2025).

Hesaplamalı yaklaşımın operasyonel karŐılığı, gastronomi verisinin hacim, hız, çeşitlilik, doğruluk ve değer (5V) bileşenleri üzerinden tanımlandığı Büyük Veri yönetimidir (Chakraborty vd., 2023). İşletmelerde toplanan geniş hacimli verilerin analizi, stratejik karar alma mekanizmalarını optimize eden Şu dört temel yetkinlik seviyesinde ele almaktadır (Aktas, 2022):

- Tanımlayıcı Analitik: Geçmiş veriler özetlenerek “ne olduğu” (örneğin; günlük atık miktarı, satış adetleri) net bir Şekilde ortaya konulur.
- Öngörücü Analitik: Makine öğrenmesi algoritmaları ile gelecekteki talep tahmin edilir ve işletmeler belirsizliklere karşı hazır hale getirilir.
- Kuralcı Analitik: Karlılığı en üst seviyeye çıkarmak için dinamik fiyatlandırma ve menü tasarımı stratejileri önerilerek karar vericilere yol gösterilir.
- Bilişsel Analitik: Tüketici yorumlarından duygu analizi yaparak hizmet kalitesi ve insan davranışlarının altında yatan karmaşık motivasyonlar anlamlandırılır.

5.2. Yapay Zekâ (AI) ve Karar Destek Sistemleri

Yapay Zekâ (AI) ve Makine Öğrenmesi (ML), karmaşık veri setlerini analiz ederek restoran yöneticilerine ve şeflere stratejik karar alma süreçlerinde önemli destekler sağlamaktadır. Özellikle talep tahminleme ve stok yönetimi, AI tabanlı sistemlerin sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda en somut ve ölçülebilir katma değerli alanlardır. Geçmiş satış verileri, hava durumu, yerel organizasyonlar ve dönemsel trendler gibi çok boyutlu dış değişkenleri analiz eden Rastgele Orman, XGBoost ve Uzun Kısa Süreli Bellek (LSTM) gibi gelişmiş algoritmalar, müşteri taleplerini yüksek doğruluk oranlarıyla öngörebilmektedir. Bu öngörücü modeller aracılığıyla işletmeler, hammadde tedarik süreçlerini optimize ederek aşırı üretimi engellemekte ve gıda israfını %14 ile %50 arasında değişen oranlarda azaltabilmektedir (Agrawal vd., 2025; Costa, 2024; Hussain vd., 2025; Stoica vd., 2023).

Operasyonel verimliliğin artırılması noktasında ise veri analitiği, menü mühendisliği çalışmalarının merkezinde yer almaktadır. Satış Noktası (POS) sistemlerinden elde edilen verilerin analizi, hangi ürünlerin popüler ve karlı olduğunu, hangilerinin ise maliyet yükü oluşturduğunu belirleyerek menü tasarımının veriye dayalı yapılmasını sağlar (Pramanick vd., 2025). Bunların yanı sıra, mutfak operasyonlarında kullanılan Winnow gibi görüntü işleme ve akıllı tartı teknolojileri, çöpe giden gıdaları tür ve miktar bazında tanımlayarak mutfak personeline gerçek zamanlı geri bildirimler sunmakta ve israfın kaynağını görünür kılarak atık yönetimi konusunda stratejik bir denetime yardımcı olmaktadır (Legrand, 2025; Pascual & Benito, 2025).

5.3. Blokzincir Teknolojisi ve İzlenebilirlik

Sürdürülebilir gastronominin en önemli bileşenlerinden biri olan gıda güvenliği ve şeffaflık, dijitalleşme süreçleriyle birlikte yeni bir boyuta taşınmıştır. Bu kapsamda merkeziyetsiz, değiştirilemez ve şeffaf bir kayıt defteri sunan blokzincir teknolojisi, gıdanın tarladan çatala uzanan tüm yolculuğunu güvenli bir şekilde belgelemektedir (Cozzio vd., 2023; Ruan vd., 2026). Teknolojinin sunduğu bu uçtan uca izlenebilirlik, özellikle kriz yönetimi ve hatalı ürünlerin geri çağırılması süreçlerinde işletmelere önemli bir operasyonel hız kazandırmaktadır. Kontamine olmuş bir ürünün kaynağını saptamak geleneksel yöntemlerle günler hatta haftalar sürebilirken, blokzincir teknolojisi sayesinde bu süreler saniyelere kadar inmektedir. Bu hız, halk sağlığı risklerini minimize etmede kritik öneme sahiptir (Siemens, 2019; Westerlund vd., 2021).

Veri aktarımındaki bu hız, gıda sahteciliği ile mücadelede de önemli bir bariyer oluşturmaktadır. Ürünlere entegre edilen dijital kimlikler ve QR kodlar, gıdanın menşei ve içerik bilgilerinin değiştirilmesini teknik olarak imkânsız hale getirerek taklit ve tağşış riskinin önüne geçmektedir. Bu Şeffaflık düzeyi, tüketicinin markaya olan güvenini pekiştirmekle kalmayıp aynı zaman bireylerin basit bir tarama işlemiyle ürünün üretim yeri, etik standartları ve karbon ayak izi gibi doğrulanabilir verilere doğrudan erişimini sağlamaktadır (Abideen vd., 2021; Alıcı & Gökşen, 2025). Bunların yanı sıra, blokzincir sisteminin Nesnelerin İnterneti (IoT) ile senkronize çalışması da süreci sadece bir kayıt sistemi olmaktan çıkarıp aktif bir denetim mekanizmasına dönüştürmektedir. Özellikle akıllı sözleşmeler aracılığıyla tedarik zinciri protokolleri otonom hale gelmektedir. Örneğin, soğuk zincir taşıması sırasında sıcaklık belirlenen kritik limitlerin dışına çıktığında, sistem otomatik olarak sevkiyatı durdurabilmekte veya paydaşları uyararak riskli ürünün tüketiciye ulaşmasını engelleyebilmektedir (Ruan vd., 2026).

5.4. Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Dijital Müşteri Deneyimi

Teknolojik dönüşüm süreci gastronomi sektöründe fiziksel gerçeklik ile dijital olanakların iç içe geçtiği dijital deneyimler ve akıllı operasyonel modelleri ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu ekosistemin temel taşlarından biri olan Nesnelerin İnterneti (IoT) sensörleri depolama alanlarında sıcaklık ve nem gibi kritik parametrelerin takibini yaparak ürün kalitesini korurken, gıda güvenliği ile ilgili durumların sürdürülebilirliğinin sağlanması da önemli bir rol oynamaktadır (Shiraishi vd., 2025; Yıldırım & Yıldırım, 2023).

Endüstriyel mutfaklarda ve üretim hatlarında veriye dayalı yönetimin bir üst aşamasını temsil eden dijital ikiz teknolojisi de fiziksel süreçlerin sanal bir yansımasını oluşturarak enerji verimliliğini ve kaynak kullanımını simülasyonlar aracılığıyla optimize etmektedir. Bu sayede işletmeler, operasyonel çıktılarını gerçek zamanlı verilerle değerlendirerek karbon ayak izini azaltma noktasında somut ve gerçekçi adımlar atabilmektedir (Siemens, 2019).

Müşteri etkileşimi boyutunda ise dijital platformlar, sürdürülebilirlik odaklı yeni ekonomik modellerin doğmasına öncülük etmektedir. “Too Good To Go” ve “Karma” gibi mobil uygulamalar, restoranların gün sonunda satılmayan ancak tüketilebilir durumda olan ürünleri indirimli olarak son tüketiciye ulaştırmasını sağlayarak bir “fazla gıda ekonomisi” oluşturmakta ve gıda israfını önleme konusunda toplumsal bir farkındalık kazandırmaktadır (Stoica vd., 2023). Bunlarla birlikte deneyimin görsel ve duyuşal boyu-

tunu zenginleştiren Artırılmış Gerçeklik (AR) uygulamaları da müşterilere sipariş öncesi yemeği üç boyutlu ve fotorealistik görme fırsatı sunarak satın alma süreçlerine dijital bir estetik entegre etmektedir (Yıldırım & Yıldırım, 2023). Bu süreç, müşteri geri bildirimlerinin doğal dil işleme ve duygu analizi yöntemleriyle çözümlenmesi sayesinde hizmet kalitesinin kişiselleştirilmiş bir yapıya bürünmesini sağlamaktadır.

6. TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜMDE ENGELLER, RİSKLER VE ETİK BOYUT

Gastronomi dünyasında sürdürülebilirlik eksenli gerçekleşen teknolojik dönüşüm, teorik olarak operasyonel verimlilik ve çevresel ayak izinin azaltılması açısından çığır açabilecek fırsatlar sunmaktadır. Ancak bu dönüşüm sürecinin uygulama aşaması, sorunsuz ve doğrusal bir ilerleme göstermemektedir. Sektör, ekonomik kısıtlılıklardan teknolojik altyapı yetersizliklerine, veri gizliliğine yönelik tehditlerden karmaşık sosyo-etik tartışmalara uzanan çok katmanlı bir bariyer ile karşı karşıyadır (Bharati vd., 2024; Jacobs vd., 2021).

6.1. Ekonomik Kısıtlar ve Yapısal Eşiitsizlikler

Teknolojik entegrasyonun önündeki en belirgin ve caydırıcı engel şüphesiz ki başlangıç yatırım maliyetlerinin yüksek oluşudur. Blokzincir altyapıları, gıda israfını izleyen görüntüleme sistemleri, 3D gıda yazıcıları veya gelişmiş IoT platformlarının kurulumu önemli bir sermaye birikimi gerektirmektedir. Konuyla ilgili güncel araştırmalar, işletmelerin %72,50 gibi büyük bir çoğunluğunun, yüksek kurulum ve operasyonel bakım maliyetlerini teknolojik dönüşümün önündeki temel bariyer olarak gördüğünü ortaya koymaktadır (Alıcı & Gökşen, 2025; JC3 vd., 2025; Li vd., 2025).

Bu finansal tablo, sektör içerisinde işletme ölçeğine bağlı derin bir yapısal eşiitsizliği beraberinde getirmektedir. Sermaye gücü yüksek zincir restoranlar ve küresel gıda şirketleri finansal güçleri sayesinde bu yatırımları kolaylıkla finanse edebilirken; sınırlı bütçelerle hareket eden Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ) ve yerel üreticiler, devlet teşviklerinin yetersizliği ve finansmana erişimde yaşadıkları zorluklar nedeniyle bu dönüşüm sürecinin dışında kalmaktadır. Bu durum, sektörde bir dijital uçuruma yol açarak, küçük işletmelerin rekabet güçlerini yitirmesine ve sistemden dışlanma riskiyle karşı karşıya kalmaktadır (Pascual & Benito, 2025; Shawky vd., 2025).

6.2. Teknik Altyapı Sorunları ve Nitelikli İş Gücü Açığı

Gastronomi sektöründe teknolojik dönüşümün başarısı için finansal kaynakların varlığı tek başına yeterli olmayıp, teknolojiyi yönetecek nitelikli beşeri sermayenin eksikliği süreci sekteye uğratan bir diğer kritik faktördür. Gastronomi sektörü geleneksel olarak el emeği ve zanaat odaklı bir yapıya sahip olduğundan hem mutfak operasyonlarına hâkim hem de veri analitiği veya dijital sistemleri yönetebilecek becerilere sahip iş gücü bulmak kolay olmamaktadır (Cozzio vd., 2023; Swink vd., 2022). Güncel istatistikler, işletmelerin yaklaşık üçte ikisinin (%66,67) inovatif sistemleri kullanabilecek uzman personel eksikliğini önemli bir kısıtlayıcı faktör olarak raporladığını göstermektedir (Li vd., 2025).

İnsan kaynağı boyutundaki bu soruna ek olarak, teknik altyapı boyutunda sistemlerin birlikte çalışabilirliği de en karmaşık sorunlardan biridir. Farklı tedarikçilerden sağlanan sistemlerin birbirleriyle uyum sağlama kapasitesinin düşük olması, mevcut Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sistemleri ile yeni nesil IoT cihazları arasındaki entegrasyon sorunları ve özellikle karbon ayak izi ölçümleri gibi kritik alanlarda evrensel bir veri standardizasyonunun sağlanamaması verimlilik analizlerinin bütüncül bir yaklaşımla yürütülmesini zorlaştırmaktadır. Bu teknik zorluklar, fiziksel altyapı yetersizlikleriyle birleştğinde de dijitalleşmenin yayılım alanı daha da daralmaktadır. Özellikle kırsal ve gelişmekte olan bölgelerde karşılaşılan internet ve elektrik altyapısındaki yetersizlikler, bulut tabanlı çözümlerin güvenilirliğini ve kesintisiz uygulanabilirliğini fiziksel olarak kısıtlamaktadır (Ahmad vd., 2024; Agya, 2025; Kılınç vd., 2025).

6.3. Veri Güvenliği, Gizlilik ve Siber Riskler

Gastronomi sektöründe dijitalleşmenin yaygınlaşması, büyük veri setlerinin toplanmasını ve işlenmesini zorunlu hale getirdiğinden, siber güvenlik ve veri gizliliği endişeleri ön plana çıkmaktadır. Nesnelerin İnterneti (IoT) tabanlı akıllı mutfak cihazları ve bulut sistemleri, siber saldırılara açık noktalar oluşturarak işletmeleri özellikle fidye yazılımları gibi sistemik tehditlere karşı savunmasız bırakarak operasyonel sürekliliği riske atmaktadır (Agrawal vd., 2025; Olufemi-Phillips vd., 2024). Söz konusu bu dijital kırılganlık, sektör paydaşları açısından çift yönlü bir güven krizine zemin hazırlamaktadır. Kurumsal perspektiften bakıldığında; işletmelere özel reçeteler, tedarikçi ağları ve gizli operasyonel veriler gibi ticari sırlar olarak adlandırılacak verilerin ifşa olması ihtimali şeffaflığa karşı bir direnç oluşturmaktadır

(Cozzio vd., 2023). Tüketici açısından ise; kişisel verilerin, ödeme bilgilerinin ve bireysel yeme-içme alışkanlıklarının izlenmesi endişe yaratmaktadır. Güncel araştırmalar, tüketicilerin yaklaşık %71 gibi büyük bir bölümünün, profil bilgilerinin paylaşımı ve kullanımını konusunda ciddi güvenlik kaygıları taşıdığını göstermektedir (Sultana vd., 2024). Bu tabloya ek olarak, restoran işletmelerinin üçüncü taraf teslimat platformlarına olan bağımlılığı, veri mülkiyetinin el değiştirmesi ve ekonomik otonominin aşınması gibi riskleri de beraberinde getirmektedir (Roy vd., 2022). Bu durum, işletmenin kendi müşteri verisi üzerindeki kontrolünü zayıflatarak uzun vadeli stratejik karar alma süreçlerini de olumsuz etkileyebilmektedir.

6.4. Sosyo-Kültürel Direnç

Gastronomi sektöründe sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda sunulan teknoloji ürünü gıdaların (kültür eti, böcek proteini, 3D baskı gıdalar vb.) piyasa kabulü ve pazar başarısı, teknik yapılabirliğin ötesinde tüketicilerin psikolojik ve kültürel bariyerlerine takılmaktadır. Literatürde gıda teknolojisi neofobisi olarak adlandırılan bu durum, tüketicilerin yeni üretim teknolojilerine karşı duyduğu içgüdüsel korku ve güvensizliği ifade etmektedir. Bu noktada tüketiciler “doğal olan iyidir” şeklindeki yerleşik hale gelmiş sezgisel bir yaklaşımla hareket ederek, laboratuvar ortamında geliştirilen veya yüksek düzeyde işlenmiş gıdalara karşı bir mesafe koymaktadır. Ayrıca, bu yenilikler biyolojik ve teolojik sınırlar çerçevesinde “Tanrıçılık oynamak” olarak nitelendirilerek ahlaki bir retle de karşılaşmaktadır (Giacalone & Jaeger, 2023; Varzakas & Antoniadou, 2024).

Kültürel boyutta ise, otomasyon ve robotik süreçlerin gastronomi sahasına yayılmasının, gastronominin özünü oluşturan misafirperverlik ve insan dokunuşunu zayıflatacağı yönündeki kaygılar yer almaktadır. Gıdanın yalnızca besin değerlerine ve kimyasal bileşenlere indirgenmesi, yeme-içme eyleminin binlerce yıllık sanatsal, tarihsel ve toplumsal arka planını tehdit eden bir unsur olarak görülmektedir. Dolayısıyla, gastronominin teknolojik dönüşümü sadece bir verimlilik sorunu değil; aynı zamanda insanın gıdayla kurduğu duygusal ve kültürel bağın korunması mücadelesi olarak da değerlendirilebilir (Hjalager, 2022; Yiğitoğlu vd., 2025).

6.5. Etik Boyut ve Sürdürülebilirlik Paradoksları

Gastronomi dünyasındaki teknolojik dönüşümün etik boyutu, şeffaflık, sosyal adalet ve biyoetik kavramları ekseninde şekillenen çok boyutlu bir yönetim sürecini gerektirmektedir. Bu noktada işletmelerin teknolojik veri-

lerle kanıtlanmamış yanıltıcı sürdürülebilirlik beyanlarında bulunması veya tam aksine olası eleştirilerden çekinerek çevresel kazanımlarını kamuoyundan gizlemesi sektörde ciddi bir güven kaybına yol açmaktadır (Cozzio vd., 2023). Benzer bir şeffaflık krizi yapay zekâ uygulamalarında da ortaya çıkmakta ve karar destek mekanizmalarındaki algoritmaların kara kutu niteliği taşıyan kapalı yapıları, kararların denetlenmesini kısıtlarken, geçmiş veri setlerindeki önyargıların sistematik bir biçimde geleceğe aktarılması riskini taşımaktadır (Siddique vd., 2025; Zhou vd., 2025).

Söz konusu bu dijital risklerin yanı sıra, sürecin sosyo-etik ve biyolojik boyutları da yeni tartışma alanları oluşturmaktadır. Otomasyonun gastronomi operasyonlarındaki etkinliğinin artması, sektör çalışanları nezdinde otomasyon anksiyetesi olarak kavramsallaştırılan işsizlik kaygısını tetikleyerek sosyal dengeleri bozmaktadır. Biyolojik boyutta ise, özellikle laboratuvar ortamında geliştirilen hayvansal proteinlerin üretim aşamasında kullanılan fetal sığır serumu (FBS) gibi bileşenler, teknolojinin hayvan refahı konusundaki vaatleri ile pratik uygulamaları arasındaki çelişkiyi belirginleştirerek ciddi etik tartışmalara neden olmaktadır (Parvez, vd., 2022; Wambui Kibibi, 2025; Wernaart vd., 2025).

7. SONUÇ

Gastronomi sektörü, geleneksel üretim ve tüketim alışkanlıklarının teknolojik inovasyonlarla köklü bir biçimde değiştiği bir süreçten geçmektedir. Mevcut literatür ve veriler, bu dijitalleşme sürecinin geçici bir trend olmadığını; aksine çevresel, ekonomik ve etik sürdürülebilirlik hedefleri için stratejik bir zorunluluk haline geldiğini göstermektedir. Geleneksel mutfak pratiklerinin dijital bir laboratuvara dönüştüğü bu yeni dönemde; veriler “temel girdi”, algoritmalar “yeni nesil tarifler”, akıllı sözleşmeler ise “operasyonel güvence” olarak tanımlanmaktadır. Bu sistemde teknoloji, mutfakta israfı minimize eden bir denetim mekanizması ve ürünün tarladan tabağa olan yolculuğunu belgeleyen dijital bir kayıt sistemi işlevi görmektedir. Endüstri 5.0 vizyonu çerçevesinde, insan yaratıcılığı ile makine hassasiyetinin birleşmesi, insanı devre dışı bırakmak yerine rutin işleri otomatize ederek mutfak personeline yaratıcı süreçler için daha fazla alan oluşturmaktadır. Ancak bu dönüşümün başarılı olabilmesi için teknolojinin tek başına bir araç olarak değil istem yaklaşımı ile bütüncül bir strateji dâhilinde yönetilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilir bir gastronomi geleceği için paydaşların şu adımları atması önerilmektedir:

Politika Yapıcılar İçin: Döngüsel ekonomi modellerine geçiş yapan işletmelere yönelik hibe ve vergi indirimleri yapılmalı/artırılmalıdır. Düşük Karbon Geçiş Tesisi (LCTF) gibi finansal destekler kolaylaştırılmalı, 5G ve bulut bilişim gibi altyapı yatırımları hızlandırılmalıdır. Ayrıca, yeni gıda teknolojileri ve veri güvenliği konusunda uluslararası standartlara uygun yasal düzenlemeler yapılmalıdır.

İşletmeciler İçin: Sürdürülebilirlik bir maliyet kalemi olarak değil, rekabet avantajı sağlayan bir değer olarak düşünülmelidir. İşletmeler, şeffaf verilere dayalı hedefler koymalı ve operasyonlarında karar alma süreçlerinde IoT destekli döngüsel modelleri benimsemelidir.

Eğitim ve İnsan Kaynağı İçin: Gastronomi ve mutfak sanatları eğitim müfredatı, şeflerin dijital okuryazarlığını ve veri analitiği becerilerini geliştirecek şekilde güncellenmelidir. Geleceğin şefleri, sadece mutfak ekibiyle değil, mühendis ve veri bilimcilerle ortak çalışabilen disiplinlerarası bir yetkinliğe sahip olmalıdır. Bu iş birliği, yeni gıda teknolojilerine karşı duyulan yenilik korkusunu şeffaf bir dille anlatarak aşmaya yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak; gastronomi sektörü, teknolojiyle ivme kazanan ve sürdürülebilirlik rotasında ilerleyen bir değişim içindedir. Bununla birlikte her türlü teknolojik ilerlemeye rağmen, sistemin başarısı nihayetinde onu kullanan profesyonellerin ustalığına ve etik değerlerine bağlı olarak değişecektir. Bu bütüncül yaklaşım, gelecek nesiller için daha adil, dirençli ve yaşanabilir bir gıda sisteminin temelini oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

- Abideen, A. Z., Sundram, V. P. K., Pyeman, J., Othman, A. K., & Sorooshian, S. (2021). Food Supply Chain Transformation Through Technology and Future Research Directions—A Systematic Review. *Logistics*, 5(4), 83.
- Agrawal, K., Goktas, P., Holtkemper, M., Beecks, C., & Kumar, N. (2025). AI-Driven Transformation in Food Manufacturing: A Pathway to Sustainable Efficiency and Quality Assurance. *Frontiers in Nutrition*, 12, 1553942.
- Agya, B. A. (2025). Technological Solutions and Consumer Behaviour in Mitigating Food Waste: A Global Assessment Across Income Levels. *Sustainable Production and Consumption*, 55, 242–256.
- Ağagündüz, D., Ayakdaş, G., Katırcıoğlu, B., & Ozogul, F. (2025). Advances in Non-Thermal Food Processing: A Comprehensive Approach to Nutrient Retention, Food Quality, And Safety. *Sustainable Food Technology*, 3(5), 1284-1308.

- Ahmad, R. W., Ko, K.-M., Rashid, A., & Rodrigues, J. J. P. C. (2024). Blockchain for Food Industry: Opportunities, Requirements, Case Studies, and Research Challenges. *IEEE Access*, 12, 117378.
- Alıcı, S., & Gökşen, Y. (2025). Blockchain Technology in the Food Industry: An Application Experience from Inside the Industry. *İzmir Yönetim Dergisi*, 6(Özel Sayı), 109-122.
- Al-Sharif, Z. T., Al-Najjar, S. Z., Anumudu, C. K., Hart, A., Miri, T., & Onyeaka, H. (2025). Non-Thermal Technologies in Food Processing: Implications for Food Quality and Rheology. *Applied Sciences (2076-3417)*, 15(6).
- Anumudu, C. K., Augustine, J. A., Uhegwu, C. C., Uche, J. N., Ugwoegbu, M. O., Shodeko, O. R., & Onyeaka, H. (2025). Smart Kitchens of the Future: Technology's Role in Food Safety, Hygiene, and Culinary Innovation. *Standards (2305-6703)*, 5(3).
- Bektas, C., Lee, K., Jackson, A., Bhatia, M., & Mao, Y. (2024). Bovine Placentome-Derived Extracellular Matrix: A Sustainable 3D Scaffold for Cultivated Meat. *Bioengineering*, 11(8), 854.
- Bharati, A., Gautam, B., Kandel, S., Thakur, S., & Shrestha, M. (2024). Real-Time Intelligence in Sustainable Restaurant Management. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)*, 12(7).
- Camilleri, M. A. (2025). Sustainability Accounting and Disclosures of Responsible Restaurant Practices in Environmental, Social and Governance (ESG) Reports. *International Journal of Hospitality Management*, 126, 104051.
- Chakraborty, D., Rana, N. P., Khorana, S., Singu, H. B., & Luthra, S. (2023). Big Data in Food: Systematic Literature Review and Future Directions. *Journal of Computer Information Systems*, 63(5), 1243-1263.
- Chuang, L. M., Kuo, T. S., & Luo, G. Y. (2020). The Sustainable Service Innovation Model in the Chain Restaurant Industry: Circular Economy Perspective. *Advances in Management and Applied Economics*, 10(4), 1-22.
- Costa, M. d. S. (2024). Forecasting Sales on A Food and Beverage Company [Master's thesis, Universidade Federal do Rio de Janeiro]
- Cozzio, C., Viglia, G., Lemarie, L., & Cerutti, S. (2023). Toward An Integration of Blockchain Technology in The Food Supply Chain. *Journal of Business Research*, 162, 113909.
- Dangal, A., Timsina, P., Dahal, S., Rai, K., & Giuffrè, A. M. (2024). Advances In Non-Thermal Food Processing Methods-Principle Advantages and Limitations for the Establishment of Minimal Food Quality as Well as Safety Issues: A Review. *Current Nutrition & Food Science*, 20(7), 836-849.
- Di Pierro, R., Frasnetti, E., Bianchi, L., Bisagni, M., Capri, E., & Lamastra, L. (2023). Setting The Sustainable Development Targets for Restaurants and Italian HoReCa Sector. *Science of the Total Environment*, 855, 158908.

- Dinneen, J., & Cuff, M. (2025). 2024 Confirmed as First Year to Breach 1.5 °C Warming Limit. *New Scientist*. <https://www.newscientist.com/article/2463480-2024-confirmed-as-first-year-to-breach-1-5c-warming-limit/>
- Doğan, M. (2023). Industry 4.0 Applications in the Food and Beverage Industry: Gastronomy 4.0. 11. Uluslararası Mardin Artuklu Bilimsel Araştırmalar Kongresi, Mardin, Türkiye.
- Doğan, M., & Değerli, A. H. (2023). Computational Gastronomy: A Study to Test the Food Pairing Hypothesis in Turkish Cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 33, 100795.
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M., Zayed, M. A., Ameen, F. A., Fayyad, S., Fouad, A. M., ... & Fathy, E. A. (2024). Innovating Gastronomy Through Information Technology: A Bibliometric Analysis of 3D Food Printing for Present and Future Research. *Information*, 15(8), 471.
- Fajriah, E., Martianto, D., & Rachman, P. H. (2025). Restaurant Food Waste Management Strategy in Asia Using the Restaurant Food Waste Map (RFWM) Approach. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 153, p. 04006). EDP Sciences.
- Filimonau, V., & Uddin, R. (2021). Food Waste Management in Chain-Affiliated and Independent Consumers' Places: A Preliminary and Exploratory Study. *Journal of Cleaner Production*, 319, 128721.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2024). 2024 Food Loss and Waste Masterclass – The Basics. Technical Platform on the Measurement and Reduction of Food Loss and Waste. <https://www.fao.org/platform-food-loss-waste/flw-events/events/events-detail/2024-food-loss-and-waste-masterclass-the-basics/en>
- Giacalone, D., & Jaeger, S. R. (2023). Consumer Acceptance of Novel Sustainable Food Technologies: A Multi-Country Survey. *Journal of Cleaner Production*, 408, 137119.
- Gill, A. (2020). Developing A Restaurant Analytics Dashboard for Operational Insights. *International Journal of Core Engineering & Management*, 6(10).
- Goel, M., & Bagler, G. (2022). Computational Gastronomy: A Data Science Approach to Food. *Journal of Biosciences*, 47(1), 12.
- Golshany, H., Ni, Y., Yu, Q., & Fan, L. (2025). IoT-Enabled Smart Kitchen Technologies and Their Impact on Food Storage, Preparation, and Culinary Experiences: A Systematic Review. *Food Research International*, 116557.
- Hjalager, A. M. (2022). Digital Food and the Innovation of Gastronomic Tourism. *Gastronomy and Tourism*, 7(1), 35-49.
- Huang, Y., Ghadge, A., & Yates, N. (2024). Implementation of Digital Twins in the Food Supply Chain: A Review And Conceptual Framework. *International Journal of Production Research*, 62(17), 6400-6426.

- Hussain, M. A., Khan, M. I. H., & Karim, A. (2025). Machine Learning in Transforming the Food Industry. *Foods*, 15(1), 90.
- Jacobs, N., Brewer, S., Craigon, P. J., Frey, J., Gutierrez, A., Kanza, S., ... & Sacks, J. (2021). Considering the ethical implications of digital collaboration in the Food Sector. *Patterns*, 2(11).
- Jamaludin, H., Mohamad, A., Elmaky, H. S. E., & Sulaiman, S. (2025). Turning Rice Waste into Opportunity: Circular Economy Approaches for Food Waste Reduction. *Cleaner Waste Systems*, 10, 100224.
- Jebari, K., & Engström, E. (2025). Future of Food: A Technology-Centered Path Towards Sustainable Production in 2100. *Futures*, 167, 103565.
- Joint Committee on Climate Change (JC3), Asian Development Bank (ADB), & United Nations Development Programme (UNDP). (2025). Building Supply Chain Resilience: Insights into Greening Value Chains for ASEAN: A Collective Intelligence Playbook.
- Jones, A., Laing, T., Majic, I., Farache, F., & Riano, J. (2025). Creating a Sustainability Toolkit for Restaurants. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 70.
- Kaur, S. P., Sagar, N. A., & Rani, N. (2025). Alternative Proteins: Innovations in Sources, Processing, and Consumption. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 9, 1641712.
- Khan, W. A., & Sagar, P. (2026). Sustainable Smart Kitchen: IoT-Enabled Energy-Efficient Automation and Monitoring with ESP8266 and Blynk. *Journal of Sustainable Development Innovations*, 3(1), 13–24.
- Kılınc, I., Kılınc, B., Gevrekçi, Y., & Takma, Ç. (2025). Enhancement of Hygiene and Safety in the Food Industry Through Digitalization with Blockchain Technology. *Journal of Food Safety and Food Quality-Archiv für Lebensmittelhygiene*, 76(4), 42885.
- Kuhl, E. (2025). AI for Food: Accelerating and Democratizing Discovery and Innovation. *npj Science of Food*, 9(1), 82.
- Legrand, W. (2025). Technology: A catalyst and A Challenger for Sustainability. *The Hotel Yearbook 2025: Sustainability Tech Edition*.
- Li, T., Chen, W., Wang, X., Sun, H., & Guo, W. (2025). Digitalization And Innovation of Food Supply Chain in APEC region: Survey Report. APEC Secretariat.
- Martin-Rios, C., Hofmann, A., & Mackenzie, N. (2021). Sustainability-Oriented Innovations in Food Waste Management Technology. *Sustainability*, 13(1), 210.
- Masjhoer, J. M. (2025). From Plate to Planet: A Circular Economy Restaurant Model for Sustainable Tourism Through Resource Efficiency. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 7(1), 85-102.
- Maynard, D. D. C., Zandonadi, R. P., Nakano, E. Y., & Botelho, R. B. A. (2020). Sustainability Indicators in Restaurants: The Development of a Checklist. *Sustainability*, 12(10), 4076.

- Mizrahi, M., Golan, A., Mizrahi, A. B., Gruber, R., Lachnise, A. Z., & Zoran, A. (2016, October). Digital Gastronomy: Methods & Recipes for Hybrid Cooking. In *Proceedings of the 29th Annual Symposium on User Interface Software and Technology* (pp. 541-552).
- Morales-Pablo, R., Aguilar-Gutiérrez, G., Galaviz-Villa, I., García-Pérez, E., Soto-Estrada, A., Fonseca, J. M., & Ramírez-Martínez, A. (2025). Analysis of the Regulations Concerning Circular Economy and Its Relationship to the Reduction of Food Loss and Waste on an International Level: A Review. *Waste Management & Research*, 43(6), 897-910.
- 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.
- Olufemi-Phillips, A. Q., Ofodile, O. C., Toromade, A. S., Abbey Ngochindo Igwe, N., & Eyo-Udo, L. (2024). Utilizing Predictive Analytics to Manage Food Supply and Demand in Adaptive Supply Chains. *International Journal of Business and Management*, 21(1), 90-112.
- Orjuela-Garzon, W. A., Sandoval-Aldana, A., & Mendez-Arteaga, J. J. (2024). Systematic Literature Review of Barriers and Enablers to Implementing Food Informatics Technologies: Unlocking Agri-Food Chain Innovation. *Foods*, 13(21), 3349.
- Ozturkcan, S., & Kitapci, O. (2025). A Sustainable Solution for the Hospitality Industry: The QR Code Menus. *Journal of Information Technology Teaching Cases*, 15(1), 2-7.
- Özmen, Ş., & Deniz, G. (2025). The Perspective of Turkish Chefs on Artificial Foods in the Context of Sustainable Gastronomy. *International Journal of Gastronomy Research*, 4(2), 75-85.
- Öztürk, B. (2024). A Systematic Literature Review on Sustainable Restaurants: The Case of Turkey. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 14(1), 317-348.
- Padyala, M., & Kiran, M. K. S. (2025). Gastronomy Tourism and Sustainable Development: A Desk-Based Study of Global Best Practices and Their Applicability in India. *IJSAT-International Journal on Science and Technology*, 16(2).
- Parfitt, J., Barthel, M., & Macnaughton, S. (2010). Food Waste Within Food Supply Chains: Quantification and Potential for Change to 2050. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 365(1554), 3065-3081.
- Parvez, M. O., Öztüren, A., Cobanoglu, C., Arasli, H., & Eluwole, K. K. (2022). Employees' Perception of Robots and Robot-Induced Unemployment in Hospitality Industry Under COVID-19 Pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103336.

- Pascual, M., & Benito, J. A. D. (2025). Green Revolution: A Systematic Review of Sustainable Practices in Restaurants. *Applied Food Research*, 101331.
- Pimentel, D., & Pimentel, M. (2003). Sustainability of Meat-Based and Plant-Based Diets and the Environment. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 78(3), 660S-663S.
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing Food's Environmental Impacts Through Producers and Consumers. *Science*, 360(6392), 987–992.
- Pramanick, A., Sharma, S., & Slath, A. (2025). Enhancing Operational Efficiency in Restaurants Through Menu Analytics. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(195).
- Reiss, J., Robertson, S., & Suzuki, M. (2021). Cell Sources for Cultivated Meat: Applications and Considerations Throughout the Production Workflow. *International Journal of Molecular Sciences*, 22(14), 7513.
- Reyes, A. P. G., & De Leon, D. A. C. (2022). Assessment of Restaurants' Sustainability Strategies Amidst COVID-19 pandemic. *ECOSIA International Conference XXII* (ss. 465–475). *ECOSIA Economy ASIA*.
- Režek Jambrak, A., Nutrizio, M., Djekić, I., Pleslić, S., & Chemat, F. (2021). Internet of Nonthermal Food Processing Technologies (Iontp): Food Industry 4.0 and Sustainability. *Applied Sciences*, 11(2), 686.
- Roy, D., Spiliotopoulou, E., & de Vries, J. (2022). Restaurant Analytics: Emerging Practice and Research Opportunities. *Production and Operations Management*, 31(10), 3687-3709.
- Ruan, Y., Unachukwu, P., Benjakul, S., Zhang, Y., & Fu, Y. (2026). The Emerging Role of Blockchain Technology in Ensuring Food Safety: A Review. *Trends in Food Science & Technology*, 105489.
- Saleh, A. S., & Elsaied, M. A. (2018). Green Practices in Quick Service Restaurants: Dimensions and Obstacles. *Journal of Finance and Business Economics (JFBE)*, (7), 659–672.
- Santos, A. C. A., Camarena, D. E. M., Roncoli Reigado, G., Chambergo, F. S., Nunes, V. A., Trindade, M. A., & Stuchi Maria-Engler, S. (2023). Tissue Engineering Challenges for Cultivated Meat to Meet the Real Demand of a Global Market. *International Journal of Molecular Sciences*, 24(7), 6033.
- Seo, Y., & Shigi, R. (2024). Understanding Consumer Acceptance of 3D-printed Food in Japan. *Journal of Cleaner Production*, 454, 142225.
- Shawky, E., Zhu, W., & Tian, J. (2025). A Review of Innovative Extraction Technologies for Protein Recovery From Plant-Based By-Products: A Step Toward Zero-Waste Processing. *International Journal of Biological Macromolecules*, 315(Pt 1), 144301-144301.
- Sibinčić, N., Krstić Ristivojević, M., Gligorijević, N., Veličković, L., Čulafić, K., Jovanović, Z., ... & Minić, S. (2024). Screening Algal and Cyanobacterial Extracts

- to Identify Potential Substitutes for Fetal Bovine Serum in Cellular Meat Cultivation. *Foods*, 13(23), 3741.
- Siddique, A., Gupta, A., Sawyer, J. T., Huang, T.-S., & Morey, A. (2025). Big Data Analytics in Food Industry: A State-of-the-Art Literature Review. *npj Science of Food*, 9(36).
- Siemens. (2019). Blockchain in the Food and Beverage Industry: Traceable from Farm to Table. Siemens AG.
- Soyadlı, T. (2025). Akıllı Mutfak Teknolojilerinin Sıfır Atık Yaklaşımlarına Etkisi: Bir Literatür Taraması. *Journal of Sustainable Gastronomy and Tourism Research (JOSGAT)*, 2(1), 42–53.
- Stoica, D., Micu, A. E., & Stoica, M. (2023). How to Manage HoReCa Food Waste by Using Digital Technologies?. *Ovidius University Annals, Series Economic Sciences*, 23(1).
- Swink, M., Hu, K., & Zhao, X. (2022). Analytics Applications, Limitations, and Opportunities in Restaurant Supply Chains. *Production and Operations Management*, 31(10), 3710-3726.
- Şahin, E., Yiğitoğlu, V., Gök Demir, Z., Karakaya, Ç., Erendağ Sümer, F., & Güneri, B. (2024). Circular Economy for Sustainability: A Bibliometric Analysis for the Tourism/Hospitality Field. *Sustainability*, 16(15), 6290.
- Şeker, F., & Çelik, S. (2025). Culinary Innovations: The Role of AI and Robotics in Modern Gastronomy. İçinde İ. Erdoğan Tarakçı (Ed.), *AI and Robotics in Business, Management, and Tourism: Applications, Research, and Future Directions* (ss. 151–163). Efe Academy Publishing.
- Technology Development Foundation of Turkey (TTGV). (2024, April). Alternative Protein Technologies: Deep Dive Study - Summary (Public Information Note)
- Tuomisto, H. L., & Teixeira de Mattos, M. J. (2011). Environmental Impacts of Cultured Meat Production. *Environmental science & technology*, 45(14), 6117-6123.
- U.S. Environmental Protection Agency. (2015). ENERGY STAR® Guide for Cafés, Restaurants, and Institutional Kitchens. https://www.energystar.gov/sites/default/files/asset/document/CR%20ES%20Restaurant%20Guide%202015%20v8_0.pdf
- U.S. Environmental Protection Agency. (2024). International Efforts on Wasted Food Recovery. <https://www.epa.gov/international-cooperation/international-efforts-wasted-food-recovery>
- United Nations Environment Programme. (2021). Food Waste Index Report 2021. <https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>
- Vahdanjoo, M., Sørensen, C. G., & Nørremark, M. (2025). Digital Transformation of the Agri-Food System. *Current Opinion in Food Science*, 101287.

- Valoppi, F., Agustin, M., Abik, F., Morais de Carvalho, D., Sithole, J., Bhattarai, M., ... & Mikkonen, K. S. (2021). Insight on Current Advances in Food Science and Technology for Feeding the World Population. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5, 626227.
- Valtonen, A., Aisala, H., Nisov, A., Nikinmaa, M., Honkapää, K., & Sozer, N. (2023). Synergistic Use of Fermentation and Extrusion Processing to Design Plant Protein-Based Sausages. *LWT*, 184, 115067.
- Varzakas, T., & Antoniadou, M. (2024). A Holistic Approach for Ethics and Sustainability in The Food Chain: The Gateway to Oral and Systemic Health. *Foods*, 13(8), 1224.
- Wernaart, B., Floto-Stammen, S., van Vliet, M., Kok, A., & Naranjo Guevara, N. (2025). Food Ethics and Technology: Towards Food Innovation with Crowdsourced Ethics. in B. Wernaart & G. Schouten (Eds.), *Moral Design and Green Technology* (pp. 121–135). Wageningen Academic Publishers.
- Westerlund, M., Nene, S., Leminen, S., & Rajahonka, M. (2021). An Exploration of Blockchain-Based Traceability In Food Supply Chains: On the Benefits of Distributed Digital Records From Farm to Fork. *Technology Innovation Management Review*, 11(6), 6-19.
- World Commission on Environment and Development. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development. United Nations. <https://digital-library.un.org/record/139811>
- Yıldırım, H., & Yıldırım, Y. (2023). Digital Gastronomy and the Tables of Future. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 1-14.
- Yiğitoğlu, V., Şahin, E., Güneri, B., & Demir, M. Ö. (2025). The Impact of Sustainable QR Menus on Service Quality and Customer Satisfaction: The Moderating Role of Perceived Risk. *Sustainability (2071-1050)*, 17(5).
- Zhou, X., Prado, I., & Tagkopoulos, I. (2025). The Future of Food: How Artificial Intelligence Is Transforming Food Manufacturing. *arXiv preprint arXiv:2511.15728*.
- Zoran, A. R. (2025). Digital Gastronomy 2.0: A 15-year Transformative Journey in Culinary-Tech Evolution and Interaction. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 101135.

KAHVE EKOSİSTEMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ PERSPEKTİFİNDEN İNCELENMESİ

Filiz ARSLAN*

1. GİRİŞ

Kahve, dünyada en fazla tüketilen içeceklerden biri olarak kabul edilmektedir (Arslan, 2025; Thurston vd., 2013; Pendergrast, 2010; Schapira vd., 1995; Engelmann & Dulloo, 2007; Jolliffe, 2010). Dolayısıyla küresel ölçekte geniş bir üretim ve tüketim ağına sahip olan kahve, üretimden tüketime kadar uzanan süreçte ekonomik, kültürel ve sosyal etkiler yaratmaktadır (International Coffee Organization-ICO, 2022). Bu nedenle kahve, sürdürülebilirlik tartışmalarının önemli bir parçasını oluşturmaktadır.

Kökene büyük ölçüde Etiyopya'ya dayandırılan kahvenin, yaklaşık M.S. 6. yüzyılda keşfedildiği ve ilk olarak yerel topluluklar tarafından tüketildiği düşünülmektedir. Kahve bitkisinin buradan Yemen'e geçişi, özellikle Mocha Limanı aracılığıyla gerçekleşmiş ve bu liman, kahvenin erken dönem ticaretinde kritik bir merkez haline gelmiştir (Heise, 2001; Pendergrast, 2010). 15. yüzyılın sonlarına doğru Yemen'de yaygınlaşan kahve tüketimi, kısa sürede Mekke, Kahire ve diğer İslam şehirlerine ulaşarak dini, sosyal ve entelektüel yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir (Hattox, 1998; Girginol, 2018). 16. yüzyılda Yemen'in Osmanlı İmparatorluğu hakimiyetine girmesiyle birlikte kahve, imparatorluk coğrafyasına taşınmış ve Yemen Valisi Özdemir Paşa aracılığıyla 1517 yılında İstanbul'a getirilmiştir (Günlü vd., 2019). Bu süreçte kahve, ticaret yolları ve hac kervanları aracılığıyla Suriye üzerin-

* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları MYO, filizarслан@akdeniz.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3868-6637

den İstanbul'a ulaşmış; saray çevresinden başlayarak hızla yaygınlaşmış ve kahvehaneler aracılığıyla kamusal alanın önemli bir unsuru haline gelmiştir (Hattox, 1998). Avrupa'nın kahve ile tanışması, 16. yüzyılın sonlarında Prospero Alpini'nin çalışmalarıyla başlamış olsa da kahvenin yaygınlaşmasında dönüm noktası 1683 yılındaki II. Viyana Kuşatması olmuştur (Arslan, 2025; Girginol, 2018; Lee Allen, 2018). Bu olay sonrasında kahve, özellikle Viyana üzerinden Avrupa'ya yayılmış ve kısa sürede kültürel ve sosyal yaşamın önemli bir bileşeni haline gelmiştir. 17. ve 18. yüzyıllarda Avrupa'da artan talep doğrultusunda kahve üretimi tropikal bölgelere taşınmış; 19. yüzyılın başlarından itibaren özellikle Brezilya başta olmak üzere Latin Amerika ülkelerinde büyük ölçekli üretim yaygınlaşmıştır (Wild, 2005). Sonuç olarak kahve, tarihsel süreç içerisinde sadece bir tarımsal ürün olmanın ötesine geçerek kültürel kimlik, sosyal etkileşim ve ekonomik değer açısından küresel ölçekte önemli bir unsur haline gelmiştir (Arslan, 2025; Jolliffe, 2010; Pendergrast, 2010).

Kahve, dünyadaki en önemli tarım ürünlerinden biridir. *Coffea arabica* ve *Coffea robusta*, dünya genelinde yetiştirilen cinsin iki ana çeşidi bulunmaktadır (Rangarajan, 2019). Kahve üretimi; tarım, işleme, lojistik ve tüketim aşamalarında yüksek kaynak kullanımı (su, enerji, toprak) gerektiren bir süreçtir. Bu nedenle sürdürülebilir gastronomi perspektifinde kahve değer zinciri olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda hem üretim süreçleri hem de tüketim alışkanlıkları nedeniyle sürdürülebilir gastronominin önemli bir bileşenidir. Sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirildiğinde, kahve üretimi ve tüketimi çevresel etkiler, sosyal eşitsizlikler ve ekonomik sorunlar ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle kahve, sürdürülebilir gastronomi çalışmalarında önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır (Hassard vd., 2014; Wright vd., 2024).

Bu kapsamda kitabın bu bölümünde ilk olarak, kahve üretiminin çevresel etkileri, ekonomik yapısı ve sosyal boyutları aktarılmaktadır. Ardından sürdürülebilir kahve, atık ve bu atıkların yeniden değerlendirilmesi, döngüsel gastronomi yaklaşımı çerçevesinde ele alınmaktadır. Son olarak, teknolojik yenilikler ve dijitalleşme bağlamında değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda sürdürülebilir kahve sistemlerinin geliştirilmesi için bütüncül bir bakış açısı sunmak ve daha geniş gıda sistemleri için yol gösterici nitelik taşınması amaçlanmaktadır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ VE KAHVE

Sürdürülebilirlik, genel olarak çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları içeren bütüncül bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır (Birleşmiş Milletler, 2015). Sürdürülebilir gastronomi, gıda sistemlerinin çevreye zarar vermeden, ekonomik olarak sürdürülebilir ve toplumsal açıdan adil bir şekilde işlemini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, yerel üretimin desteklenmesi, doğal kaynakların korunması, kültürel değerlerin korunması, tüketim davranışlarını ve gıda atıklarının azaltılması gibi temel ilkeleri içermektedir. (Hall & Stefan, 2013). Çünkü artan dünya nüfusuyla birlikte kaynak tüketimi ve kaynakların bilinçsiz kullanımı artmış, dolayısıyla bu durum kaynakların korunması gerekliliği anlayışını ortaya çıkmıştır (Oğan, 2023). Sürdürülebilir gastronomi anlayışı, Birleşmiş Milletlerin (BM) “*Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları*” ile doğrudan ilişkilidir. BM’in sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda, gıda sistemlerinde sürdürülebilirliğin sağlanması küresel bir öncelik haline gelmiştir (Birleşmiş Milletler, 2015).

Gıda sistemlerinde sürdürülebilirlik, özellikle küresel ölçekte yoğun tüketilen ürünlerde daha kritik hale gelmektedir. Kahve, bu hedeflerin uygulanabileceği önemli alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Kahve, dünya genelinde petrol sonrası en çok ticareti yapılan tarımsal ürünlerden biri olarak dikkat çekmekte ve yaklaşık olarak on iki milyondan daha fazla üreticinin geçim kaynağını oluşturmaktadır. Küresel ölçekte geniş bir üretim ve tüketim ağına sahip olan kahve, ekonomik değerinin yanı sıra çevresel ve sosyal etkileriyle de dikkat çekmektedir (ICO, 2024). Kahve tüketiminin yaygınlığı, bu ürünün sürdürülebilir gastronomi açısından önemini artırmaktadır. Yüksek tüketim düzeyine sahip olan kahve, kaynak kullanımı ve atık oluşumu açısından dikkatle ele alınması gereken bir üründür. Bu durum, sürdürülebilirlik ilkelerinin kahve sektörüne entegre edilmesini gerekli kılmaktadır.

Kahve, sürdürülebilir gastronomi kapsamında ele alındığında, üreticiden fincana dek uzanan sürecin parçası olarak değerlendirilmektedir. Kahve üretiminde kullanılan doğal yönlü kaynaklar, üretim sürecinde yer almakta olan iş gücü, tedarik zinciri yapısı ve tüketim alışkanlıkları, sürdürülebilirlik açısından önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Kahve üretiminde çevreye duyarlı yöntemlerin kullanılmasını, ekonomik dengenin sağlanması, üreticilerin adil koşullarda çalışmasını, tüketicilerin bilinçli tercihler yapmasını ve toplumsal farkındalığın artırılması açısından bütüncül bir yaklaşımı gerektirmektedir. Bu bağlamda, kahve sadece bir içecek değil; bununla birlikte üretim ve tüketim süreçleriyle sürdürülebilirlik ilkeleriyle doğrudan ilişkili

bir ürün olduğu görölmektedir. Ayrıca, kahve tüketimiyle ilişkili davranışlar da sürdürülebilir gastronomi açısından önem taşımaktadır. Tüketicilerin sürdürülebilir üretim süreçlerine sahip ürünleri tercih etmesi, sektörde daha sorumlu üretim modellerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Samoggia & Riedel, 2018). Bu nedenle sürdürülebilir gastronomi, yalnızca üreticilerin değil, aynı zamanda tüketicilerin de aktif rol aldığı bir süreçtir.

2.1. Kahve ve Çevresel Sürdürülebilirlik

Kahve üretimi, çevresel etkiler açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle su kullanımı, kahvenin çevresel ayak izinin temel bileşenlerinden biridir. Bir kilogram kahve üretimi için yüksek miktarda su kullanıldığı belirtilmektedir (Chapagain & Hoekstra, 2007). Su tüketimi özellikle “yıkamış kahve” üretiminde oldukça yüksektir. Ayrıca, kahve işleme ve kavurma süreçleri önemli miktarda enerji tüketimi gerektirir. Bu durum, kahvenin karbon ayak izini artıran önemli faktörlerden biridir (Humbert vd., 2009). Bu nedenle, su tasarrufu sağlayan teknolojiler ve yenilenebilir enerji kullanımı, sürdürülebilir kahve üretimi açısından kritik öneme sahiptir.

Kahve üretimi, tropikal bölgelerde yoğunlaşmakta ve çoğunlukla monokültür tarım sistemleri ile gerçekleştirilmektedir. Bu durum, biyoçeşitlilik kaybı ve toprak bozulması gibi çevresel sorunlara yol açmaktadır. Bunun yanı sıra kahve üretimi, arazi kullanımı ve ormansızlaşma ile ilişkilidir (Jha vd., 2014). İklim değışikliği de kahve üretimini doğrudan etkilemektedir. Artan sıcaklıklar ve değışen yağış rejimleri, kahve üretim alanlarının daralmasına yol açmaktadır (Bunn vd., 2015). Bu nedenle gölge altında yetiştirilen kahve sistemleri (shade-grown coffee) daha sürdürülebilir bir alternatiftir. Pestisit ve kimyasal gübre kullanımı çevresel risk oluşturmaktadır. Kahve üretim ve taşımacılıktaki karbon ayak izi çevresel risk oluşturmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir kahve sistemleri, yalnızca çevresel değil aynı zamanda sosyal ve ekonomik boyutları da kapsamayı gerekliliği belirtilmektedir.

2.2. Kahve ve Ekonomik-Sosyal Sürdürülebilirlik

Kahve sektörü, milyonlarca küçük ölçekli üretici için önemli bir gelir kaynağıdır. Ancak küresel kahve ticaretinde gelir dağılımı eşitsizdir ve üreticiler genellikle düşük kazanç elde etmektedir (ICO, 2024). Kahve fiyatlarının dalgalanması ve piyasa belirsizlikleri, üreticilerin ekonomik sürdürülebilirliğini zorlaştırmaktadır. Bu durum, özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaşa-

yan üreticiler için ciddi bir sorun oluşturmaktadır (Talbot, 2004). Adil ticaret (Fair Trade) uygulamaları, üreticilerin daha iyi gelir elde etmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Bu sistemler, sürdürülebilir ekonomik yapıların oluşturulmasına katkı sağlamaktadır (Dragusanu vd., 2014). Ekonomik sürdürülebilirlik, yalnızca üreticiler için değil, tüm tedarik zinciri açısından önem taşımaktadır.

Kahve üretimi, milyonlarca insanın yaşamını doğrudan etkilemektedir. Üreticilerin alışma koşulları, gelir düzeyi ve yaşam kalitesi, sürdürülebilirlik açısından önemli konular arasında yer almaktadır. Kahve sektörü, milyonlarca küçük üreticiye gelir sağlamasına rağmen, bu üreticiler genellikle düşük kazanç elde etmektedir (Talbot, 2004).

Kahve sektöründe küçük üreticilerin karşılaştığı zorluklar, sosyal sürdürülebilirliğin sağlanmasını güçleştirmektedir. Adil ticaret (Fair Trade) ve sertifikasyon sistemleri, üreticilere daha iyi fiyatlar sunarak ekonomik sürdürülebilirliği desteklemeyi amaçlamaktadır. Ancak bazı çalışmalar, bu sistemlerin her zaman beklenen faydayı sağlamadığını ve sınırlı etkiler yarattığını ortaya koymaktadır (Raynolds, 2009). Tüketici davranışları da bu süreçte önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde tüketiciler, daha etik ve sürdürülebilir ürünlere yönelmektedir (Samoggia & Riedel, 2018). Bu durum, kahve sektöründe sosyal sorumluluk anlayışının gelişmesine katkı sağlamaktadır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR KAHVE, ATIK VE DÖNGÜSEL GASTRONOMİ

Küreselleşme, iklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi ve sosyal eşişsizlikler gibi sorunlar, gıda üretim ve tüketim süreçlerinin sürdürülebilirlik perspektifinde yeniden değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır (Sachs vd., 2019). Kahve, bu bağlamda hem üretim sürecindeki çevresel etkileri hem de tüketim sonrası oluşan atıklar nedeniyle sürdürülebilir gastronomi tartışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Kahve tedarik zinciri, çok sayıda aktörü içeren karmaşık bir sistemdir ve bu sistemde sürdürülebilirlik uygulamalarının bütüncül şekilde ele alınması gerekmektedir (Proença vd., 2022). Kahve üretimi sırasında önemli miktarda atık oluşmaktadır. 1000 kg taze kahve çekirdeği yaklaşık 400 kg ıslak atık posa verdiği belirtilmektedir. Kahve posası kafein, tanenler, polifenoller ve organik katı kalıntılar içermektedir. Zehirli bir yapıya sahip olduğu için faydalı bir şekilde kullanılmamaktadır. Bu atık, yakındaki su kaynaklarına doğrudan deşarj edilerek baş dönmesi, cilt tahrişi, mide ağrısı, bulantı ve solunum problemi gibi

ciddi rahatsızlıklara neden olmaktadır. Bu atığın ciddi boyutlarda olması, yakındaki bölge sakinleri arasında ciddi bir çevre sorununa yol açmaktadır. Kahve atığı, polisakkarit ve monosakkarit üretimi için yeni bir hammadde olarak kullanılabilir niteliktedir. Kahve atığının arıtılması ve yönetimi için yöntemler geliştirilmesi oldukça önemlidir. Kahve atıkları çoğu zaman değerlendirilmeden atılmaktadır (Rangarajan, 2019). Ancak bu atıklar, yeniden kullanılabilir kaynaklar olarak değerlendirilebilir. Kahve telvesi; kompost, biyoyakıt ve gıda üretiminde kullanılabilir (Mussatto vd., 2011). Son yıllarda kahve atıklarının, yem, içecek, sirke, biyogaz, kafein, pektin, pektin enzimleri, protein ve kompost üretimi için hammadde olarak kullanılması yönünde çalışmalar yapılmaktadır (Rangarajan, 2019).

Kahve üretiminde olduğu gibi tüketimi sırasında önemli miktarda atık oluşmaktadır. Özellikle kahve telvesi ve tek kullanımlık ürünler, çevresel sorunlara yol açmaktadır (Hassard vd., 2014). Kahve telvesi, organik atık olarak değerlendirilmesine rağmen, aslında yeniden kullanılabilir bir kaynaktır. Bu atıkların geri kazanımı, sürdürülebilir gastronomi açısından önemli bir fırsat sunmaktadır. Kahve tüketimi, özellikle tek kullanımlık ürünler (kapsüller, bardaklar) nedeniyle önemli miktarda atık üretmektedir. Her yıl milyarlarca kahve kapsülünün çöpe gittiği tahmin edilmektedir. Enerji yoğun kahve makineleri sürdürülebilirlik açısından sorgulanmaktadır. (Hassard vd., 2014; Mussatto vd., 2011; Rangarajan, 2019). Sürdürülebilir kahve yaklaşımları sertifikasyon sistemleri (Fair Trade, Rainforest Alliance, Organic Coffee) çevresel koruma, işçi hakları ve ekonomik sürdürülebilirliği desteklemektedir. Tüketici davranışları, sürdürülebilir kahve sistemlerinin şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Sürdürülebilir kahve tüketimi: yerel ve etik üretimi destekleme, atık azaltımı, çevre dostu ürün tercihleri gibi unsurları içermektedir. Artan bilinç düzeyi, sürdürülebilir sertifikalı ürünlere olan talebi artırmakta ve bu durum sektör üzerinde dönüştürücü bir etki yaratmaktadır. Araştırmalar, tüketicilerin sürdürülebilir sertifikalı kahve ürünlerine daha fazla ödeme yapmaya istekli olduğunu göstermektedir (Samoggia & Riedel, 2019). Bu durum, sürdürülebilir üretim uygulamalarının yaygınlaşmasını teşvik eden önemli bir faktörü olarak görülmektedir.

Döngüsel gastronomi yaklaşımı, bu tür atıkların yeniden değerlendirilmesini teşvik etmektedir. Bu yaklaşım hem çevresel etkilerin azaltılmasına hem de ekonomik değer yaratılmasına katkı sağlamaktadır (Ellen MacArthur Foundation, 2019). Kahve telvesinin: kompost yapımında, biyoyakıt üretiminde, gıda ürünlerinde kullanılması, bu yaklaşımın önemli örnekleridir.

Gastronomi alanında kahve atıklarının değerlendirilmesi hem çevresel etkileri azaltmakta hem de yenilikçi ürün geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Gastronomi Sektöründe Uygulamalar ise; Sıfır atık kafeler, Sürdürülebilir kahve sunum teknikleri, Bitki bazlı süt alternatiflerinin kullanımı (badem, yulaf vb.) gibi uygulamalardır. Bu bağlamda kahve, döngüsel ekonomi uygulamalarının önemli bir örneğini oluşturmaktadır.

4. TEKNOLOJİK YENİLİKLER VE DİJİTALLEŞME

Kahve sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması dijital teknolojiler önemli rol oynamaktadır. Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminde dijital dönüşümü destekleyen teknolojiler arasında blokzincir, izlenebilirlik, güvenilirlik, şeffaflığı sağlaması gibi nedenlerle giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Blokzincir, işlemlerin merkezi bir otoriteye ihtiyaç duyulmaksızın dağıtık bir aę üzerinde güvenli ve değiştirilemez şekilde kaydedilmesini sağlayan bir teknoloji olarak tanımlanmaktadır. Bu teknoloji sayesinde tedarik zincirindeki tüm paydaşlar ürünlerin kaynağı, üretim süreçleri, lojistik faaliyetleri ve sürdürülebilirlik sertifikalarına ilişkin bilgilere güvenilir biçimde erişebilmektedir. Özellikle sürdürülebilir tedarik zincirlerinde çevresel, sosyal ve ekonomik performansın izlenmesi, sahteciliğin önlenmesi, etik üretim uygulamalarının doğrulanması ve paydaşlar arasında güvenin artırılması açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Kshetri (2018), blokzincirin sürdürülebilir tedarik zincirlerinde şeffaflık ve izlenebilirliği artırarak temel tedarik zinciri yönetimi hedeflerinin gerçekeştirilmesine katkı sağladığını belirtmektedir. Benzer şekilde Paliwal ve arkadaşları (2020) tarafından gerçekeştirilen sistematik literatür incelemesinde blokzincir teknolojisinin sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminde izlenebilirlik, hesap verebilirlik, veri güvenliği ve operasyonel verimlilik gibi alanlarda önemli faydalar sağladığını ortaya koymaktadır.

Kahve sektörü, blokzincir teknolojisinin sürdürülebilirlik uygulamalarında giderek yaygınlaştığı sektörlerden biridir. Kahve çekirdeklerinin üretildiği çiftliklerden başlayarak işleme, depolama, taşıma, kavurma ve perakende satış aşamalarına kadar tüm süreçlerin dijital olarak kayıt altına alınabilmesi, ürünlerin menşeinin doğrulanmasını ve sürdürülebilirlik iddialarının güvenilir biçimde izlenmesini mümkün kılmaktadır. Bu sayede organik üretim, adil ticaret uygulamaları ve çevresel sürdürülebilirlik standartlarının doğrulanması kolaylaşmakta, tüketicilere ürünün kaynağı ve üretim süreci hakkında daha şeffaf bilgi sunulabilmektedir. Ayrıca blokzincir teknolojisi,

kahve tedarik zincirindeki bilgi uyumsuzluğunu azaltarak üreticiler, aracılar, kavurucular ve tüketiciler arasındaki güveni güçlendirmekte ve sürdürülebilir satın alma politikalarının etkinliğini artırmaktadır. Bu yönleriyle blok-zincir, sürdürülebilir kahve tedarik zincirlerinin yönetiminde stratejik bir araç olarak değerlendirilmektedir (Kshetri, 2018; Paliwal vd., 2020). Ayrıca yapay zekâ ve büyük veri analitiği, kahve tedarik zinciri boyunca üretim planlamasının iyileştirilmesine, kalite kontrol süreçlerinin geliştirilmesine, verimliliğin artırılmasına ve su, enerji ile diğer kaynakların daha etkin kullanılmasına katkı sağlamaktadır. Bu teknolojiler sayesinde kahve üreticileri hastalık takibi, ürün verim tahmini, sulama yönetimi ve kalite sınıflandırması gibi süreçlerde daha doğru kararlar alabilmekte ve sürdürülebilir üretim uygulamalarını destekleyebilmektedir (Kittichotsatsawat vd., 2021). Bu teknolojiler, sürdürülebilir kahve sistemlerinin geliştirilmesinde önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir.

5. SONUÇ

Kahve; çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarıyla sürdürülebilirlik açısından önemli bir ürün olarak öne çıkmaktadır. Biyoçeşitliliğinin korunması ve çevre dostu uygulamalarının teşvik edilmesi sayesinde ekosistemin sürdürülebilirliğini sağlanabilmektedir (Çekiç & Oğan, 2025). Dolayısıyla çevresel açıdan doğal kaynak kullanımı ve iklim değişikliği etkileri; ekonomik açıdan gelir dağılımı ve piyasa yapısı; sosyal açıdan ise üretici refahı ve tüketici davranışları, kahve sektöründe sürdürülebilirliğin temel unsurlarını oluşturmaktadır. Sürdürülebilir kahve sistemlerinin geliştirilmesi için bu üç boyutun birlikte ele alınması gerekmektedir. Bu kapsamda üretimden tüketime kadar olan süreçte ortaya çıkan etkilerin minimize edilmesi, sürdürülebilir gıda sistemlerinin oluşturulması açısından kritik öneme sahiptir. Ayrıca döngüsel gastronomi uygulamalarının yaygınlaştırılması, kahve atıklarının değerlendirilmesi açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Literatürde, sertifikasyon sistemlerinin sınırlılıkları ve küresel piyasa dinamiklerinin yarattığı eşitsizlikler önemli tartışma konuları arasında yer almaktadır. Buna karşın, döngüsel ekonomi uygulamaları ve teknolojik yenilikler, sürdürülebilirlik açısından umut verici çözümler sunmaktadır. Gelecekte, sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımların giderek artmasıyla kahve sektöründe daha dengeli ve çevre dostu bir yapı oluşturulması mümkün olacağı düşünülmektedir.

Bu bölümde amaç, kahve sektöründe sürdürülebilirliği çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları bütüncül bir yaklaşımla ele alarak sürdürülebilir

gıda sistemleri literatürüne katkı sağlamaktadır. Çalışma kapsamında, sürdürülebilir kahve üretimi ve tüketiminin yalnızca çevresel etkiler üzerinden değil, aynı zamanda üretici refahı, gelir dağılımı ve tüketici davranışları gibi sosyoekonomik dinamiklerle birlikte değerlendirilmesi gerektiği ortaya konulmuştur. Bu yönüyle çalışma, sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu daha çevre dostu ve kapsayıcı kahve ekosistemlerinin oluşturulmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Bu çalışmada OpenAI tarafından geliştirilen ChatGPT (2026), dil düzenleme ve literatür araştırmalarında destekleyici araç olarak kullanılmıştır. Yapay zeka tarafından sağlanan çıktılar yazar tarafından doğrulanmış olup çalışmanın tüm bilimsel ve etik sorumluluğu yazara aittir.

KAYNAKÇA

- Arslan, F. (2025). Alkolsüz İçecekler ve Temel Barista Eğitimi. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Birleşmiş Milletler Türkiye. (2026). Sürdürülebilir kalkınma amaçları. <https://turkiye.un.org/tr/sdgs> Erişim tarihi: 2 Haziran 2026.
- Bunn, C., Läderach, P., Rivera, O.O., & Kirschke, D. (2015). A bitter cup: Climate change profile of global coffee production. *Climatic Change*, 129, 89–101.
- Chapagain, A.K., & Hoekstra, A.Y. (2007). The water footprint of coffee. *Ecological Economics*, 64(1), 109–118.
- Çekiç, İ., & Oğan, Y. (2025). A heritage from ancient times to today: olive oil (SUZEYTI). *Euro-Mediterr J Environ Integr* 10, 5129–5140. <https://doi.org/10.1007/s41207-025-00932-w>
- Dragusanu, R., Giovannucci, D., & Nunn, N. (2014). The economics of fair trade. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 217-236.
- Ellen MacArthur Foundation. (2019). Completing the picture: How the circular economy tackles climate change. Ellen MacArthur Foundation. <https://www.ellen-macarthurfoundation.org/completing-the-picture> Erişim tarihi: 2 Haziran 2026.
- Engelmann, M.E., Dulloo, C., Astorga, S., & Dussertand F. A. (2007). Conserving Coffee Genetic Resources Bioersity International, Italya.
- Girginol, C. (2018). Kahve, Topraktan Fincana. İstanbul: A7 Kitap.
- Günlü, E., Bahçeci, V., Sandıkçioğlu, T., Öney, H., & Güldemir, O. (2019). İçecek Bilgisi, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, Yayın No: 3352, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2207, Eskişehir.
- Hall, C.M., & Stefan, G. (2013). Sustainable culinary systems: Local Foods, Innovation, Tourism and Hospitality, Routledge.

- Hassard, H.A., Couch, M.H., Techa-erawan, T., & McLellan, B.C. (2014). Product carbon footprint and energy analysis of alternative coffee products in Japan. *Journal of Cleaner Production*, 73, 310–321. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.02.006>
- Hattox, R.S. (1998). *Coffee and coffeehouses: The origins of a social beverage in the medieval Near East*. University of Washington Press.
- Heise, U. (2001). *Kahve Kahvehane*. (Çeviren: M.Tüzel), Ankara: Dost Kitapevi.
- Humbert, S., Loerincik, Y., Rossi, V., Margni, M., & Jolliet, O. (2009). Life cycle assessment of spray dried soluble coffee and comparison with alternatives (drip filter and capsule espresso). *Journal of Cleaner Production*, 17(15), 1351–1358. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.04.011>
- International Coffee Organization-ICO (2024). *Coffee development report 2022–23: Beyond coffee—Towards a circular coffee economy*. <https://ico.org/documents/cy2024-25/coffee-development-report-2022-23.pdf>
- Jha, S., Bacon, C.M., Philpott, S.M., Méndez, V.E., Rice, R.A., & Läderach, P. (2014). Shade coffee: update on a disappearing refuge for biodiversity. *BioScience*, 64, 416–428. <http://dx.doi.org/10.1093/biosci/biu038>
- Jolliffe, L. (2010). *Coffee culture, destinations and tourism*. Channel View Publications, UK, USA.
- Kittichotsawat, Y., Jangkrajarn, V., & Tippayawong, K.Y. (2021). Enhancing coffee supply chain towards sustainable growth with big data and modern agricultural technologies. *Sustainability*, 13(8), 4593. <https://doi.org/10.3390/su13084593>
- Kshetri, N. (2018). Blockchain's roles in meeting key supply chain management objectives. *International Journal of Information Management*, 39, 80–89. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.005>
- Mussatto, S.I., Machado, E.M., Martins, S., & Teixeira, J.A. (2011). Production, composition, and application of coffee and its industrial residues. *Food and bioprocess technology*, 4(5), 661–672.
- Oğan, E. (2023). *Yeşil İşletmecilik*. Ersoy, M., & Berberoğlu, M. (Ed.). *İşletmelerde Yeşil Örgüt Kültürünün Sürdürülebilirliği*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Paliwal, V., Chandra, S., & Sharma, S. (2020). Blockchain technology for sustainable supply chain management: A systematic literature review and a classification framework. *Sustainability*, 12(18), 7638. <https://doi.org/10.3390/su12187638>
- Pendergrast, M. (2010). *Uncommon grounds: The history of coffee and how it transformed our world* (Rev. ed.). Basic Books.
- Proença, J.F., Torres, A.C., Marta, B., Silva, D.S., Fuly, G., & Pinto, H.L. (2022). Sustainability in the coffee supply chain and purchasing policies: A case study research. *Sustainability*, 14(1), 459. <https://doi.org/10.3390/su14010459>
- Rangarajan, P. (2019). Coffee waste management—An overview. *International Journal of Current Research*, 33, 9–16.

- Raynolds, L.T. (2009). Mainstreaming Fair Trade coffee: From partnership to traceability. *World Development*, 37(6), 1083–1093. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.10.001>
- Sachs, J., Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Lafortune, G., & Fuller, G. (2019). *Sustainable Development Report 2019*. New York: Bertelsmann Stiftung and Sustainable Development Solutions Network (SDSN).
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129, 70–81. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.002>
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2019). Consumers' perceptions of coffee health benefits and motives for coffee consumption and purchasing. *Nutrients*, 11(3), 653. <https://doi.org/10.3390/nu11030653>
- Schapira, J., Schapira, K., & Schapira, D. (1995). *The Book of Coffee and Tea*, New York.
- Talbot, J.M. (2004). *Grounds for agreement: The Political Economy of the Coffee Commodity Chain*, Bloomsbury Publishing.
- Thurston, R.W., Morris, J., & Steiman, S. (2013). *Coffee: A comprehensive guide to the bean, the beverage, and the industry*. Rowman & Littlefield.
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. United Nations. https://sdgs.un.org/2030agenda?utm_source=chatgpt.com
- Wild, A. (2005). *Coffee: A dark history*. W.W. Norton & Company.
- Wright, D.R., Bekessy, S.A., Lentini, P.E., Garrard, G.E., Gordon, A., Rodewald, A. D., Bennett, R.E., & Selinske, M.J. (2024). Sustainable coffee: Examining diverse initiatives and governance dimensions in global coffee supply chains. *Ambio*, 53, 984–1001.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ PERSPEKTİFİNDEN YEREL TATLARIN KÜRESELLEŞME BOYUTU

Ayşe Nur USLU*

1. GİRİŞ

Son yıllarda gastronomi, turizm faaliyetlerini geliştirme sürecinin merkezi unsurlarından biri hâline gelmiştir. Özellikle destinasyonlar, giderek daha fazla yerel mutfakları kullanarak anlamlı ve otantik ziyaretçi deneyimleri oluşturmayı hedeflemektedir (Abiog, 2026: 177). Bu kapsamda yerel lezzetler, yerel halk tarafından geleneksel yöntemlerle üretilen veya hazırlanan yiyecek ve içeceklerden oluşmaktadır (Çavuş, 2024: 39). Günümüzde turizm destinasyonları yalnızca doğal çekim unsurlarıyla değil, sundukları kültürel deneyimlerle de ön plana çıkmakta olup, bu deneyimlerin önemli bir boyutunu yerel yiyecekler oluşturmaktadır. Yiyecek tüketimini kültürel keşif ile bütünleştiren gastronomi turizmi, destinasyon imajını güçlendiren ve turistlerin yeniden ziyaret etme niyetlerini artıran önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır (Soonsan vd., 2025: 1970).

Bu gelişmelerle birlikte yerel gastronomik değerlerin korunması, tanıtılması ve sürdürülebilir biçimde yönetilmesi giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu noktada coğrafi işaretler, üretici toplulukların kültürel, ekonomik ve bölgesel değerlerini küresel ölçekte korumaya yönelik en gelişmiş mekanizmalardan biri olarak kabul edilmektedir (Dhora vd., 2026: 369). Küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan olumsuzluklar ve değişen tüketici tercihleri, yerel üretim biçimlerini sürdüren küçük ölçekli üreticilerin korunma-

* Arş. Gör. Dr., Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, aysenuruslu@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-3082-943X

sını gerekli hâle getirmiş ve bu doğrultuda coğrafi işaretler önemli bir stratejik araç olarak öne çıkmıştır (Orhan, 2010: 245). Her ne kadar küreselleşmenin yerel ve geleneksel gıdalar üzerindeki etkileri çoğu zaman olumsuz yönleriyle tartışılrsa da, bu sürecin kaçınılmaz olduğu ve aynı zamanda önemli fırsatlar da sunduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda yerel aktörler ve uluslararası paydaşlar, küreselleşmenin getirdiği teknolojik gelişmeler ve değişen pazar dinamiklerinden yararlanarak mutfak mirasının korunmasına, yerel gıda sistemlerinin güçlendirilmesine ve yerel toplulukların ekonomik olarak desteklenmesine katkı sağlayabilmektedir (Trolie vd., 2016). Bu kapsamda kitabın bu bölümünde; yerel tatların sürdürülebilir gastronomi içindeki yeri, küreselleşme sürecinde yerel mutfakların dönüşümü ve yerel tatların küresel ölçekte tanıtımında sürdürülebilir yaklaşımlar ele alınmaktadır.

2. YEREL TATLAR VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ

Yerel lezzetler, turizm açısından önemlidir. Bir ülke veya bölgenin mutfak kültürünü yansıtan yerel lezzetler, turistlerin de ilgisini çeker. Turistler, ziyaret ettikleri bölgelerde yerel mutfakları ve tadımları deneyimlemek ve o bölgenin kültürel dokusunu daha yakından tanıma fırsatı bulmak isterler (Oğın, & Durlu-Özkaya, 2021: 224). Ayrıca, yerel lezzetlerin üretildiği restoranlar ve satış noktaları turistler için cazibe noktaları arasında yer alır. Turistler yerel yiyecekleri deneyimlediğinde, bu durum yerel üreticilere ve restoranlara talep oluşturarak yerel ekonomiye olumlu katkı sağlar. Yerel lezzetler, turistlerin yerel mutfakları deneyimlemesi, yerel ekonomiyi canlandırması ve bölgenin kültürel zenginliğini tanıtması açısından turizm sektörünün vazgeçilmez bir parçasıdır (Çavuş, 2024: 36).

2.1. Yerel Tatların Tanımı ve Önemi

“Yerel” terimi, yerel olarak yetiştirilen ürünlere yaygın olarak atfedilen nitelikleri (tazelik, çevresel sürdürülebilirlik ve yerel ekonominin desteklenmesi gibi) kapsayan birçok yorumla ilişkilendirilmiştir (Altundağ, 2026: 3). Yerel ürünler, belirli bir coğrafi alanda üretilen ve o bölgenin kültürel mirasını ve tarımsal özelliklerini yansıtan ürünler olarak tanımlanır. Bu ürünlerin, iklim koşulları, mevsimsel özellikler, toprak yapısı, geleneksel üretim teknikleri ve saklama yöntemleri gibi yerel gastronomi uygulamalarıyla şekillenen çok katmanlı bir yapıya sahip olduğu söylenebilir (Erdem vd., 2026:2). Yerel gıda ürünleri, belirli bir coğrafi alan içerisinde (bölge, il veya yöre gibi) üretilen tarımsal ve hayvansal kaynaklı gıdaları kapsamaktadır. Bu ürünler, ait

oldukları bölgenin gastronomik kimliğinin ve kültürel değerlerinin korunmasında önemli bir role sahiptir. Ayrıca yerel mutfak kültürü ile birlikte değerlendirildiğinde, bölgesel kalkınmayı desteklemekte ve sürdürülebilirliğin güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır (Bilgin & Akoğlu, 2018: 326).

Günümüz tüketicileri, giderek daha fazla yerel gıdaya ilgi göstermektedir. Bu ürünler, yerel perakendecilerden ve süpermarketlerden günlük alışveriş kapsamında temin edilmekte; ayrıca çiftlik dükkânları, gıda kooperatifleri ve çiftçi pazarları aracılığıyla da tüketicilere ulaşmaktadır. Yerel malzemelerle hazırlanan yemekler restoranlarda sunulurken, müşteri deneyimine değer katmakta ve son dönemde yerel gıda pazarlarına yönelik artan talebe yanıt vermektedir. Yerel gıdaya yönelik bu ilgi; çevre, etik, sürdürülebilirlik ve yerel sağlık konularına verilen önemin yanı sıra, yerel ekonomiyi ve ağları destekleme isteği ile karbon ayak izini azaltma ve gıda zincirlerini kısaltma eğilimleriyle de açıklanmaktadır. Ayrıca tüketiciler bu ürünleri daha taze, lezzetli ve güvenilir olarak algılamakta; yerel gıdanın otantik, saf ve geleneksel olduğu düşünölmektedir. Bununla birlikte yerel gıdanın hem sade hem de özel bir niteliğe sahip olduğu da ifade edilmektedir (Björk & Kauppinen-Räisänen, 2014: 295). Bunun yanı sıra yerel yiyecek sistemleri, üretimden tüketime kadar uzanan tedarik zinciri sayesinde yerel olmayan ürönlere kıyasla tazelik ve lezzet açısından avantaj sağlamaktadır (Erdem vd., 2026: 2).

Yerel lezzetler, bir bölgeye özgü yemek ve tatları ifade eder. Yerel lezzetler, bir bölgenin tarım ürünleri, iklimi ve kültürel yapısına bağlı olarak oluşur. Örneğin, Akdeniz Bölgesi'ndeki yerel lezzetler zeytin, zeytinyağı, balık, deniz ürünleri, otlar ve taze sebzelerden oluşurken, Karadeniz Bölgesi'ndeki yerel lezzetler mısır, tereyağı, çay ve lahana üzerine kuruludur (Çavuş, 2024: 36). Yerel lezzetler, bir destinasyonu diğerlerinden ayıran ve bölgenin kültürel kimliğini yansıtan önemli unsurlar arasında yer almaktadır (Oğan, 2026: 113). Bu nedenle gastronomi turizmi kapsamında yerel ürünler değerlendirilirken, hem turistler açısından çekicilik oluşturmaları hem de bölgeye sosyo-kültürel ve ekonomik katkı sağlama potansiyelleri temel ölçütler olarak dikkate alınmaktadır (Çavuş, 2024: 36; Erdem vd., 2026:2).

Yerel gıdalar, turist deneyiminin önemli bir unsuru olarak destinasyonların çekiciliğini artırmakta ve marka kimliklerinin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Araştırmalar, yerel gastronomi imajının turistlerin destinasyon tercihleri ve ziyaret niyetleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Yerel mutfağın sunduğu özgün tatlar, kültürel deneyimler ve sosyal etkileşim olanakları, ziyaretçilerin destinasyona yönelik algılarını olumlu yönde etkileyebilir.

rek memnuniyetlerini ve yeniden ziyaret etme eğilimlerini artırmaktadır. Bu nedenle yerel ürünler, gastronomi turizminin geliştirilmesinde stratejik bir unsur olarak değerlendirilmekte ve destinasyonlara rekabet avantajı kazandırmaktadır. Ayrıca yerel gastronominin korunması, tanıtılması ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi, hem kültürel mirasın yaşatılmasına hem de turizm ekonomisinin gelişimine katkı sunmaktadır (Ayyıldız & Köylü, 2026: 9; Erdem vd., 2026: 2).

Gastronominin temel unsurlarından biri olan yerel gıda, sadece genel kültürü değil, aynı zamanda bir bölgenin yiyecek ve içecek kültürünü de teşvik etmesi açısından önemlidir. Bir bölgenin gastronomik değerleri, o bölgeyi ziyaret eden turistler için önemli bir çekim unsuru olarak işlev görür ve turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etmesinde etkili olur (Tarınc vd., 2023: 2). Turistlerin yiyeceklerin kökenlerini daha fazla öğrenme isteği ve üretim süreçlerini bizzat gözlemleyerek deneyimleme eğilimleri, yerel mutfağa olan ilgiyi artırmaktadır. Turistik destinasyonlarda sunulan yerel gıdalar, turistlerin günlük beslenme alışkanlıklarından farklı oldukları için çekici olarak algılanmakta ve bu da harcama eğilimlerini artırmaktadır. Bu bağlamda, yerel gıdalar, destinasyonların sürdürülebilir gelişimine katkıda bulunan ve sürdürülebilir turizm deneyimlerini destekleyen etkili araçlar olarak kabul edilmektedir (Ayyıldız & Köylü, 2026: 11).

Yerel yiyecekler, destinasyona katma değer sağlayarak coğrafi bölgenin rekabet gücüne katkıda bulunabilmektedir (Gálvez vd., 2017: 604). Yerel mutfakların korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması, kültürel sürdürülebilirlik açısından önemli bir sorumluluk olarak kabul edilmektedir. Yerel lezzetler, bir destinasyonun kendine özgü özelliklerini yansıtan ve aynı zamanda tarihi ile kültürel mirasını aktarma işlevi gören önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu yönüyle yerel mutfaklar, unutulmaz bir turizm deneyiminin temel bileşenlerinden biri olup turistlerin destinasyona ilişkin daha net ve derin bir anlayış geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Ocak, 2019: 2657; Özer, 2026: 127).

2.2. Sürdürülebilir Gastronomi ve Yerelleşme

Sürdürülebilir gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasından sunumuna kadar hiçbir doğal kaynağın israf edilmediği bir yaklaşımı ifade eder. Gelecekte çevreye veya sağlığa zarar vermeyecek şekilde gıda üretiminin sürdürülmesine odaklanan sürdürülebilir gastronomi, aynı zamanda geleneksel gastronomi mirasının korunmasını, gelecek nesillere aktarılma-

sını ve yerel gastronomi ürünlerinin ortaya çıkarılmasını da vurgular. Daha spesifik bir düzeyde, sürdürülebilir gastronomi, hem insanların zihnine hem de damak zevkine hitap eden çevresel açıdan sorumlu gıdaların üretimini kapsar. Sürdürülebilir gastronominin ekonomik, kültürel, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğe potansiyel olarak katkıda bulunduğu ifade edilebilir (Arslan vd., 2023: 2). Sürdürülebilir gastronomi, çevresel sürdürülebilirlik, sağlığın korunması ve iyileştirilmesi ile toplumun sosyo-kültürel ve çevresel kalitesine dayalı bir kavram olarak tanımlanabilir. Ekolojik değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması bağlamında ele alınan bir yaklaşımdır (Tarınc vd., 2023: 2).

Yerel yiyecek üretiminde sürdürülebilirliğin sağlanması, gastronomik geleneklerin ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması açısından hayati bir öneme sahiptir. Sürdürülebilirlik, aynı zamanda gastronomik çeşitliliğin korunmasını ve yerel üretimi destekleyen doğal kaynakların sorumlu kullanımını da kapsamaktadır. Sürdürülebilir gastronomi ise, geleneksel mutfak uygulamalarını ve yerel gıda kültürlerini değerli kılarak ve teşvik ederek kültürel mirasın korunmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte, malzemelerin yerel olarak temin edilmesi ve küçük ölçekli çiftçilerin desteklenmesi yoluyla yerel ekonomiler güçlendirilmekte ve toplumsal dayanışma pekiştirilmektedir (Mishra, 2023: 47; Putri & Wijoyo, 2023: 141).

Sürdürülebilir gastronomi, geleneksel mutfak uygulamalarını ve yerel yemek kültürlerini değerli görerek ve teşvik ederek kültürel mirasın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Malzemelerin yerel kaynaklardan temin edilmesi ve küçük ölçekli çiftçilerin desteklenmesi yoluyla yerel ekonomileri güçlendirmekte ve toplulukları desteklemektedir. Kültürel gastronomi turizmi de sürdürülebilir gastronominin bir diğer boyutudur; yerel mutfağı deneyimlemek isteyen turistleri çekerek mutfak mirasının ve yerel gıda sistemlerinin korunmasına katkıda bulunmaktadır. Sürdürülebilir gastronomi, tüketicilerin farkındalığını artırarak hem tüketicileri hem de gastronomi alanında çalışan profesyonelleri, gıda tercihlerinin çevresel ve toplumsal sonuçları hakkında bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu yaklaşım; sorumlu tüketim alışkanlıklarının geliştirilmesini, gıda israfının azaltılmasını ve çevre dostu ambalaj kullanımının yaygınlaştırılmasını desteklemektedir (Mishra vd., 2023: 47).

Yerel gıda sistemlerinin turizm gelişiminin ayrılmaz bir parçası olarak ortaya çıkması, bu sistemlerin sürdürülebilirliği çok düzeyde destekleme potansiyeli ile ilişkilidir. Sürdürülebilir gastronomi turizmi, gıda üretimi ve ha-

zırlanması süreçlerinde gıda güvenliğinin gözetildiği ve çevreye duyarlı üretim yöntemlerinin tercih edildiği bir turizm türü olarak ifade edilmektedir. Benzer şekilde gastronomi turizminin sürdürülebilirliği, gıdaların üretimi ve hazırlanmasında çevre dostu yöntemlerin benimsenmesi yoluyla kamu sağlığını koruyan ve sosyal ile kültürel kaliteyi destekleyen bir turizm türü olarak açıklanmaktadır (Tarinc vd., 2023; Judijanto vd., 2025: 1627). Yerel gıda ağları, daha kısa tedarik zincirleri aracılığıyla çevresel ayak izini azaltmakta, miras bitkilerinin korunmasına katkı sağlamakta ve küçük ölçekli üreticiler arasında gelir dolaşımını destekleyerek yerel ekonomileri güçlendirmektedir. Pek çok destinasyonda yerel tarımsal topluluklar, konaklama sektörü ile iş birliği yaparak yerel malzemeleri ve mutfak geleneklerini öne çıkaran gastronomi deneyimleri oluşturmaktadır. Bu iş birlikleri, gastronominin topluluk güçlendirme aracı haline gelebileceğini göstermekte; çiftçilerin, balıkçıların ve zanaatkârların turizm değer yaratım sürecine doğrudan katılımını mümkün kılmaktadır (Judijanto vd., 2025: 1627).

Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesi ve dünya nüfusundaki artışla birlikte kaynakların bilinçsiz kullanımı, kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Oğan, 2023: 5). Gastronomi turizminin yönetiminde de sürdürülebilirlik, temel bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla destinasyonlarının tanıtımı ve yönetiminde sürdürülebilir gastronomik uygulamalar önem taşımaktadır. Bu uygulamalar; yerel malzemelerin kullanımı, çevre dostu pişirme tekniklerinin benimsenmesi ve gastronominin destinasyonun kültürel mirasının ayrılmaz bir parçası olarak tanıtılmasını içermektedir. Sürdürülebilir gastronominin en önemli katkılarından biri ise, gastronomi turizmiyle birlikte geleneksel mutfak ürünlerinin turizm hizmetine sunulmasıyla yöredeki tarımsal faaliyetlerin gelişmesi, yerel halkın ekonomik olarak kalkınması ve kültürel mirasın korunmasının sağlanmasıdır (Esponda Pérez vd., 2024: 3; Kabak, 2023: 78). Ayrıca sürdürülebilir gastronomi turizminde ziyaretçiler, yerel mutfak ve ürünleri deneyimlemeye yönelmekte; çevresel farkındalığın artırılmasıyla birlikte doğal çevreyi korumaya ve atıkların geri dönüşümüne yönelik süreçlere daha aktif katılım göstermektedir (Yaşar & Gümrükçü, 2022: 25).

Günümüzde küreselleşme ve hızlı değişim süreçlerinden en fazla etkilenen alanlardan biri de mutfak kültürüdür. Mutfak kültürü kapsamında kullanılan yemekler, araç-gereçler ve pişirme ekipmanları somut kültürel miras unsurlarını oluştururken; malzemelerin yetiştirilmesi, pişirme teknikleri, lezzet sırları ve sunum biçimleri gibi öğeler somut olmayan kültürel

miras kapsamında değerlendirilmektedir. Küreselleşmenin yol açtığı kültürel benzeşme ise bu mirasın zamanla zayıflamasına ve kaybolmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle, turizm ve özellikle gastronomi turizmi aracılığıyla ekonomik fayda sağlanırken, geleneksel mutfak kültürünün korunması açısından sürdürülebilir gastronomi yaklaşımı büyük önem taşımaktadır (Kabak, 2023: 79).

3. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE YEREL MUTFAKLAR

Küreselleşme ve sürdürülebilirlik konuları geleneksel olarak iki bağımsız ve ayrı çalışma alanı olarak ele alınmıştır. Yiyecek turizmi araştırmaları da çoğunlukla sürdürülebilirlik veya küreselleşme üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak son literatür, küreselleşmenin sürdürülebilirlik üzerinde olumlu etkiler oluşturabileceğini vurgulamaktadır, bu da her iki kavramın bağımsız olarak değil, ampirik araştırmalarda birlikte kullanılabileceğini göstermektedir. Küreselleşmenin çeşitli süreçlerinin daha sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunabileceği belirtilmiştir (Stalmirska & Ali, 2025: 250).

Küreselleşme çağımızda, yerel yiyecek, özgünlüğünü koruma ile küresel trendleri takip etme arasında zorluklarla karşılaşmaktadır. Fast-food zincirlerinin yaygınlaşması ve farklı yerlerde küresel mutfakların erişilebilirliği, yerel yiyeceklerin algılanışını ve yerel topluluklar içindeki entegrasyonunu yeniden şekillendirmiştir. Küreselleşmenin yerel yiyeceğe sunduğu paradoks, özgünlüğünü nasıl koruyacağı ile genişleyen küresel pazarda nasıl geçerli kalacağı sorusu olarak ortaya çıkmaktadır (Putri & Wijogo, 2023: 141). Bununla birlikte, söz konusu zorluklar küreselleşmenin yerel gıda sistemleri açısından yalnızca tehditler değil, aynı zamanda çeşitli fırsatlar da sunduğunu göstermektedir.

Küreselleşme çağında, yerel yiyecekler özgünlüğünü koruma konusunda sık sık zorluklarla karşılaşmaktadır ve aynı zamanda küresel trendlerle uyum sağlamak durumundadır. Fast food zincirlerinin yaygınlaşması ve çeşitli yerlerde uluslararası mutfakların bulunabilirliği, yerel yiyeceklerin halk tarafından algılanışını ve entegrasyonunu yeniden şekillendirmiştir. Küreselleşmenin, yerel yiyecekler için bir paradoks sunduğu söylenebilir: özgünlüğünü nasıl koruyabilir ve aynı zamanda sürekli genişleyen küresel pazarda geçerliliğini nasıl sürdürebilir? Yerel yiyecek üretiminde sürdürülebilirliği sağlamak, mutfak geleneklerini ve kültürel mirası gelecek nesillere aktarmak açısından hayati öneme sahiptir. Sürdürülebilirlik, aynı zamanda mutfak çeşitliliğinin yönetilmesini ve yerel yiyecek üretimini destekleyen do-

ğal kaynakların sorumlu kullanımını da kapsar. Buna ek olarak, yerel mutfak bir destinasyonun algısını önemli ölçüde etkiler. Yerel mutfakla bağlantılı olumlu bir destinasyon imajı, turizmin cazibesini artırır ve turistleri bir yerin mutfak mirasını keşfetmeye motive eder. Tersine, olumsuz bir imaj turizm sektörünün büyümesini engelleyebilir (Putri & Wijoyo, 2023: 141).

Her ne kadar küreselleşmenin yerel ve geleneksel gıdalar üzerindeki etkileri çoğu zaman olumsuz yönleriyle tartışılrsa da, küreselleşmenin kaçınılmaz bir olgu olduğu ve aynı zamanda önemli fırsatlar sunduğu da göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda yerel aktörler ve uluslararası paydaşlar, küreselleşmenin beraberinde getirdiği teknolojik gelişmeleri ve değişen pazar dinamiklerini kullanarak mutfak mirasının korunmasına, yerel gıda sistemlerinin güçlendirilmesine ve yerli toplulukların ekonomik olarak desteklenmesine katkı sağlayabilmektedir. Özellikle tarımsal üretimde teknolojik yeniliklerden, biyoteknolojiden, hasat sonrası işleme tekniklerinden ve akıllı altyapı uygulamalarından yararlanılması; bunların etik ve sürdürülebilir gıda tedarik anlayışıyla bütünleştirilmesi önemli avantajlar sunmaktadır. Bunun yanı sıra, uluslararası göç hareketleri, egzotik gıdalara yönelik artan talep, organik ve besleyici ürünlere olan ilgi, sosyal medyanın yaygınlaşması ile tarımsal yayım ve eğitim faaliyetleri gibi küresel eğilimler de yerel tarım ürünlerinin görünürlüğünü ve pazarlama olanaklarını artırmaktadır. Bu gelişmeler, yerel ürünlerin küresel pazarlara daha etkin şekilde entegre edilmesini desteklerken, aynı zamanda geleneksel üretim bilgi ve uygulamalarının korunmasına da katkı sunmaktadır. Söz konusu dinamiklerin bir araya gelmesi, sürdürülebilir geleneksel gıda üretiminin yeniden canlandırılmasına, yerel gıda kültürlerinin korunmasına ve yerli toplulukların yaşam kalitesi ile geçim kaynaklarının iyileştirilmesine önemli ölçüde katkı sağlayabilmektedir (Trolieo vd., 2016: 212).

Yiyecek küreselleşmesi olumlu karşılanması gereken bir olgu olarak değerlendirilmektedir; çünkü hiçbir kültür zaman içerisinde tamamen aynı kalmamış ve değişimden bağımsız varlığını sürdürememiştir. Küreselleşme, ülkeler arasındaki kültürel sınırların giderek geçirgen hale gelmesinde önemli bir rol oynamış ve daha açık bir dünya düzeninin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu süreçte yeni nesiller, farklı kültürlere karşı daha açık bir tutum geliştirmekte ve diğer kültürleri benimsemeyi öğrenmektedir. Nitekim, “küreselleşme yerel kültürleri yok etmeyecektir; aksine, dünya çapında bir açıklık çerçevesinde, ‘yerel kültürlerde değerli ve hayatta kalmaya layık olan her şey, gelişmesi için verimli bir zemin bulacaktır’” (Nahar vd., 2018: 4).

Küresel pazar trendleri, yerli ürünlerin daha geniş tüketici kitleleri tarafından tanınmasını ve kabul edilmesini desteklemektedir. Bu trendler arasında artan insan göçleri, egzotik ve organik gıdaların popülaritesi ile sosyal medyanın yaygınlığı yer almakta olup, tüm bunlar yerli gıdaların küresel pazara entegrasyonunu kolaylaştırabilmektedir. Küreselleşmenin bazı olumsuz sonuçlarına rağmen, yerli gıdaların ve geçim kaynaklarının canlandırılması için küresel eğilimlerden yararlanmak en üretken ve avantajlı yaklaşımlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Trolio vd., 2016: 212).

Gıda globalizasyonu (gıda küreselleşmesi), dünyanın dört bir yanındaki insanların yeni yemekleri kabul edebilmesi ve farklı damak zevklerinin gelişmesi açısından önemli bir süreçtir. Yiyecek küreselleşmesi, küresel vatandaşlar arasında yeni bir yemek kültürünün (food neoculturism) ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Günümüzde pizza (İtalya kökenli) ve sushi (Japonya kökenli) gibi uluslararası yemekler, farklı toplumlar tarafından benimsenmiş ve yerel kültürlere entegre edilmiştir. Özellikle sushi, dünya genelinde bir gastronomi trendi ve kültürel bir fenomen haline gelmiş; farklı ülkelerde yerel damak zevklerine uygun çeşitleri geliştirilmiştir. Bununla birlikte sushi, küresel ölçekte yaygınlaşmasına rağmen Japon kültürel mirası olarak özgün statüsünü korumaya devam etmektedir. Benzer şekilde pizza da küreselleşme sürecinde yerelleştirilerek farklı formlar kazanmıştır (Nahar vd., 2018: 4).

“Yerel lezzet” olarak bilinen yerel mutfak, özgün yaratıcılığı, kültürel mirası ve yerel toplulukların değerlerini yansıtmaya nedeniyle turizm sektöründe büyük bir çekim unsuru haline gelmiştir. Aynı zamanda, giderek küreselleşen dünyamızda kültürel çeşitliliği teşvik etme potansiyeline de sahiptir (Putri & Wijoyo, 2023: 138). Mutfak kültürü günümüzde yalnızca yerel üretim ve tüketim alışkanlıklarıyla sınırlı bir yapı olmaktan çıkmış; küresel etkileşimler, ticarileşme süreçleri ve medya temsilleri aracılığıyla ulusal kimlik ile toplumsal hafızayı yansıtan önemli bir unsur haline gelmiştir. Bu dönüşümle birlikte, yerel mutfaklara ait yiyecek ve içecekler de son yıllarda küresel ağlar içinde üretilip tüketilir hale gelmiştir (Kement, 2021: 34; Bayar, 2025: 76). Bununla birlikte, yerel ve bölgesel mutfaklar, küreselleşme sürecinde kültürel farklılıkların korunmasında direnç alanları olarak değerlendirilmektedir (Sertel & Türkmen, 2026: 36).

Yerelleşme süreci, küreselleşmenin ortaya çıkardığı tek tip ve merkezî yapıya karşı, yerel kimliklerin yeniden inşa edilmesi ve güçlendirilmesi anlamına gelmektedir. (Bayraktar vd., 2019: 70). Gıda yerelleşmesi ve küreselleşmesi amaç olarak farklı olsa da, iyi bir şekilde bir arada var olabilirler, birbir-

lerine dūřmanca olmaktan ziyade tamamlayıcıdırlar. Yaz aylarında verimli şekilde sebze yetiştirebilen birçok bōlgenin, kış aylarında karşılaştırmalı bir avantaja sahip olmadığını ve bu nedenle yıl boyunca sadece yerel gıdaya baēlı kalmanın, mūřterilere dūřuk maliyetli taze gıdaya yıl boyunca erişim saēlama amacını zedeleyebileceēini belirtmişlerdir. Tedarik zinciri çalışmalarında hibrit bir kaynak kullanma stratejisinin optimal olduēunu keşfetmişlerdir; burada uzak ve bōyuk ana akım çiftlikler dūřuk fiyatlı ve istikrarlı tedarik saēlarken, yerel ve kōuk çiftlikler talep dalgalanmalarına hızlı yanıt olarak destek vermektedir. Her iki sistemin de mūřterilere daha iyi hizmet sunmak için dengeye ulaşması beklenmektedir (Jia, 2021: 7).

4. YEREL TATLARIN KÜRESELLEŐMESİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLAR

Gıda, yalnızca en temel insan ihtiyaçlarından biri deēil, aynı zamanda bir bōlgedeki ekonomik geliri etkileyen önemli bileşenlerden biridir. Küresel pazar aēında yerel gıdaların diēer gıda ürünleriyle rekabet edebilmesi zorunlu hale gelmiştir. Küreselleşe süreci, birçok ũlkede gıda ve içecek endüstrisi, restoranlar, süpermarketler ve tarım alanlarında yabancı yatırımlara kapılmanın açılmasına neden olmuştur. Bu durum, kōuk ölçekli gıda üreticileri ve yerel gıdalar açısından hem fırsatlar hem de riskler ortaya çıkarmaktadır. Pazarlar ekonomik bir fırsat sunmakla birlikte, etkili bir yönetim olmaksızın yerel gıdalar ve yerel gıda üretimi sürdürülebilirliēini korumakta zorlanabilmektedir (Munarso & Mulyawanti, 2019: 1)

4.1. Coērafi İşaretli Gastronomik Ürünler ve Yerel Kimliēin Korunması

Küreselleşe süreciyle birlikte ortaya çıkan olumsuz etkiler ve deēiřen tüketiciler tercihleri, yerel üretim biçimlerini benimseyen kōuk ölçekli işletmelerin korunmasını gündeme getirmiş; bu durum küresel ve yerel düzeyde yeni stratejilerin geliştirilmesi ihtiyacını tartışılır hale getirmiştir. Bu kapsamda öne çıkan önemli araçlardan biri de coērafi işaretlerdir (Orhan, 2010: 245). Standartlaştırılmış ürünlerin yoēun olduēu giderek küreselleşen pazarlarda coērafi işaretler, turizm destinasyonları için önemli bir farklılaşma unsuru sunmakta; ziyaretçilere özgünlük, tarihsel miras ve belirli bir bōlgeye özgü özelliklerle baēlantılı katma deēer saēlamaktadır (Dhora vd., 2026: 369).

Coērafi işaretler, üretici toplulukların kültürel, ekonomik ve bölgesel deēerlerini küresel ölçekte korumaya yönelik en gelişmiş mekanizmalardan

biri olarak kabul edilmektedir. Belirli bir bölgeden kaynaklanan ve nitelikleri, itibarı veya karakteristik özellikleri esas olarak coğrafi kökenine bağlı olan tarım ve gıda ürünlerini tanımlayan işaretler olarak tanımlanan coğrafi işaretler, günümüzde uluslararası pazarda tanınmalarını, korunmalarını ve kullanımını düzenlemeyi amaçlayan kapsamlı bir uluslararası hukuki çerçevenin konusu hâline gelmiştir. Bu yönüyle coğrafi işaretler, yalnızca ürünlerin kökenini ve özgünlüğünü garanti eden bir sistem değil, aynı zamanda yerel mirasın korunmasını ve ekonomik değerinin artırılmasını sağlayan önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Dhora vd., 2026: 369).

Coğrafi işaret kavramı, yerel ürünlerin korunması ve bu ürünlerin kaynağı olan alanlarda yaşayan insanların bu ürünlerden fayda sağlamasını temin etmek amacıyla ortaya çıkmış; yerel ürünlerin korunması ve ticarileştirilmesi yoluyla ekonomik değer üretmeyi amaçlayan hukuki ve ticari bir araç olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte coğrafi işaretler yalnızca ekonomik işlevlerle sınırlı olmayıp, kültürel mirasın korunması, yerel kimliğin tanıtılması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi gibi çok yönlü işlevler de üstlenmektedir (Yazıcıoğlu vd., 2019: 863; Ağacanoğlu & Geçgin, 2026: 1). Ayrıca Yöresel ürünler, taklit edilmelerinin önüne geçilmesi ve ticari alanda haksız rekabetin engellenmesi amacıyla ulusal ve uluslararası mevzuat kapsamında coğrafi işaretler aracılığıyla yasal koruma altına alınmaktadır (Orhan, 2010: 245).

Yerel yiyecek ve ürünlerin turizm faaliyetleri içerisinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu değerlerin gelecek nesillere aktarılabilmesi için coğrafi işaretlerle tescil edilmeleri gerekmektedir. Coğrafi işaretler ile bağlantılı ürünler, genellikle belirli bir yerel gıda kategorisini temsil etmekte olup ürettikleri yerle ayrılmaz bir bağa sahiptir. Bu ürünler, coğrafi işaret ile ilişkilendirilen özgün kalite özellikleri sayesinde kolayca tanımlanabilmektedir. Tipik ürünler coğrafi kökenleri, tarihleri ve kültürleriyle tanımlanır. Coğrafi işaretler, bölgenin kültürünü, gelenek ve göreneklerini, turistik değerlerini ve kültürel mirasını koruyarak sürdürülebilirliğe katkı sağlamakta; böylece coğrafi işaretle tescillenmiş ürünlerin turizmin gelişimine önemli katkılar sunduğu görülmektedir (Rinaldi, 2017: 5; Pamukçu vd., 2021: 1).

Coğrafi işaretler, bölgesel ürünlerin özgün niteliklerini yasal olarak koruyarak yerel değerlerin desteklenmesine ve tarımsal üretimin teşvik edilmesine katkı sağlamaktadır (Ağacanoğlu & Geçgin, 2026: 19). Yöresel ürünlerin sürdürülebilir tarım ve kırsal kalkınma bakımından katkı sağlayabilmesi için korunması, unutulmaya yüz tutanların yeniden üretim aşamasına kazandı-

rılması ve yerel ürün tedarikçilerinin desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca bu ürünlerin tüketicilere ulaştırılması, etkin biçimde pazarlanması ve damak tadında bilinirlik oluşturulması da oldukça önemlidir. Bunun yanında, yöresel ürünlerin ekonomik bir değer kazanarak uluslararası pazarlara açılması ve fikri mülkiyet haklarıyla güvence altına alınması, ekonomik açıdan önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Başat vd., 2017: 65).

Yöresel ürünlerin kimliği sürdürülebilir kalkınmanın temel unsurlarından biri hâline gelmiştir. Coğrafi işaretler, kırsal kalkınmayı destekleyen ve turizm destinasyonlarının tanıtımına katkı sağlayan stratejik araçlar olarak giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu işaretler, ürün ile köken aldığı yer arasındaki bağı güçlendirerek ürüne hem sembolik hem de ekonomik açıdan katma değer kazandırmaktadır (Dhora vd., 2026: 368). Coğrafi işaretler, sürdürülebilir gastronominin uygulanması için önemli fırsatlar sunmaktadır. Son yıllarda giderek yaygınlaşan coğrafi işaretler, birçok gastronomik ürünün tüketicilerini korumakta ve aynı zamanda yerel üretime ve kaliteli ürünlere güven duymalarını teşvik etmektedir. Kırsal alanların kalkınması ile gastronomik ve kültürel mirasın korunması için hukuki ve ekonomik bir araç olarak görülmektedir (Arslan vd., 2023: 2).

Coğrafi işaretleme ile üretimi güvence altına alınan yerel ürünler, üreticiler, tüketiciler, yerel halk ve işletmeler açısından bölgenin gastronomik kimliğinin şekillenmesinde önemli katkılar sağlayan temel etkenler içerisinde yer almaktadır. Bu ürünler, ait oldukları bölgenin gastronomik kimliğinin şekillenmesine katkı sağlarken geleneksel üretim yöntemlerinin ve yerel özgün karakterin korunmasına da yardımcı olmakta; böylece bu değerlerin nesilden nesile aktarılmasına imkân tanımaktadır (Korkmaz & Ayduğ, 2020: 86; Pamukçu vd., 2021: 2).

Coğrafi işaretleme ürünler turizm faaliyetlerini desteklemektedir. Özellikle gastronomi turizmi kapsamında bu ürünler, destinasyonların çekiciliğini artırarak turist sayısının ve yerel ekonomik canlılığın yükselmesine katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretler gastronomi turizmi ile ilişkilendirildiğinde, ürünlerin üretildiği bölgeleri turistler için bir destinasyon unsuru hâline getirerek önemli turizm gelirleri oluşturmakta ve bölgenin turistik değerlerinin tanıtımına katkı sunmaktadır. Böylece bölgesel kalkınmayı destekleyen bir çekicilik unsuru ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlar dikkate alındığında, coğrafi işaretleme ürünler ile gastronomi turizmi arasında güçlü bir ilişki bulunduğu söylenebilir (Pamukçu vd., 2021: 2; Falasco vd., 2024: 2).

Coğrafi işaretler, ürünün ait olduğu coğrafya ile güçlü bir bağ kurması sayesinde tüketicilerin ilgili bölgeye yönelmesini sağlayarak turizmin canlan-

masına katkıda bulunmaktadır. Turizm, yerel ve yöresel ürünlerin ön plana çıkarılmasında önemli bir sektör olarak kabul edilmekte; bu bağlamda coğrafi işaretler de bölgesel kalkınma yaklaşımının önemli bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Altundağ & Atik, 2024: 247). Coğrafi işaretler, yerel değerleri ve geleneksel mirası koruma altına alarak yerel tarımsal faaliyetleri desteklemekte ve tescilli ürünlerin üretildiği bölgelerin tanıtımına katkı sunmaktadır (Yazıcıoğlu vd., 2019: 863).

Coğrafi işaretler, geleneksel üretim yöntemlerinin, yerel bilgi birikiminin ve zanaatkârlık becerilerinin korunmasına yardımcı olmakta; kültürel ve gastronomik mirasın devamlılığını desteklemektedir. Ayrıca kırsal alanlarda ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesini sağlayarak istihdam yaratmakta ve kırsal göçün azaltılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu nedenle coğrafi işaretler, kırsal bölgelerde sürdürülebilir kalkınma girişimlerinin önemli araçlarından biri olarak görülmektedir (Falasco vd., 2024: 2). Öte yandan coğrafi işaretler, yöreye özgü değerlerin sürdürülebilir bir yaklaşımla korunmasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, yerel ve yöresel ürünlerin korunması ve görünürlüğünün artırılması sayesinde bu ürünlerin çekiciliği artmakta ve daha fazla talep görmesi mümkün hale gelmektedir. Bu nedenle coğrafi işaretli ürünler, turizm talebinin yönlendirilmesinde ve tüketici bağlılığının oluşturulmasında etkili bir rol oynayabilmektedir. Coğrafi işaretle tescillenmiş yöresel mutfak ürünleri ise bölgenin olumlu imajının güçlenmesine katkıda bulunarak bölgesel turizmin gelişimine destek sağlamaktadır (Belli & Güneren, 2023: 3394).

4.2. Yerel Gastronomik Ürünlerin Uluslararası Tanıtımı ve Markalaşması

Yerel gıdaların sürdürülebilir turizm üzerinde olumlu etkiler oluşturması nedeniyle, sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi sürecinde özellikle gıda başta olmak üzere ilgili tüm unsurların dikkate alınması gerekmektedir. Ayrıca bir destinasyonun sürdürülebilir gastronomi turizmi destinasyonu olarak konumlandırılması, yerel geleneklerin ve kültürel değerlerin korunmasına da katkı sunmaktadır. Bu açıdan gastronomi, destinasyonların imajının oluşmasında, farklılaşmasında ve tanıtımında stratejik bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Bayram, 2023: 76). Gastronomi turizmi, özellikle zengin yerel mutfak kültürüne sahip bölgeler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu süreçte gastronomik ürünlerin marka tescili ve coğrafi işaret alması kritik bir rol oynamakta, birçok destinasyon bu araçlar sayesinde gastronomi tu-

rizminden önemli ekonomik kazanımlar elde edebilmektedir (Ağacanoğlu ve Geçgin, 2026: 2). Ayrıca bölgesel ürünlere coğrafi işaretleme vasıtasıyla katma değer kazandırılması ve yerel marka kimliğinin güçlendirilmesi, gastronomi turizmi aracılığıyla sosyo-ekonomik imkânların artmasına katkı sağlamaktadır (Yazıcıoğlu vd., 2021: 866).

Çok sayıda turizm destinasyonu, gastronomi turistlerinin yemek kültürüne yönelik ilgisini karşılamak amacıyla yerel yiyecek ve içeceklerini tanıtmaya ve buldukları bölgede gastronomi turizmini geliştirme yönünde çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedir. Yerel lezzetler, bir bölgenin coğrafi, sosyal ve tarihsel özelliklerini yansıtan kültürel semboller olarak değerlendirilmektedir (Ayyıldız vd., 2023: 366; Çavuş, 2024: 39). Bununla birlikte otantik yiyecekler, destinasyonların ekonomik açıdan gelişmesine katkı sunmanın yanı sıra doğal ve sosyo-kültürel çevrenin korunmasına yardımcı olmakta, yerel kültürün canlanmasını desteklemekte ve özgün gastronomik değerler olarak sürdürülebilir kalkınma politikalarında önemli bir unsur olarak yer almaktadır (Bayram, 2023: 79).

Yerel mutfağın zenginliğini küresel unsurlarla etkili bir şekilde harmanlayan başarılı tanıtım stratejileri, uluslararası gezginlerin ilgisini çekmede etkili olmuştur. Yerel restoranlarla iş birliği yapmak, tanınmış şefleri dahil etmek ve yemek festivalleri düzenlemek, başarılı stratejiler arasında yer almaktadır (Putri & Wijoyo, 2023: 143). Aynı zamanda gastronomi turizmi çerçevesinde yiyecekler, turistlerin destinasyon tercihinde önemli bir çekim unsuru olabilmekte ve kimi durumlarda başlı başına bir seyahat motivasyonu haline gelebilmektedir. Bu nedenle, bölgesel kimliği yansıtan yiyeceklerin coğrafi işaret ile tescillenmesi, destinasyonun gastronomik imajının güçlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Yazıcıoğlu vd., 2019: 861).

5. SONUÇ

Yerel gastronomik ürünler, bölgesel kimliğin korunmasını ve geleneksel üretim tarzlarının devamını sağlamakla birlikte kültürel mirasın korunmasına ve sürdürülebilir kalkınmaya katkı sunan önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Yerel gastronomik ürünlerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, coğrafi işaretler sayesinde mümkün olmaktadır. Coğrafi işaretler aracılığıyla bu ürünler ait oldukları bölgeyle güçlü bir bağ kurmakta, destinasyonların gastronomik kimliğini şekillendirmekte ve turistik çekiciliği artırmaktadır. Bu sayede sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlanmakta; aynı zamanda gastronomi turizmi destinasyonlarının hem

ulusal hem de uluslararası ölçekte tanınmasına ve farklılaşmasına imkân tanınmaktadır.

Küreselleşme süreci, yerel tatlar açısından değerlendirildiğinde hem avantajlar hem de dezavantajlar barındırmaktadır. Küreselleşme, yerel tatların görünürlüğünü ve tanıtımını artırırken aynı zamanda standartlaşma ve tek tipleşme riskini de beraberinde getirmektedir. Öte yandan yerel gastronominin küresel tanıtım stratejileriyle desteklenmesi, bu ürünlerin hem özgün kimliğini korumasına hem de uluslararası pazarlarda değer kazanmasına olanak sağlamaktadır. Bu kapsamda gastronomi festivalleri, şef iş birlikleri ve destinasyon markalaşması gibi uygulamalar, yerel mutfağın küresel ölçekte tanıtımında önemli bir rol oynamaktadır.

Sonuç olarak, yerel tatların coğrafi işaret sistemi kapsamında koruma altına alınmasının ve buna yönelik sürdürülebilir gastronomi turizmi politikalarının geliştirilmesinin, sürdürülebilir kalkınmayı destekleyebileceği ve kültürel mirasın korunarak gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, yerel gastronomik unsurların korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve küresel tanıtım stratejileriyle dengeli biçimde yönetilmesinin, hem sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişimine hem de destinasyon imajının güçlenmesine katkıda bulunabileceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abiog, K.O. (2026). Gastronomic Framework of Local Cuisines in Calabanga, Camarines Sur. *International Journal of Research*, 14(2), 175-190.
- Ağacanoğlu, K., & Geçgin, E. (2026). Coğrafi İşaretli Gastronomik Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyon Tercihine Etkisi: Van İli Örneği. *Kent Akademisi*, 19(1), 1-26.
- Altundağ, Ö.Ö. (2026). Yöresel Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Sakin Şehir Safranbolu Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 14(1), 1-21.
- Altundağ, Ö.Ö., & Atik, S. (2024). Gastronomi Mirası Coğrafi İşaretli İçeceklerle Turizm Akademisyenlerinin Bakış Açısı. *Tourism and Recreation*, 6(2), 246-261.
- Arslan, E., Kendir, H., Akmeşe, H., Bozkurt, H. Ö., Akyollu, K., & Hiçyakmazer, C. T. (2023). Investigation of Tokat Bez Sucuk, a Geographically Indicated Local Food, Within The Scope Of Sustainable Gastronomy. *Sustainability*, 15(17), 1-15.
- Ayyıldız, S., Türker, N., & Pınaroğlu, B. (2023). Safranbolu'dan Taşköprü'ye Kuyu Kebabı: Bir Gastronomi Rotası Önerisi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 365-376.

- Ayyıldız, S., & Köylü, M. (2026). The Impact of Popular Food and Beverage Establishments Operating in the Field of Local Cuisine on Tourist Attraction and Recognition: The Case of Bursa Province. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 23(1), 6-29.
- Başat, H.T., Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluştırmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 64-76.
- Bayar, A.G.Ç. (2025, November 14–16). Gastromilliyetçilik ve geleneksel mutfak mirasının korunmasında karşılaşılan zorluklar. ASERC 3rd International Conference on Humanity and Social Sciences, Istanbul, Türkiye.
- Bayraktar, E., Öztürk, K., & Kocaoğlu, M. (2016). Küreselleşmeye Karşı Yereli Koruma Çabası: Sakin Şehirler. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 12(Özel Sayı), 66-84.
- Bayram, Ü. (2023). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi: Bir Sistemik Literatür Taraması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 74-82.
- Belli, S., & Güneren, E. (2023). Coğrafi İşaret ile Tescilli Yöresel Mutfak Ürünlerinin Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(4), 3393-3420.
- Bilgin, S., & Akoğlu, A. (2018). Yerel gıda ürünlerinin sürdürülebilirlik açısından önemli. In International Conference on Food, Nutrition and Dietetics: Gastronomy Research (Vol. 326, pp. 326–331).
- Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2014). Culinary-Gastronomic Tourism—a Search for Local Food Experiences. *Nutrition & Food Science*, 44(4), 294-309.
- Çavuş, M.N. (2024). Tourism and Gastronomy: An Evaluation on the Promotion of Local Delicacies and Their Relationship with Tourism. *Journal of Travel and Tourism Research*, 24(24), 36-66.
- Dhora, R., Anamali, A., & Frroku, A. (2026). The role of geographical indication products in building the identity of a gastronomic tourist destination in Albania. *International Journal of Ecosystems and Ecology Science (IJEES)*, 16(1), 367–372.
- Erdem, Ö., Arman, A., Kayış, V., & Oğan, Y. (2026). Opportunities and Challenges to Using Local Products from the Perspective of Culinary Chefs. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 101524, 1-12.
- Esponda Pérez, J.A., Marroquín Figueroa, J.M., Álvarez Trujillo, A.M., Juárez Ibarias, M., & Ramírez Aguilar, I. (2024). Sustainable Management of Gastronomic Tourism in Specific Destinations: Perspectives and Challenges. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(9), 1-21.
- Falasco, S., Caputo, P., & Garrone, P. (2024). Can Geographical Indications promote environmental sustainability in food supply chains? Insights from a Systematic Literature Review. *Journal of Cleaner Production*, 444, 1-13.

- Gálvez, J.C.P., Granda, M.J., López-Guzmán, T., & Coronel, J.R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Jia, S. (2021). Local Food Campaign in a Globalization Context: A Systematic Review. *Sustainability*, 13(13), 1-11.
- Judijanto, L. (2025). Sustainable Gastronomy and Local Food Systems in Tourism: A Bibliometric Mapping of Research and Practice. *West Science Social and Humanities Studies*, 3(11). 1626-1639.
- Kabak, T. (2024). Geleneksel Silifke Mutfak Kültürünün Sürdürülebilir Gastronomi Ve Kültürel Mirasın Aktarımı Açısından Değerlendirilmesi. *Türk Folklor Araştırmaları Derneği Dergisi*, (368), 76-85.
- Kement, Ü. (2021). Slow Food ve Türkiye. İçinde Y. Oğan (Ed.), *Gastronomi Araştırmaları* (ss. 35–42). Çizgi Kitabevi, Konya.
- Korkmaz, M., & Ayduğ, İ. (2020). Gökçeada'nın Gastronomik Kimliğinin Ada'da Faaliyet Gösteren Kadın İşletmeciler Perspektifinden Değerlendirilmesi, *Tourism and Recreation*, 2(2) 84-96.
- Mishra, C. V. (2023). From Farm to Fork: An in-Depth Review of Sustainable Practices in Gastronomy. *International Journal For Multidimensional Research Perspectives*, 1(2), 47-61.
- Munarso, S.J., & Mulyawanti, I. (2019, September). Bringing Local Food to Global Market: A Food Technology Perspective. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 309, No. 1, p. 012002). IOP Publishing.
- Nahar, N., Ab Karim, S., Karim, R., Ghazali, H., & Krauss, S.E. (2018). The Globalization of Malaysia National Cuisine: A concept of 'Gastrodiplomacy'. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts*, 10(1), 42-58.
- Ocak, E. Ceylan, Z., Okat, Ç., Koç, P., Torusdağ, G.B., & Çakır, M.U. (2021). Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği Kapsamında Van Gastronomi Rotası Önerisi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(4), 2655-2669.
- Oğan, E. (2023). Yeşil İşletmecilik. Ersoy, M., & Berberoğlu, M. (Ed.). *İşletmelerde Yeşil Örgüt Kültürünün Sürdürülebilirliği*. Ankara: Gazi Kitabevi
- Oğan, Y. (2026). Türk Mutfak Kültüründe Geleneksel Bir Lezzet: Kaman Bayram Çöreği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 99-115. <https://doi.org/10.32572/guntad.1703331>
- Oğan, Y., & Durlu-özkaya, F. (2021). Artvin'i Ziyaret Eden Turistlerin Gastronomi Deneyimleri Üzerine Bir İnceleme. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 211-227. <https://doi.org/10.32572/guntad.883247>
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde" Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.

- Özer, O. (2026). Konya Mutfağında Reçete Geliştirme; Kayıslı Yemeğin Duyusal Değerlendirilmesi ile Gastronomide Yenilikçi Yaklaşımlar. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 21(81), 126-148.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., & Sandıkçı, M. (2021). The Effects of Local Food and Local Products with Geographical Indication on the Development of Tourism Gastronomy. *Sustainability*, 13(12), 1-13.
- Putri, J. A., & Wijoyo, T. A. (2023). Global İmage Through Local Cuisine: Exploring Culinary Diversity in Global Tourism. *Ictmt*, 1(2), 138-144.
- Rinaldi, C. (2017). Food and Gastronomy for Sustainable Place Development: A Multidisciplinary Analysis of Different Theoretical Approaches. *Sustainability*, 9(10), 1748.
- Sertel, A.R., & Türkmen, F. (2025). Batı Karadeniz Geleneksel Yemek Kültürünün Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Değerlendirilmesi: Akçakoca Kent Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 345-357.
- Soonsan, N., Jumani, Z.A., & Sangthong, S. (2026). Authenticity, Hygiene, and Novelty in Local Food: Gender-Based Analysis of Their İmpact on Arab Tourists' Revisiting İntentions in Phuket. *Journal of Islamic Marketing*, 17(6), 1969-1994.
- Stalmirska, A.M., & Ali, A. (2025). Sustainable Development of Urban Food Tourism: A Cultural Globalisation Approach. *Tourism and Hospitality Research*, 25(2), 249-261.
- Tarinc, A., Aytekin, A., Ozbek, O.T., Ergün, G.S., Keles, A., Uslu, F., Keles, H. & Yayla, O. (2023). How do food neophobia and neophilia moderate the effect of local food quality on dining satisfaction and post-dining behavioral intention in the perspective of sustainable gastronomy tourism?. *Sustainability*, 15(12), 9510.
- Trolio, J., Eckman, M., & Mehta, K. (2016). Leveraging Globalization to Revive Traditional Foods. *Journal of Sustainable Development*, 9(6), 212-219.
- Yaşar, D., & Gümrükçü, S. (2022). A Literature Review on Gastronomy Tourism within the Perspective of Sustainability. *International Journal of Social Sciences & Economic Environment*, 7(2), 20-29.
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi: Akdeniz Bölgesi Örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 861-871.

GASTRONOMİ ROTALARI OLUŞUMUNDA SOSYAL AĞLARIN ROLÜ: YEREL KİMLİK, DENEYİM VE DİJİTAL PAZARLAMA PERSPEKTİFİ

Sibel AYYILDIZ*

1. GİRİŞ

Gastronomi turizmi her ne kadar görece yeni bir turizm türü olarak değerlendirilse de, destinasyon pazarlaması ve turistik ürün çeşitlendirmesi açısından uzun yıllardır turizm sektörü içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Bu turizm türü; bireylerin farklı kültürlere ait mutfakları tanımak, yerel ve özgün lezzetleri deneyimlemek, belirli yiyecek ve içeceklerin tadım süreçlerine katılmak ya da üretim aşamalarını yerinde gözlemlemek amacıyla belirli destinasyonlara gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır (Altundağ, 2018).

Gastronomi turizmi kapsamındaki etkinlikler, ziyaretçilerin bir destinasyonda edindikleri deneyimleri geliştirmeyi amaçlayan, farklı niteliklerde ve geniş çeşitlilikte gastronomi temelli faaliyetlerden oluşmaktadır (Akar vd., 2024). Gastronomi unsurları, turistik destinasyon tercihinde belirleyici bir motivasyon kaynağına dönüşmüş olup, bütüncül bir turizm deneyiminin ayrılmaz bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir (Moral-Cuadra vd., 2023).

Turistler, mutfak konusunda uzman olmasalar da turizm endüstrisinin ürettiği gastronomi ürünlerini alan, işleyen, algılayan ve değer veren tüke-

* Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, sibelayildiz@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0701-2445

ticilerdir (Ramírez-Gutiérrez vd., 2020). Turist motivasyonlarının hem gastronomi deneyimi hem de bu deneyimden duyulan memnuniyet ile doğru-
dan bağlantılı olduğu belirlenmiştir (Agyeiwaah vd., 2019). Tüketici mem-
nuniyeti, bir ürün veya hizmetle ilgili genel tüketim deneyimini ifade eder
ve tüketicinin tüketim sonrası deneyimi, satın alma öncesi beklentiye göre
değerlendirmesiyle ilgilidir (Leckie vd., 2022). Gastronomi turizmi, eğlence
veya dinlenme amaçlı olarak gerçekleştirilen, gastronomi açısından zengin
destinasyonlara yönelik sürükleyici seyahat deneyimlerini içerir. Bu turizm
türü, gıda üreticilerini ziyaret etmeyi, gıda festivallerine katılmayı, pazar-
ları keşfetmeyi, mutfak programlarına katılmayı ve çeşitli gıda ürünlerinin
tadına bakmayı, mutfak dünyasıyla ilgili diğer faaliyetler arasında kapsar
(Vuksanović vd., 2024).

İletişim çağında gastronomi, turizm faaliyetleri içerisinde öne çıkan kül-
türel unsurlardan biri hâline gelmiştir. Yerel yemekler, mutfak gelenekleri
ve gastronomik deneyimler; dijital platformlar aracılığıyla geniş kitlelere
ulaştırılarak destinasyonların kültürel kimliğinin tanıtılmasında önemli bir
rol üstlenmektedir. Bu yönüyle gastronomi, yalnızca beslenme ihtiyacını
karşılamanın ötesine geçerek kültürler arası etkileşimi des-
tekleyen ve destinasyonların tanınırlığını artıran güçlü bir iletişim aracı hâ-
line dönüşmüştür (Uslu, 2025). Bu bağlamda destinasyonlara özgü orijinal
ve otantik yiyecek ve içeceklerle dayalı yerel yemek deneyimleri, bölgenin
kültürünü anlamak isteyen turistler için önemli çekim faktörleri olarak kabul
edilir. Gastronomi rotaları, bir destinasyonun mutfak kültürünü, yemek ge-
leneklerini ve yerel lezzetleri keşfetmek amacıyla oluşturulan özel güzergâh-
lar olarak ifade edilebilmektedir (Oğan & Çekiç, 2026). Gastronomi turistleri,
destinasyonun sunduğu yiyecek-içecek unsurlarını belirli rotalar üzerinden
deneyimleme eğilimindedir. Gastronomi rotaları, turistlere bütüncül bir de-
neyim sunarken onları hedeflenen bölgelere yönlendirir ve az bilinen ürün
ile işletmelerin tanıtımını sağlar. Aynı zamanda turizm gelirlerini artırarak
ziyaretçilerin harcama düzeyi, kalış süresi ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde
olumlu etki oluşturur (Güvenç vd., 2025).

Birçok ülkede ekonomik büyüme ve istihdamın önemli bir itici gücü ha-
line gelen gastronomi turizminin (Kivela & Crofts, 2006) büyümesi ve iler-
lemesi, özellikle konaklama ve turizm firmaları için oldukça önemli fırsat-
lar sunmaktadır (Mohammed vd., 2024). Bu bağlamda gastronomi rotaları
destinasyonların rekabet gücünün artırılması ve turistik ürün çeşitliliğinin
geliştirilmesi açısından önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Öte yandan, günümüzde dijitalleşmenin etkisiyle sosyal medya platformlarının popülerleşmesi, gastronomi rotalarının görünürlüğünü ve erişilebilirliğini artıran önemli bir unsur olmuştur. Sosyal medya, bireyleri yerel yiyecek ve içecekleri keşfetmeye teşvik ederek gastronomi turizmine yönelik talep oluşturmakta ve destinasyonların gastronomik değerlerinin daha geniş kitlelere ulaştırılmasına katkı sağlamaktadır (Marti-Ochoa vd., 2025). Bu durum, gastronomi rotalarının tanıtımını güçlendirerek destinasyonların rekabet avantajını pekiştirmektedir. Sosyal medya görünürlüğü, destinasyonların popüler algısını biçimlendirmekte ve turistlerin gastronomi odaklı seyahat tercihlerini yönlendirmekte önemli bir rol üstlenmektedir (Kivela & Crofts, 2006). Sosyal medya tüketicilerin kararlarını paylaşmalarını ve anında tepki ve onay konularında geri bildirim sağladığı (Hwang vd., 2021) düşünüldüğünde sosyal medyanın gücünün işletmenin başarısı üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu söylemek yanlış olmaz (Yu & Sun, 2019). Bu çerçevede, mevcut çalışma, literatürde sınırlı biçimde ele alınan sosyal ağlar ile gastronomi rotaları arasındaki ilişkinin, yerel kimlik inşası, deneyimsel tüketim ve dijital pazarlama dinamikleri bağlamında nasıl şekillendiğini ortaya koymayı ve bu çok boyutlu etkileşimi bütüncül bir perspektifle değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışma, kavramsal derleme yöntemi temelinde hazırlanmış olup, sosyal ağlar ve gastronomi rotaları arasındaki ilişkiyi yerel kimlik, deneyimsel tüketim ve dijital pazarlama perspektifinden değerlendirerek Safranbolu örneği üzerinden deneyimsel bir gastronomi rotası senaryosu önermektedir.

2. DİJİTALLEŞME SÜRECİNDE GASTRONOMİ DENEYİMİNİN DÖNÜŞÜMÜ VE SOSYAL MEDYANIN ROLÜ

Teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte günümüz dünyasında dijital dönüşüm odaklı yeni bir süreç başlamıştır. Bu süreç, birçok sektörde yapısal değişimlere neden olurken gastronomi, turizm ve yerel yiyecek-içecek alanlarını da önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle dijital teknolojiler ve sosyal medya uygulamaları, bireylerin gastronomik deneyimleri keşfetme, paylaşma ve işletmelerle etkileşim kurma biçimlerini yeniden şekillendirerek deneyim odaklı yeni bir tüketim anlayışının oluşmasına katkı sağlamıştır (Uslu, 2024).

Dijitalleşme, sosyal medyayı özellikle gastronomi gibi görselliğin ve deneyimsel paylaşımın merkezde olduğu alanlarda günlük yaşamı etkileyen önemli bir alan haline getirmiştir (Bayhan ve Yaman, 2025). Son yıllarda gast-

ronomi ve mutfak deneyimleri, iyi yemek yeme ve otantiklik algısının hem yolculuk anılarının inşasında hem de seyahatin anılarının oluşturulmasında önemli unsurlar haline geldiği turist deneyimlerinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Ramírez-Gutiérrez vd., 2020). Gastronomi, günümüzde yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir pratik olmanın ötesine geçerek, bireylerin sosyal statülerini, kültürel sermayelerini ve kimliklerini ifade ettikleri çok katmanlı bir alan haline gelmiştir (Mendelberg, 2022). Küreselleşme ve dijitalleşmenin hız kazandığı çağdaş dünyada, bireylerin yemek tercihleri ve bu deneyimleri paylaşma biçimleri, yalnızca bireysel zevkleri değil aynı zamanda kolektif kültürel kimliği de yansıtan göstergelere dönüşmektedir. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte yemek, özel bir tüketim pratiği olmaktan çıkarak kamusal bir gösteriye, hatta dijital kimliğin bir parçasına evrilmiştir (Önem vd., 2025). Bu dönüşüm, gastronominin fiziksel mekânlarda deneyimlenen bir unsur olmasının yanı sıra dijital ortamda yeniden üretilen ve dolaşıma sokulan bir deneyim haline gelmiştir.

Bilgi teknolojisinin gelişimi ve ilerlemesi, ürün ve endüstrilerin dönüşümüne sebep olmuştur. İnternetin yaşamlara dahil olmasıyla birlikte geleneksel medya büyük bir dönüşüm geçirerek yavaş yavaş dijital medyaya kaymıştır (Ying vd., 2024). Günümüz medya ortamında, sosyal ve ekonomik etkileşimler giderek artan bir şekilde çevrimiçi platformlar aracılığıyla gerçekleşmekte ve bu platformlar sayesinde daha da güçlenmektedir (Onorati & Giardullo, 2020). Sosyal medya kullanıcıları için bu platform, metin, fotoğraf ve video gibi çeşitli biçimlerde kendi deneyimlerini ve düşüncelerini sosyal ađ ve çevrim içi araçları, bloglar ve medya paylaşım ağları yoluyla online paylaşım yapabilecekleri alanlardır (Hwang vd., 2021). şirketler için sosyal medya platformu ise bu ağlardaki kullanıcılarla etkileşim kurmak, benzersiz hizmetler yaratmak ve seyahat deneyimlerini paylaşmak için birlikte çalışmak amacıyla kullanılmaktadır. Bu durum, gastronomi deneyiminin bireysel bir eylem olmaktan çıkarak sosyal ağlar üzerinden kolektif olarak şekillenen bir olguya dönüşmesine neden olmuştur. Özellikle Instagram, YouTube, TripAdvisor ve Facebook gibi platformlar, gastronomi deneyimlerinin görünürlüğünü artıran ve tüketici tercihlerini yönlendiren başlıca dijital mecralar olarak öne çıkmaktadır (Leckie vd., 2022; Sartika vd., 2025; Vukolic vd., 2025). Bu noktada sosyal ağların yalnızca bir paylaşım aracı olmadığı, aynı zamanda deneyim üretim sürecinin aktif bir bileşeni haline geldiği görülmektedir. Instagram gibi görsel odaklı platformlar, gastronomik unsurların

estetikleştirilerek sunulmasını teşvik etmekte ve bu durum, yemek deneyiminin “görsel olarak tüketilebilir” bir forma dönüşmesine neden olmaktadır (Chen vd., 2023; Özkan Önem vd., 2025).

Sosyal medyanın bu dönüştürücü etkisi, turizm davranışlarında da belirgin bir şekilde hissedilmektedir. Günümüzde turistler seyahat kararlarını büyük ölçüde sosyal medya içerikleri, kullanıcı yorumları ve çevrimiçi değerlendirmeler üzerinden şekillendirmektedir (Rahman vd., 2022; Mohammed vd., 2024). Bu durum, gastronomi deneyimlerinin destinasyon seçiminde belirleyici bir unsur haline gelmesine yol açmıştır. Aynı zamanda işletmeler, sosyal ağları yalnızca bir tanıtım aracı olarak değil, deneyim tasarımı ve tüketiciyle birlikte değer üretimi sağlayan stratejik bir platform olarak kullanmaktadır (Vukolic vd., 2025).

Gastronomi deneyimleri, turistik deneyimin ayrılmaz bir bileşeni haline gelmiş ve seyahat anılarının oluşumunda merkezi bir rol üstlenmiştir (Ramírez-Gutiérrez vd., 2020). Bu bağlamda gastronomi turizmi, ziyaretçilerin deneyimlerini zenginleştiren çeşitli mutfak etkinliklerini kapsamakta ve bu deneyimler büyük ölçüde dijital platformlar aracılığıyla paylaşılmaktadır (Akar vd., 2024). Kullanıcı tarafından üretilen dijital platform içerikleri, geleneksel reklamdan daha güvenilir olarak algılanmakta ve tüketici davranışları üzerinde daha güçlü bir etki yaratmaktadır (Banerjee, 2019). Sosyal medya ortamları, kullanıcılara sanal destinasyon deneyimleri sunarak karar verme süreçlerini daha erişilebilir ve etkili hâle getirmektedir. Bu bağlamda, turizm ve seyahat odaklı sosyal medya etkileyicileri önemli bir aracı rol üstlenmektedir. Söz konusu etkileyiciler; otantiklik, uzmanlık ve güvenilirlik gibi özellikleri aracılığıyla turist algılarının biçimlenmesinde etkili olmakta ve geleneksel ünlü kullanımına dayalı tanıtım yaklaşımlarının önüne geçmektedir (Pourazad vd., 2025). Bu nedenle işletmeler, sosyal medyayı yalnızca içerik paylaşımı için değil, hedef kitleyle etkileşim kurma, marka sadakati oluşturma ve deneyim temelli pazarlama stratejileri geliştirme amacıyla kullanmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal ağlar gastronomi deneyimini yerel kimlik, deneyim ve dijital pazarlama ekseninde yeniden şekillendiren çok amaçlı yapılarıdır. Bu bağlamda gastronomik deneyim; sosyal ağlar yoluyla önceden kurgulanan, deneyim sırasında gerçekleştirilen ve sonrasında dijital ortamda yeniden sunulan dinamik bir sürece dönüşmüştür. Bu dönüşüm, gastronominin tüketilen bir ürün olmanın yanı sıra dijital ortamda geliştirilen, paylaşılan ve yeniden anlamlandırılan bir deneyim olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

3. EKRANDAN ROTAYA: SOSYAL AĞLARIN GASTRONOMİK KEŐİFLERİ ŐEKİLLENDİRME GÜCÜ

Gastronomi turizmi, destinasyon deneyimini zenginleştiren çeşitli yiyecek ve mutfak aktivitelerini kapsamakta ve günümüzde gezginlerinin seyahat süreçlerinde merkezi bir rol oynamaktadır. Gezginler yerel lezzetleri keşitmekte ve bu deneyimlerini ağızdan ağıza (WoM) iletişim yoluyla paylaşırken, seyahat planlama aşamasında da diğer kullanıcı deneyimlerine yoğun biçimde başvurmaktadır. Nitekim, ziyaretçilerin büyük çoğunluğu destinasyona gitmeden önce yiyecek-içecek unsurlarını araştırmakta ve kararlarını Őekillendirmek için gastronomi odaklı bilgi arayışını sürdürmektedir (Akar vd., 2024). Seyahat ve turizm sektöründe sosyal medyanın kullanımının artması, gezginlerin destinasyon Őeçim süreçlerini önemli ölçüde etkilemiştir (Poyoi, 2024). Özellikle gastronomi odaklı bloglar ve çevrimiçi platformlar da bireylerin yemek tercihleri ve gastronomik davranışlarının Şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Bayhan & Yaman, 2025).

Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde sosyal medya, bireylerin tüketim davranışlarını ve deneyim Őekillerini köklü biçimde dönüştürerek gastronomi alanını daha görünür hale getirmiştir. Yeme-içme uygulamaları bireylerin fizyolojik gereksinimlerini karşılarken bir taraftan da destinasyon kimlik inşası, gastronomide estetik sunum ve bireylerin sosyal statülerinin bir göstergesi olarak yeniden anlamlandırılmıştır (Hasanein & Montaser, 2025; Ayyıldız, 2026). Bu kapsamda sosyal medya, gastronomik deneyimlerin üretildiği, paylaşıldığı ve yeniden yorumlandığı dijital bir sahneye dönüşmüştür.

Turizm kapsamında değerlendirildiğinde, gastronomik deneyimlerin önceden doğrudan test edilememesi, bireyleri sosyal medya içeriklerine yönlendirmektedir. Tüketiciler tarafından oluşturulan içerikler (yorumlar, görseller, videolar) destinasyon Őeçiminde belirleyici rol oynamaktadır (Belber ve Eker, 2022; Poyoi, 2024). Bu durum, geleneksel tanıtım araçlarıyla kıyaslandığında daha yüksek güven algısı oluşturarak “ekrandan rotaya” uzanan karar süreçlerini oluşturmaktadır. Nitekim turistler seyahate çıkmadan önce sosyal ağlar ve çevrimiçi platformlar aracılığıyla ulaştıkları güncel bilgilere güvenerek destinasyon tercihlerini planlamaktadır (Barbu vd., 2024; Martins vd., 2025; Vukolic vd., 2025). Bununla birlikte sosyal medya, diğer gezginlerin ziyaret ettikleri yer ve yedikleri yemekler hakkındaki deneyimlerini sunarak, mevcut ziyaretçinin planlama sürecini önemli ölçüde değiştirmektedir (Banerjee, 2019). Bu motivasyonlarla sosyal medya görünürlüğu, destinas-

yonların popüler algısını biçimlendirmekte ve turistlerin gastronomi odaklı seyahat tercihlerini yönlendirmekte önemli bir rol üstlenmektedir. Buna istinaden ortaya çıkan rekabet koşullarında tetiklemeyle destinasyonlardaki yiyecek-içecek işletmelerinin hizmet kalitesi, sunum tarzı ve mekânsal düzenlemelerde iyileştirme çalışmalarının yapılmasını zorunlu hale getirmektedir (Kivela & Crofts, 2006).

Sosyal ve kültürel boyutu dikkate alındığında, gastronomi bireysel kimliğin ve kültürel sermayenin önemli bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır. Dijital çağ etkileşimi ile birlikte gastronomik uygulamalar, özel alandan kamusal alana taşınarak yemek deneyimleri sosyal medya aracılığıyla sergilenen bir kültürel performans dönüşmüştür (Önem vd., 2025). Bu dönüşüm, gastronomik deneyimlerin yalnızca tüketilen değil, aynı zamanda paylaşılan ve yeniden üretilen bir olgu olduğunu göstermektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, turistlerin karar alma süreçlerini daha rasyonel ve veri temelli hale getirirken (Banerjee, 2019), aynı zamanda onları içerik üreticisi konumuna da taşımıştır. Günümüz tüketicisi yalnızca bilgi alan değil, deneyimlerini paylaşarak diğer kullanıcıların tercihlerini etkileyen aktif bir aktördür (Saboo vd., 2016; Avcı & Bilgili, 2020). Bu durum, gastronomi turizmini dinamik ve etkileşim temelli bir yapıya dönüştürmektedir. Özellikle Instagram, YouTube ve TikTok gibi görsel odaklı platformlar, gastronomik deneyimlerin estetik boyutunu ön plana çıkararak destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır (Onofrei vb., 2022; Chan vd., 2023; Bayhan & Yaman, 2025; Sartika vd., 2025; Vukolic vd., 2025).

Tüm bu bilgilerden yola çıkarak sosyal medyanın destinasyon markalaşmasında kritik bir araç haline geldiği söylenebilir. Sosyal medya, destinasyon imajlarının oluşturulması ve aktarılmasında stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Destinasyonlara gastronomik değerlerini tanıtmaya, hedef kitleyle etkileşim kurma ve turist deneyimlerinin birlikte üretimini destekleme imkânı sunarken, kurumsal iletişimi daha özgün ve kullanıcı odaklı bir yapıya dönüştürmektedir. Etkileşimli yapısı sayesinde kullanıcılar deneyimlerinin paylaşmaktadır (Marti-Ochoa vd., 2025). Yapılan bir araştırmaya göre katılımcıların önemli bir kısmı, Instagram, WhatsApp ve YouTube gibi sosyal platformlarda yiyecek ve içeceklerle ilgili içerikleri aktif olarak paylaştıkları belirlenmiştir. Bu durum, gastronomi içerikleri bağlamında dijital medyayla yüksek düzeyde etkileşim olduğunu göstermektedir (Önem vd., 2025). Bu durum seyahat ilhamını artırarak destinasyonların rekabet yapılarını güçlendirmektedir (Eryılmaz & Şengül, 2016; Marti-Ochoa vd., 2025). Artan bu re-

kabet koşulları yiyecek-içecek işletmelerini hizmet kalitesi, sunum ve mekân-sal tasarım açısından daha yenilikçi olmaya zorlamaktadır (Kivela & Crotts, 2006). Böylece sosyal medya yalnızca talebi yönlendiren değil, aynı zamanda arz tarafını da dönüştüren bir güç haline gelmektedir.

Öte yandan, sosyal medya etkileşimleri (beğeni, yorum, paylaşım) tüke-ticinin markayla kurduğu ilişkiyi derinleştirerek dijital davranışsal etkileşi-mi artırmaktadır (Onofrei vd., 2022). Bu etkileşimler, özellikle influencer ve mikro-influencerlar aracılığıyla daha da güçlenmekte; bu aktörler tüketiciler üzerinde yüksek düzeyde ikna edici etki oluşturmaktadır (Avcı & Bilgili, 2020; Bayhan & Yaman, 2025). Böylece gastronomik deneyimler, bireysel ter-cihlerden ziyade kolektif dijital yönlendirmeler ile şekillenmektedir. Sosyal medya fenomenleri, markalar ile tüketiciler arasında aracılık eden ve dijital pazarlamada etkili olan aktörlerdir. Sosyal platformlar üzerinden ürün ve deneyimlere ilişkin bilgilerin yayılmasında önemli rol oynamakta ve “n-c taraf onaylayıcı” işlevi görmektedir (Lim vd., 2017; Bayhan & Yaman, 2025). Bu süreç, özellikle ge kullanıcılar arasında bilgi ve deneyim paylaşı-mını artırmaktadır.

Sonuç olarak, sosyal medya gastronomik keşif süreçlerini destekleyen bir unsur olmaktan ıkmiş, bu süreçleri yönlendiren ve yeniden kurgulayan temel bir mekanizma haline gelmiştir. Bireyler artık destinasyonları dene-yimlemeden önce dijital ortamda keşfetmektedir. Görsel içerikler, kullanıcı deneyimleri ve sosyal etkileşimler aracılığıyla bireyler deneyimleme karar-ları oluşturmaktadır. Buna istinaden gastronomi turizminin geleceği dijital platformların belirleyici rolünün arttırarak devam edecektir. Bu durum, ek-randan rotaya uzanan bu dönüşümün tüketiciler davranışları ve destinasyon stratejileri bağlamında kritik bir paradigma değişimini ortaya çıkarmaktadır.

4. TABAKTAN KİMLİğE: GASTRONOMİ ROTALARINDA YEREL ANLATININ İNşASI

Gastronomik kimlik, bir destinasyonun sahip olduğu mutfak kültürü-nn tarihsel, kültürel ve çevresel unsurlarla şekillenmesi sonucunda ortaya çıkan özgün bir yapıyı ifade etmektedir. Destinasyona ait iklim özellikleri, coğrafi yapısı ve toprak koşulları kadar; dinî inanışlar, tarihsel süreçler, et-nik çeşitlilik, geleneksel yaşam biçimleri ve deneyimler de mutfak kültürü-nn oluşumunda belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda, gastronomik kimliğin oluşumunda çevresel faktörler ile kültürel unsurların birbirini ta-mamlayan ve eş düzeyde etkili bileşenler olduğu söylenebilir (Altundağ,

2026). Dolayısıyla bir destinasyonun kimliği, yalnızca fiziksel unsurlarla değil, o mekâna yüklenen anlamlar, gelenekler ve toplumsal deneyimlerle oluşur (Değirmenci & Kaya, 2020). Bu bağlamda gastronomi de tıpkı diğer kültürel unsurlar gibi, yerel kimliğin yaşatıldığı ve temsil edildiği bir alan olarak değerlendirilebilir. Gıda ve turizm endüstrileri arasındaki birbirini besleyen simbiyotik ilişki, gastronomiyi bir beslenme unsuru olmanın ötesine taşıyarak destinasyonun kültürel kimliğini, tarihsel birikimini ve özgün karakterini yansıtan önemli bir anlatı aracına dönüşmektedir. Yerel mutfığa yönelik ilginin artmasıyla birlikte, birçok destinasyon turizm ürünlerini gastronomi temelli olarak yeniden yapılandırmakta ve bu süreçte yemek, yerel kimliğin inşasında merkezi bir rol üstlenmektedir (Ab Karim & Chi, 2010). Destinasyonların gastronomik kimliği; coğrafi özellikler, tarihsel süreç, dini inançlar ve toplumsal bilgi birikimi gibi kültürel unsurların yanı sıra, yemeğin kalitesi, özgünlüğü, benzersizliği ve hazırlanma gelenekleri gibi çok boyutlu faktörlerin etkileşimiyle şekillenmektedir. Bu bağlamda coğrafya, etnik çeşitlilik, mutfak adabı, yaygın lezzetler ve yerel tarifler, destinasyonun gastronomi kimliğinin oluşumunda belirleyici bir rol oynamaktadır (Suna & Alvarez, 2021).

Marti-Ochoa ve arkadaşları (2025), sosyal medyanın turizm ve gastronomi arasındaki etkileşimi derinleştirerek bu iki alanın yapısal dönüşümünü hızlandırdığını belirtmektedir. Bu dönüşüm, turist davranışlarını ve destinasyon tercihlerini yeniden şekillendiren kritik bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Zira günümüzde bireyler, seyahat ve yeme-içme mekânı seçim süreçlerinde geleneksel bilgi kaynaklarından ziyade, diğer kullanıcılar tarafından çevrimiçi platformlarda paylaşılan deneyim, yorum ve değerlendirmelere daha fazla güvenme eğilimindedir (Poyoi, 2024).

Günümüzde turizm hareketliliği içerisinde öne çıkan unsurlardan biri de gastronomi odaklı rotalardır. Bu rotalar, farklı tatları keşfetme ve yerinde deneyimleme motivasyonuna sahip ziyaretçiler için önemli çekim alanları oluşturmaktadır. Gastronomi rotaları, yerel üreticilerin ve bölgesel yiyecek-içecek işletmelerinin desteklenmesine katkı sağlarken, aynı zamanda geleneksel mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilirliğinin devam ettirilmesinde de önemli bir rol üstlenmektedir. Günümüzde dünya genelinde ve Türkiye’de çok sayıda gastronomi temelli rota oluşturulmuş durumdadır (Ayyıldız vd., 2023). Gastronomi rotaları, destinasyon yemeklerini deneyimlemenin yanı sıra bölgenin kültürel mirasıyla ilgilenen, doğal zenginlikleri ve tarihi keşfetmek isteyenler için de çekici bir seçenek oluşturmaktadır.

Gastronomi rotalarının etkin biçimde uygulanabilme kriterleri kültürel miras yönetimi, turizm yönetimi ve pazarlama boyutlarıyla multidisipliner bir yaklaşım gerektirmektedir (Oğan & Çekiç, 2025). Örneğin gastronomi rotalarında anlatının inşası, yerel kimliğin yeniden üretilmesini ve bölgenin kendisini bütüncül bir anlatı üzerinden pazarlayarak rakipleri karşısında avantaj kazanmasını desteklemektedir. Bassano ve arkadaşları (2019)'na göre modern dijital medya, bireylerin bir destinasyona ilişkin deneyimlerini ve hikâyelerini paylaşmalarına olanak tanıyarak, gastronomi temelli mekânların anlamlandırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu anlatılar bir taraftan turistlerin diğer taraftan da yerel halkın deneyimlerini derinleştirerek destinasyonlara yönelik ilgiyi artırmakta ve tercih süreçlerini etkilemektedir. Dijital çağda hikâye anlatımı, artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerle dönüşerek, gastronomi rotalarının fiziksel yapısının yanı sıra, deneyimsel ve sembolik bir kimlik kazanmasına da katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, yerel anlatılar; paydaşlar tarafından paylaşılan deneyim, anekdot ve kültürel unsurlar aracılığıyla destinasyonun değer önerisini şekillendiren yenilikçi bir iletişim biçimi olarak öne çıkmaktadır.

5. DİJİTAL GÖRÜNÜRLÜKTEN DESTİNASYON MARKASINA: GASTRONOMİ ROTALARINDA SOSYAL Ađ TEMELLİ PAZARLAMA STRATEJİLERİ

Dijital pazarlama, marka, ürün veya hizmetlerin dijital kanallar aracılığıyla tanıtılmasını ve hedef kitlede farkındalık oluşturulmasını ifade eden bir pazarlama yaklaşımıdır. Sosyal medya pazarlaması ise dijital pazarlamanın bir alt alanı olup, ürün veya markaların tanıtımında sosyal medya platformları, forumlar ve bloglar gibi etkileşim temelli çevrimiçi ortamların kullanılmasına dayanmaktadır (Gedik, 2020). Sosyal medya pazarlaması, işletmelerin ürün ve hizmetlerini geniş kitlelere ulaştırmak amacıyla çeşitli sosyal medya platformları üzerinden yürüttükleri stratejik tanıtım faaliyetlerini ifade etmektedir (Nandini & Pasha, 2025).

Akıllı teknolojiler sayesinde şirketler, ürün ve hizmet yelpazelerini genişletmekte ve pazarla ilişkilerini arttıran bilgilere daha fazla erişim sağlayabilmektedir (Bartoli vd., 2021). Özellikle görsel içeriklerin dijital iletişim süreçlerinin artan önemi, sosyal medya etkileşimlerinin görsel ağırlıklı bir yapıya evrilmesine neden olmuştur. Bu dönüşüm, sosyal medya platformlarında içerik üretimi ve sunum stratejilerinin yeniden şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Chan vd., 2023). Dolayısıyla sosyal medyanın yükselişi,

destinasyon markalaşmasını büyük ölçüde yönetici odaklı bir süreçten, ortak yaratım, katılımcı anlam oluşturma ve müzakere edilmiş marka kimlikleriyle karakterize edilen ađ tabanlı ve çok aktörlü bir ortama dönüştürmüştür (Vichnevetskaia vd., 2026).

Müşterilerin bir ürün veya hizmetten memnun kalmaları sonrasında, bu deneyimlerini çevreleriyle paylaşarak ilgili ürün ya da hizmeti başkalarına önerme eğilimleri ortaya çıkmaktadır. “Tavsiye etme davranışı” olarak tanımlanan bu davranış, müşteri memnuniyetinin önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmekte ve potansiyel tüketicilerin marka, ürün veya hizmetlere ilişkin algılarının oluşumunda belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu davranış, mevcut müşterilerin marka bağlılığı ve sadakat düzeylerinin artmasına katkı sağlarken, işletmeler açısından yeni müşteri edinme süreçlerini de destekleyen önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle turizm sektöründe ziyaretçilerin olumlu deneyimlerini paylaşmaları, destinasyonların tanıtım faaliyetlerinin güçlendirilmesi, rekabet avantajının artırılması ve sürdürülebilir bir destinasyon imajının geliştirilmesi bakımından stratejik bir değer taşımaktadır (Pınaroğlu & Ayaz, 2024). Restoran işletmeleri tüketici davranışlarında meydana gelen bu değişimlerden yararlanarak marka görünürlüğünü artırmak, hedef kitleyle etkileşim kurmak ve tüketici sadakati oluşturmak amacıyla sosyal medya hesaplarında daha estetik, dikkat çekici ve etkileşim odaklı görsel içerikler paylaşmaktadır (Chan vd., 2023).

Sosyal ağlar, tüketicilerle açık ve doğrudan bir kanal oluşurmada, doğrudan pazarlama faaliyetlerinde ve marka oluşurmada stratejik varlıklar olarak da öne çıkmaktadır (Bartoli vd., 2022). Bu ağlar, destinasyon deneyimi sırasında cazibe merkezleri, yiyecek-içecek tercihleri ve etkinlikler gibi konularda ziyaretçilere gerçek zamanlı karar desteği sunmaktadır. Böylece destinasyon markalamasının daha katılımcı, etkileşimli ve deneyim odaklı biçimlerde şekillenmesine katkıda bulunmaktadır (Vichnevetskaia vd., 2026). Sosyal ağların etkisiyle gastronomi ve yeme-içme sektöründe görsel içeriklerin yaygınlaşması, tüketicilerin restoran tercih süreçlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Sosyal medya, paylaşıma uygun görölen restoranların daha fazla tercih edilme eğilimi ortaya çıkmıştır. Bu durum, sosyal medyanın bir iletişim aracı olmasının yanında etkili bir dijital pazarlama ve marka konumlandırma platformu haline geldiğini göstermektedir (Chan vd., 2023).

Destinasyon markalaşması, pazarlama stratejilerinin temelidir ve turizm sektöründe, bu yerlerin ayrıcalığını vurgulayarak potansiyel turistlerin ve diğer paydaşların zihninde yerlerin imajlarını şekillendirmek için en önemli

pazarlama aracıdır. Destinasyon markalaşmasının veya yer markalaşmasının karmaşık olduğunu ve bölgenin turizm nüfusuna hizmet eden hem yerel hem de işletme pazarlama stratejilerinde giderek daha önemli bir rol oynadığı açıktır (Tran & Rudolf, 2022). Bu bağlamda sosyal medya pazarlamasının, sosyal ađ platformlarının stratejik kullanımı aracılığıyla tüketicilerle iletişim kurulmasını sağlayan, marka görünürlüğünü artıran, kullanıcı etkileşimini teşvik eden ve hedef kitlelerin dikkatini daha etkin biçimde çekmeyi amaçlayan yeni nesil bir pazarlama yaklaşımı olduğu söylenebilir (Dwivedi vd., 2015).

Sosyal medya pazarlaması, ürün ve markalara yönelik farkındalığın artırılmasının yanı sıra tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Etkin biçimde yürütölen sosyal medya pazarlaması uygulamaları, tüketici algılarını, tutumlarını ve satın alma davranışlarını olumlu yönde şekillendirebilmektedir. Günümüzde sosyal medya platformları, markalar ile tüketiciler arasında etkileşim odaklı iletişimi güçlendiren, dijital pazarlama süreçlerini destekleyen ve marka bağlılığının geliştirilmesine katkı sağlayan dinamik bir pazarlama ortamı sunmaktadır (Nandini & Pasha, 2025). Bu bağlamda yerel ürünlerin sürdürülebilirliği için, sosyal pazarlama daha fazla müşteriye ulaşma fırsatı yaratmaktadır (Nandini & Pasha, 2025). Buna istinaden son yıllarda, sosyal medya gönderileri yerel yönetimler, seyahat organizasyonları ve seyahat acenteleri tarafından giderek daha fazla çevrimiçi pazarlama aracı olarak kullanılmaktadır. Çevrimiçi işlem hacmi bakımından turizmin en büyük endüstri olarak sıralandığını belirtmek önemlidir (Vukolic vd., 2025).

6. SOSYAL MEDYA DESTEKLİ DENEYİMSEL BİR YAKLAşIMLA SAFRANBOLU GASTRONOMİ ROTASI SENARYOSU

Dijitalleşme ile birlikte gastronomi deneyimi yalnızca yemek tüketiminden ibaret olmaktan çıkmış; paylaşılabilir, görselleştirilebilir ve çevrim içi etkileşim üreten bir deneyim biçimine dönuşmüştür. Bu süreçte Safranbolu'daki gastronomi işletmeleri de dijital teknolojileri deneyim tasarımının bir parçası olarak kullanmaya başlamıştır. Örneğin birçok tarihi konak restoranlarında QR kod destekli dijital menüler kullanılmaktadır. Ziyaretçi QR kodu okuttuğunda yalnızca yemek listesini değil; yemeğin tarihçesini, hazırlanış videosunu ve kullanılan yerel ürünlerin hikâyesini de görüntüleyebilmektedir. Başka bir örneğe bakılacak olursa safranlı zerde tatlısının yanında yer alan kısa bir video içeriğinde safranın nasıl üretildiği ve neden

“dünyanın en pahalı baharatı” olarak tanımlandığı anlatılmaktadır. Ayrıca işletmeler, müşterilerin sosyal medya paylaşım yapmasını teşvik etmek amacıyla “Instagram köşeleri” oluşturmaktadır. Geleneksel bakır mutfak dekorasyonu, ahşap masa düzenlemeleri ve nostaljik kahve sunumları özellikle fotoğraf çekimi için tasarlanmakta; böylece müşteriler destinasyonun dijital tanıtımına gönüllü katkı sunmaktadır. TikTok platformunda kısa süre içinde popülerleşen “Safranlı Türk kahvesi köpük testi” videoları veya “Lokum kesme videoları” gibi içerikler, gastronomik deneyimi dijital eğlence unsuru haline dönüştürmektedir. Bu durum gastronomi turizminin deneyimsel yapısının sosyal medya aracılığıyla yeniden şekillendiğini göstermektedir.

Günümüzde turistlerin büyük bölümü destinasyon seçimlerini sosyal medya içeriklerinden etkilenerek gerçekleştirmektedir. Özellikle Instagram Reels, TikTok videoları, YouTube gezi vlogları ve Google yorumları gastronomi turizmi açısından belirleyici hale gelmiştir. Safranbolu örneğinde sosyal medya, gastronomi rotalarının dijital vitrine dönüşmesini sağlamaktadır. Örneğin bir içerik üreticisinin “Safranbolu’da bir günde ne yenir?” başlıklı TikTok videosunda sırasıyla safranlı kahve, lokum tadımı, kuyu kebabı ve tarihi konakta serpmek kahvaltısı deneyimlerini paylaşması milyonlarca kullanıcıya ulaşabilmektedir. Video altında yapılan yorumlarda kullanıcıların “Burayı gezi listeme ekledim”, “Bu kahveyi mutlaka denemeliyim” gibi ifadeler kullanması, sosyal medyanın seyahat motivasyonu üzerindeki etkisini göstermektedir. Benzer şekilde Instagram’da #SafranboluLezzetleri, #SafranboluGastronomiRotası veya #SafranlıTatlar gibi etiketlerle yapılan paylaşımlar, kullanıcıların dijital ortamda ortak bir gastronomik hafıza oluşturmalarına katkı sağlamaktadır. Özellikle görsel estetiği yüksek sunumlar, bakır servis ekipmanları, tarihi konak atmosferi ve geleneksel kıyafetlerle yapılan sunumlar sosyal medya kullanıcılarının dikkatini çekmektedir. YouTube gezi kanallarında ise “Safranbolu’da 1000 TL ile bir gün” veya “Türkiye’nin en otantik kahvaltısı” gibi içerikler, gastronomi deneyimini eğlence ve keşif unsurlarıyla birleştirerek destinasyonun dijital erişimini genişletmektedir. Böylece turistler önce ekran aracılığıyla deneyimi görmekte, ardından fiziksel olarak bu rotayı deneyimleme isteği geliştirmektedir.

Safranbolu, tarihi konakları, UNESCO Dünya Mirası statüsü ve köklü mutfak kültürü ile Türkiye’nin gastronomik kimlik oluşturan önemli destinasyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Özellikle Safranbolu lokumu, safranlı zerde, kuyu kebabı, peruhi, cevizli yayım ve Safranbolu ev baklavası gibi yöresel ürünler, bölgenin kültürel hafızasını temsil eden

gastronomik miras unsurlarıdır. Günümüzde gastronomi rotaları yalnızca yemek tüketimine dayalı turistik faaliyetler olmaktan çıkmış; destinasyonun hikâyesini anlatan kültürel deneyim alanlarına dönüşmüştür. Örneğın Safranbolu'ya gelen bir turistin ilk durağı olan Tarihi Çarşı bölgesinde, geleneksel lokum üretimi yapan işletmelerin cam atölye mutfakları ziyaretçilere açık hale getirilmektedir. Burada ziyaretçiler yalnızca lokum satın almamakta; ustaların üretim sürecini izlemekte, safranın kullanım hikâyesini öğrenmekte ve bu deneyimi sosyal medya hesaplarında paylaşmaktadır. Özellikle Instagram'da paylaşılan “bakır tepside safranlı lokum kesimi” videoları yüksek etkileşim almakta ve destinasyonun gastronomik görünürlüğünü artırmaktadır. Bunun yanında bazı işletmeler, “annesinden öğrenilen tarifler” ya da “100 yıllık konak mutfağı” gibi anlatılarla yerel yemekleri hikâyeleştirerek gastronomik deneyimi kültürel bir kimlik unsuruna dönüştürmektedir. Örneğın bir konakta hazırlanan peruhi yemeğinin sunumu sırasında ziyaretçilere yemeğın Osmanlı döneminden günümüze uzanan geçmişi anlatılmakta; bu anlatım TikTok ve YouTube Shorts videolarında “Anadolu'nun unutulmuş lezzetleri” başlığıyla paylaşılmaktadır.

Google Maps yorumları da destinasyon markalaşmasının önemli bir bileşeni haline gelmiştir. Yüksek puan alan restoranlar ve olumlu ziyaretçi yorumları, turistlerin destinasyon tercihlerinde doğrudan etkili olmaktadır. Örneğın “Safranbolu'da yediğim en iyi kahvaltı” veya “Tarihi konakta unutulmaz yemek deneyimi” şeklindeki kullanıcı yorumları dijital ağızdan ağıza pazarlama etkisi oluşturmaktadır.

Safranbolu'nun gastronomik marka değerinin güçlendirilmesinde sosyal medya temelli pazarlama stratejileri önemli rol oynamaktadır. Günümüzde destinasyonların yalnızca fiziksel çekicilikleri değil; dijital görünürlük düzeyleri de rekabet avantajı oluşturmaktadır. Örneğın Safranbolu Belediyesi, yerel işletmeler ve turizm paydaşları iş birliğiyle “Safranın İzinde Gastronomi Rotası” adlı bir dijital kampanya düzenleyebilir. Bu kampanyada ziyaretçilerin belirli restoranlarda çekilen fotoğrafları #SafranRotası etiketiyle paylaşmaları teşvik edilebilir. En yaratıcı paylaşım yapan ziyaretçilere ücretsiz lokum seti veya gastronomi atölyesi deneyimi sunulabilir. Bunun yanında influencer pazarlaması da etkili stratejilerden biridir. Örneğın milyonlarca takipçisi bulunan bir gastronomi fenomeninin Safranbolu'da çektiği “Anadolu'nun gizli lezzet rotası” videosu, destinasyonun uluslararası görünürlüğünü önemli ölçüde artırabilir. Özellikle yabancı turistlere yönelik İngilizce altyazılı içerikler, Safranbolu'nun küresel gastronomi destinasyon-

nu olarak konumlanmasına katkı sağlayabilir. Sonuç olarak sosyal medya, Safranbolu gastronomi rotalarının yalnızca tanıtımını yapan bir araç değil; aynı zamanda destinasyon kimliğini yeniden üreten, deneyimi dönüştüren ve marka değerini güçlendiren stratejik bir unsur haline gelmiştir. Bu süreçte gastronomik deneyimler dijital görünürlük sayesinde küresel lkte dolaşıma girmekte ve Safranbolu'nun kültürel mirası yeni nesil turistlerle etkileşim kurabilmektedir.

7. SONUÇ

Sosyal ağlar, gastronomi rotalarının oluşumu ve yaygınlaşmasında yalnızca bir iletişim aracı değil; yerel kimliğin görünür kılındığı, deneyimlerin yeniden üretildiği ve destinasyonların dijital ortamda markalaştırıldığı stratejik bir ekosistem haline gelmiştir. Özellikle Instagram, YouTube, Tik Tok ve evrimii değerlendirme platformları aracılığıyla gastronomik deneyimlerin görselleştirilmesi, turistlerin destinasyon tercihlerini doğrudan etkileyerek "ekrandan rotaya" uzanan yeni bir tketicim ve deneyim modeli oluşturmuştur. Bu süreçte kullanıcı tarafından üretilen içerikler, geleneksel tanıtım faaliyetlerinden daha güvenilir algılanmakta; gastronomi rotalarının otantiklik, kültürel miras ve yerel anlatı ekseninde yeniden anlamlandırılmasına katkı sağlamaktadır.

Gastronomi rotaları, yerel ürünlerin, geleneksel tariflerin ve bölgesel kültürel değerlerin sürdürülebilir biçimde korunmasına katkı sunarken; sosyal medya aracılığıyla bu değerlerin küresel lkte dolaşıma girmesine imkân tanımaktadır. Böylece gastronomi deneyimi yalnızca fiziksel tketicimle sınırlı kalmayıp dijital ortamda paylaşılan, yeniden yorumlanan ve sembolik anlamlar yüklenen çok katmanlı bir deneyime dönüşmektedir. Sosyal ağlar üzerinden yrtlen hikâye anlatımı, influencer pazarlaması ve kullanıcı etkileşimleri, destinasyonların rekabet avantajı kazanmasını desteklemekte ve gastronomik kimliğin dijital temsiline g kazandırmaktadır.

Sonuç olarak, gastronomi rotalarının geleceğinde dijital pazarlama stratejileri ve sosyal aę temelli görünürlük kritik bir belirleyici olmaya devam edecektir. Bu bağlamda destinasyonların sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi için yerel kimliği koruyan, otantik deneyimleri ön plana çıkaran ve kullanıcı etkileşimini merkeze alan bütüncül dijital pazarlama stratejileri geliştirmesi gerekmektedir. Gastronomi rotalarının başarısı artık yalnızca fiziksel deneyimin kalitesiyle değil, bu deneyimin dijital ortamda nasıl temsil edildiği, paylaşıldığı ve kolektif hafızada nasıl yeniden üretildiği ile de doğrudan ilişkilidir.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., & Chi, C. G. Q. (2010). Culinary tourism as a destination attraction: An empirical examination of destinations' food image. *Journal of hospitality marketing & management*, 19(6), 531-555.
- Agyeiwaah, E., Otoo, F. E., Sunkul, W., & Huang, W. J. (2019). Understanding culinary tourist motivation, experience, satisfaction, and loyalty using a structural approach. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 295-313.
- Akar, E., Yaran Ögel, İ., & Medetoğlu, B. (2024). How does gastronomy information presentation quality in social media affect the gastronomy destination image formation of travelers? A study on three gastronomy cities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(7), 903-922.
- Altundağ, Ö. O. (2018). Turistlere sunulan yöresel yemeklerin makro ve mikrobesein öğesi içeriğinin sağlık boyutu: safranbolu ilçesi örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 16-28.
- Altundağ, Ö. Ö. (2026). Yöresel Ürünlerin Sürdürülebilirliği: Sakin Şehir Safranbolu Örneği (Sustainability of Local Products: The Case of Cittaslow City Safranbolu). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 14(1), 1-21.
- Avcı, E., & Bilgili, B. (2020). Sosyal medya fenomen özelliklerinin takipçilerin destinasyonu ziyaret etme niyeti üzerindeki etkisi. *Tourism and Recreation*, 2(Ek 1), 83-92.
- Ayyıldız, S. Türker, N. Pınaroğlu, B. (2023). Safranbolu'dan Taşköprü'ye Kuyu Kebabı: Bir Gastronomi Rotası Önerisi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 6 (1); 365-376
- Banerjee, P. (2019). Social media and gastro-tourism: an influence of digital environment on the gastronomy sector. *Advance and Innovative Research*, 196.
- Barbu, F. S., Sanda, G., Rusu, C. M., & Balint, P. G. (2024). The impact of social networks on the choice of tourist destinations. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* 18 (1), 2327-2343, Sciendo.
- Bartoli, C., Bonetti, E., & Mattiacci, A. (2022). Marketing geographical indication products in the digital age: a holistic perspective. *British Food Journal*, 124(9), 2857-2876.
- Bayhan, İ., & Yaman, Z. Ö. (2025). Gastronomy and social media: female influencers' experiences and insights on creating culinary contents. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 101342.
- Belber, B. G., & Eker, S. (2022). Sosyal medyanın destinasyon tercihine etkisi: Kapadokya örneği. *Yeni Medya*, 2022(12), 205-233.
- Chan, I. C. C., Chen, Z., & Leung, D. (2023). The more the better? Strategizing visual elements in social media marketing. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 268-289.

- Oğan, Y., & eki, İ. (2026). Gastronomi Rotaları Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünler: Doğu Karadeniz Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 312-327. <https://doi.org/10.21547/jss.1651750>
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289-309.
- Değirmenci, T., & Kaya, N. K. (2020). Somut ve somut olmayan değerler ve bir yerin miras niteliğine katkısı: UNESCO Dünya Miras Alan Örnekleri. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 20-34.
- Eryılmaz, B., & şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir çerçeve: Sosyal medya ve web 2.0. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 252-269.
- Güvenç, N. Y., Evren, S., & Köz, E. N. (2025). Starting route: Istanbul street food. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 40, 101163.
- Hasanein, A. M., & Montaser, N. M. (2025). Visual Bites and Social Proof: The Mediating Role of Credibility Between Foodstagramming and Visit Intention to Saudi Casual Dining Restaurants. *Tourism and Hospitality*, 6(2), 102.
- Hwang, J., Eves, A., & Stienmetz, J. L. (2021). The impact of social media use on consumers' restaurant consumption experiences: A qualitative study. *Sustainability*, 13(12), 6581.
- Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., & Chuntamara, C. (2022). Exploring gastronomic tourism experiences through online platforms: evidence from Thai local communities. In *Gastronomic Tourism Experiences and Experiential Marketing* (pp. 25-41). Routledge.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354-377.
- Leckie, C., Dwivedi, A., & Johnson, L. (2022). Examining drivers and outcomes of social media brand engagement. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(2), 350-367.
- Lee, K. S., & Tao, C. W. W. (2022). Culinary knowledge sharing on social media: case of the 2019 Malaysian world pastry champion wei loon tan. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 52-64.
- Li, Y. (2022). Identity construction in social media: A study on blogging continuance. *Behaviour & Information Technology*, 41(8), 1671-1688.
- Marti-Ochoa, Noguer-Junca, E., J., & Martin-Fuentes, E. (2025). A Taste of Catalonia: A Social Media Analysis of Gastronomic Content on Instagram. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 101283.

- Martins, W. S., Martins, M., & Morais, E. P. (2025). Exploring the influence of social media on tourist decision-making: Insights from Cape Verde. *Tourism and Hospitality*, 6(1), 45.
- Moral-Cuadra, S., Martín, J. C., Román, C., & López-Guzmán, T. (2023). Influence of gastronomic motivations, satisfaction and experiences on loyalty towards a destination. *British Food Journal*, 125(10), 3766-3783.
- Nandini, R. G. & Pasha, M.S. (2025). Role of social marketing in sustainable development of geographical indication products. *mLAC Journal for Arts, Commerce and Sciences (m-JACS) ISSN: 2584-1920*, 3(3), 17-23.
- Oğan, Y., & Çekiç, İ. (2026). Gastronomi rotaları oluşturmada coğrafi işaretli ürünler: Doğu Karadeniz örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 312-327. <https://doi.org/10.21547/jss.1651750>
- Onofrei, G., Filieri, R., & Kennedy, L. (2022). Social media interactions, purchase intention, and behavioural engagement: The mediating role of source and content factors. *Journal of Business Research*, 142, 100-112.
- Onorati, M. G., & Giardullo, P. (2020). Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor. *Food, Culture & Society*, 23(3), 347-365.
- Önem, E. Ö., & Aydın, S. (2025). Conspicuous Tastes Online: Are Gastronomic Variety and Symbolic Status Shaping Local Food Choices?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 101206.
- Pınaroğlu, B., & Ayaz, N. (2024). Tabiat parkı ziyaretçilerinin seyahat memnuniyeti ve tavsiye etme niyeti: Batı Karadeniz Bölgesi örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 14(4), 592-608.
- Pourazad, N., Stocchi, L., & Simmonds, L. (2025). Influencers and the choice of a travel destination: a customer journey and information processing perspective. *Information Technology & Tourism*, 27(4), 1185-1228.
- Poyoi, P. (2024). A behavioural model for food tourism: an analysis of experiences on social media. Universitat de Girona. Departament d'Economia, <https://www.tdx.cat/handle/10803/693277>, Erişim Tarihi: 25 Nisan 2026.
- Ramírez-Gutiérrez, D., Santana-Talavera, A., & Fernández-Betancort, H. (2021). Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications. *Tourism Recreation Research*, 46(3), 345-359.
- Saboo, A. R., Kumar, V., & Ramani, G. (2016). Evaluating the impact of social media activities on human brand sales. *International Journal of Research in Marketing*, 33(3), 524-541.
- Sartika, Kusumawati, A., Rahimah, A., & Abdillah, Y. (2025). Does social media involvement matter? A scoping review of memorable tourism experience on local food. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2464875.

- Suna, B., & Alvarez, M. D. (2021). The role of gastronomy in shaping the destination's brand identity: An empirical analysis based on stakeholders' opinions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(6), 738-758.
- Uslu, A.N. (2024). Yapay Zeka ve Gastronominin Geleceği. *Gastrodiplomasiye Dair Seçki Yazılar 1* (Ed: Bayat, G. ve Kılıç, B.), Detay Yayıncılık, Ankara, ss.230-249
- Uslu, A.N. (2025). Müzik ve Gastrodiplomasi. *Gastrodiplomasiye Dair Seçki Yazılar* (Ed: Bayat, G. ve Kılıç, B.), Detay Yayıncılık, Ankara, ss.78-93
- Vichnevetskaia, A., Manley, A., Chung, H., & Wang, Y. W. (2026). Maximising destination branding outcomes: social media's role in the digital tourism journey. *International Journal of Tourism Cities*, 1-17.
- Vukolic, D., Gajić, T., & Penic, M. (2025). The effect of social networks on the development of gastronomy—the way forward to the development of gastronomy tourism in Serbia. *Journal of Tourism Futures*, 11(1), 124-139.
- Vuksanović, N., Demirović Bajrami, D., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., Malinović-Milićević, S., Radosavac, A., ... & Ergović Ravančić, M. (2024). The role of culinary tourism in local marketplace business—New outlook in the selected developing area. *Agriculture*, 14(1), 130.
- Ying, L., Ziyi, Q., Shizhuan, H., Yan, L., & Tongqian, Z. (2024). The development of digital tourism in China. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2347013.
- Yu, C. E., & Sun, R. (2019). The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau. *Tourism Management*, 75, 257-268.
- Yuan, Y., Chan, C.S., Eichelberger, S., Ma, H. and Pikkemaat, B. (2022). The effect of social media on travel planning process by Chinese tourists: the way forward to tourism futures. *Journal of Tourism Futures*, 1-20.
- Zhang, Y., Hsu, F. C., & Gao, L. (2025). The role of social media in tourists' conformity and irrational food consumption: Implications for food waste. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101133.
- Zheng, Q., Zhang, S., Liang, J., Chen, Y., & Ye, W. (2023). The impact of cultural memory and cultural identity in the brand value of agricultural heritage: A moderated mediation model. *Behavioral Sciences*, 13(2), 79.

TATİL YERİ SEÇİMİNDE GASTRONOMİK UNSURLARIN ETKİSİ

Serkan SEMİNT*
Vildan TÜYSÜZ**

1. GİRİŞ

Günümüzde hızla büyüyen turizm endüstrisi, ziyaretçileri cezbetmek ve diğer destinasyonlardan ayrılmak amacıyla yerel mutfak unsurlarını ve gelenekleri turistik tekliflerine dâhil etmiştir. Yiyecek, sadece bir destinasyonun çekiciliğini artıran değil, aynı zamanda mekâna değer katan ve ekonomik fayda sağlayan temel bir unsur haline gelmiştir. Bu bağlamda gastronomi turizmi, yerel mutfak kültürlerinin ve ürünlerin tanıtılması yoluyla destinasyonun marka imajına katkı sunmakta ve gelişimini desteklemektedir (Kovalenko vd., 2023). Ayrıca gastronomi, turistlerle yerel halk arasında sembolik bir etkileşim kurarak duygusal bir bağ oluşmasını sağlamakta ve destinasyon imajının güçlenmesinde etkili olmaktadır. Son yıllarda, bölgeye özgü yemekleri tatmak, yerel üretim süreçlerini gözlemlemek gibi deneyim odaklı faaliyetler turistlerin destinasyon tercihlerinde belirleyici hale gelmiştir. Bu durum, gastronominin alternatif turizm biçimlerini desteklemesine ve yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımına katkı sunmasına zemin hazırlamaktadır (Yıkılmış vd., 2024).

Turizm, günümüzde boş zaman değerlendirme ve tüketimle yakından ilişkili önemli bir ekonomik faaliyet alanıdır. Özellikle istihdam yaratma po-

* Dr. Öğr. Üyesi, 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

tansiyeli ve mevsimsel iş g¼c¼ yapısı ile birçok b¼lge için stratejik bir end¼stri niteliği taşımaktadır. Örneğin Yunanistan'da turizm, diğer sekt¼rlerin durgunluk yaşadığı dönemlerde bile yeni istihdam olanakları oluşturarak ekonomiye katkı sağlamaktadır. Gastronomi turizmi ise yerel mutfak deneyimlerinin bilinçli bir biçimde keşfedilmesine dayalı, küresel ölçekte yüksek gelir getiren alternatif bir turizm tür¼ olarak öne çıkmaktadır. Bu doğrultuda birçok ¼lke, gastronomi temelli pazarlama stratejileri geliştirerek ziyaretçilerin yerel lezzetleri deneyimleme isteklerinden faydalanmakta ve turizm gelirlerini çeşitlendirmektedir (Panas vd., 2022).

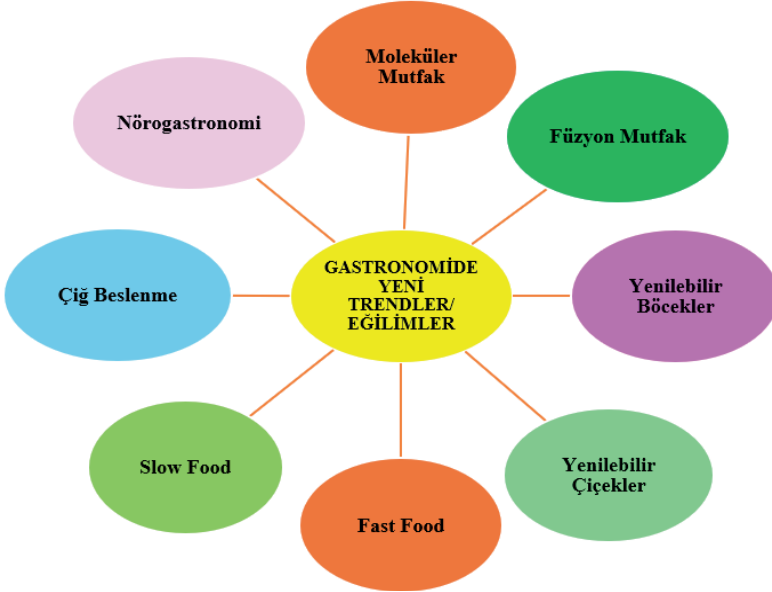
Gastronomik unsurlar son yıllarda, başlı başına bir turistik çekim unsuru haline gelmiştir. Ekonomik kalkınmayı destekleyen ve kült¼rel dönüş¼me katkı sağlayan bir araç olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, turistlerin tatil b¼telerinin önemli bir kısmını gastronomi faaliyetlerine ayırdığını göstermektedir. Gastronomi, ziyaretçi deneyimini zenginleştirerek destinasyon imajının oluşumunda belirleyici rol oynamakta ve kolektif hafızanın güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca tarım sektör¼yle kurduğu bağlantılar sayesinde (Kurt & Uzun Güripek, 2024) turizm değer zincirinde sürdür¼lebilir ekonomik ilişkiler yaratmaktadır. Bu nedenle pek çok destinasyon, gastronomi ürünlerini tanıtım aracı olarak kullanmakta ve bazı b¼lgeler kendilerini doğrudan gastronomi merkezi olarak konumlandırmaktadır (Wondirad & Verheye, 2023).

Kitabın bu bölüm¼nde gastronomi turizmi, tatil yeri seçiminde etkili olan unsurlar ve gastronominin destinasyonlar üzerindeki etkileri b¼t¼nc¼l bir bakış açısıyla ele alınmaktadır. Günümüzde deneyim odaklı turizm anlayışının güçlenmesiyle birlikte gastronomi, destinasyonların çekiciliğini artıran ve turistlerin tercihlerini şekillendiren önemli bir unsur h¼line gelmiştir. Böl¼mde, yöresel lezzetlerin, gastronomik deneyimlerin ve destinasyon imajının tatil yeri seçimindeki rol¼ incelenirken, gastronominin yerel ekonomi, turizm gelirleri ve kült¼rel sürdür¼lebilirlik üzerindeki etkileri de değerlendirilmiştir. Bu yön¼yle bölüm, gastronomi turizmine ilişkin güncel eğilimleri teorik ve uygulamalı boyutlarıyla ele alarak literat¼re özęün bir katkı sunmaktadır.

2. GASTRONOMİ TURİZMİ VE YENİ TRENDLER/ EğİLİMLER

Günümüzde turizmin gelişimi, küreselleşme ile yerel değerlere yönelme eğilimlerinin eş zamanlı olarak ilerlemesi bakımından paradoksal bir özellik taşımaktadır. Artan rekabet koşulları içinde turistik destinasyonlar, pazarda

varlıklarını sürdürmek ve farklılaşmak amacıyla yeni stratejiler geliştirmek zorundadır. Dünyanın giderek daha bütünleşik hale gelmesine karşın, turistler yerel kimlik ve kültüre dayalı özgün deneyimler arayışını sürdürmektedir. Bu bağlamda mutfak, bir bölgenin kültürünü ve yaşam biçimini anlamada temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Gastronomi, kültüre ve geleneğe saygı, sürdürülebilirlik, özgünlük ve sağlıklı yaşam anlayışı gibi değerleri yansıtarak turizmdeki çağdaş eğilimlerle örtüşmektedir. Ayrıca gastronomi, turizmi çeşitlendirme, yerel ekonomik kalkınmayı destekleme, üretici ve tedarikçileri kapsayan farklı sektörleri harekete geçirme potansiyeliyle önemli bir fırsat alanı sunmaktadır. Bu doğrultuda, gastronominin destinasyon seçimi ve turist tercihlerindeki belirleyici rolü, yerel ürün temelli gastronomi sunumlarının artmasına ve gastronomi turizminin ayrı bir pazar olarak güçlenmesine katkı sağlamıştır (Gheorghe vd., 2014).



Şekil 1. Gastronomide Yeni Trendler / Eğilimler

Kaynak: Oğan, 2021; Duran & Bilim, 2022; Yıkılmış vd., 2024 kaynaklarından yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Çiğ Beslenme: Kuruyemiş, tohum, filizlenmiş tahıllar, baklagiller ile çiğ meyve ve sebzelerin tüketimine dayalı bir beslenme biçimi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle, organik meyve ve sebzeler, filizlendirilmiş kök bitkiler ve canlı gıdaların tercih edilmesiyle sağlıklı bir yaşamı destekleyen bir yaklaşımdır. Bu beslenme türünde yer alan gıdalar genellikle doğal gübrelere yetiştirilmekte ve kimyasal işlemlere maruz bırakılmamaktadır. Çiğ beslenme, pişmemiş, 40°C'nin altındaki sıcaklıklarda hazırlanmış, rafine

edilmemiş organik gıdalar ile güneşte kurutulmuş ürünleri kapsamaktadır (Varol & Akay, 2022).

Füzyon Mutfak: Farklı kültür, bölge ve ülkelerin mutfak geleneklerinden öğeleri bir araya getiren yenilikçi bir mutfak anlayışıdır. Çok kültürlü yapının bir yansıması olarak “küresel mutfak” şeklinde de tanımlanmaktadır. Geleneksel gastronomiden ilham alan bu mutfak türü, özgünlük ve yaratıcılığı ön plana çıkarmaktadır. Günlük malzemeler modern tekniklerle harmanlanarak hem lezzet hem de görsel açıdan etkileyici sunumlarla sofistike yemekler oluşturulmaktadır (Świtała-Trybek, 2020).

Hızlı Beslenme: Bireylerin evde yemek hazırlamaya ayırdığı sürenin azalmasıyla, beslenme ihtiyaçlarını kısa sürede ve pratik biçimde karşılamalarını sağlayan bir sistemdir. Bu akımın öncülüğünü 1950’lerde McDonald’s yapmış, ardından Burger King ve Kentucky Fried Chicken gibi markalar bu trendi sürdürmüştür. Hızlı beslenme, modern yaşamın temposuna uyum sağlayan küresel bir tüketim modeli haline gelmiştir (Klein, 2016).

Moleküler Gastronomi: Yemek pişirme sürecinde bilimsel prensiplerin kullanılmasına dayanan bir mutfak yaklaşımıdır. 1969 yılında Nicholas Kurti, “Mutfaktaki Fizikçi” adlı sunumuyla yemek pişirmenin ardındaki fiziksel ve kimyasal süreçleri tanıtarak bu alanın temellerini atmıştır. Mikrodalga pişirme tekniklerinden, ananas suyunun eti yumuşatma etkisine kadar çeşitli örnekler sunmuştur. 21. yüzyılda restoranlar, bilimsel yöntemleri ve teknolojik araçları kullanarak yenilikçi yemekler geliştirmiştir. Bu eğilim “moleküler gastronomi” kavramıyla tanımlanmıştır (Venkatraman, 2025).

Nörogastromoni: 2006 yılında Yale Tıp Fakültesi profesörü Gordon M. Shepherd tarafından ortaya atılmıştır. Shepherd, kokuların tat algısındaki belirleyici rolünü vurgulayarak bu kavramı literatüre kazandırmıştır. Aynı yıl *Nature* dergisinde yayımladığı makalesinde, koku moleküllerinin biyolojisi, reseptör işleyişi ve beyin tarafından algılanma süreçlerine değinmiştir. Bu çalışma, nörogastromoninin temel ilkelerini ortaya koymuş ve disiplinin ana araştırma alanlarını tanımlamıştır. Nörogastromoni, yeme davranışı ve gıda tercihlerini biyolojik, psikolojik ve duyuşsal yönleriyle bütüncül biçimde inceleyen bir yaklaşımdır (Yılmaz, 2025).

Yavaş Beslenme: 1986 yılında İtalya’nın Bra kentinde Carlo Petrini tarafından “ArciGola” adıyla başlatılmıştır. Roma’da açılan ilk McDonald’s restoranına tepki olarak doğan bu hareket, 1989’da Paris’te imzalanan “Slow Food Bildirgesi” ile uluslararası bir kimlik kazanmıştır. “Slow Food”, hızlı tüketime dayalı yaşam biçimlerine karşı yerel gastronomi geleneklerini ko-

rumayı, otantik tatlara ilgiyi sürdürmeyi ve sürdürülebilir üretimi teşvik etmeyi amaçlayan kr amacı gütmeyen bir örgüt haline gelmiştir (Voinea vd., 2016).

Yenilebilir Böcekler: Protein, vitamin ve mineral açısından zengin olan böcekler, alternatif bir besin kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Böceklerin tktimi, geleneksel hayvancılığa kıyasla çevreye daha az zarar vermektedir. Sera gazı salınımı ve arazi kullanımını gibi çevresel etkileri azaltmaktadır. Ayrıca düşük maliyetli ve az teknolojik gereksinimli üretim süreçleriyle ekonomik avantaj sağlamaktadır. Günümüzde zellikle Asya lkelerinde yaygın olan böcek tüketiminin, azalan doğal kaynaklar nedeniyle küresel ölçekte artması beklenmektedir (Yıldız & Yılmaz, 2020).

Yenilebilir iekler: Antik dönemlerden bu yana çiçekler, zafer, aşk ve yaşam döngüsü gibi kavramlarla sembolik anlamlar taşımıştır. Farklı kültürlerde parfüm, ilaç, infüzyon ve yiyecek yapımında yaygın biçimde kullanılmıştır. Yemek pişirmede çiçeklerin kullanımı hem görsel estetik hem de besin değeri açısından dikkat çekmektedir. Günümüzde yenilebilir çiçekler; yemek sunumlarında estetik unsurlar yaratmanın yanı sıra menülere renk, aroma ve doğallık katan özgün malzemeler olarak değerlendirilmektedir (Stumpf, 2021).

3. TATİL YERİ SEÇİMİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER

Tatil hareketlerinin geçmişi, insanlık tarihiyle paralellik göstermektedir. Tarihsel süreçte insanların iklim koşulları, barınma ve beslenme gereksinimleri doğrultusunda seyahat ettikleri bilinmektedir. Orta ağ döneminde ise seyahatlerin büyük ölçüde dini amaçlarla gerçekleştirildiği görülmektedir. Modern anlamda tatil hareketlerinin temelleri, Sanayi Devrimi'nin getirdiği toplumsal ve ekonomik dönüşümlerle birlikte atılmıştır. Bu dönemde yaşanan teknolojik ilerlemeler, ulaşımın gelişmesiyle birlikte bireylerin gelir düzeyini ve yaşam standartlarını yükseltmiş, bu durum tatil amaçlı seyahatlerin yaygınlaşmasını sağlamıştır Turistlerin tatil kararlarını etkileyen unsurlar; kişilik özellikleri, yaşam tarzı, yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, medeni durum, aile yapısı ve kültürel faktörler gibi bireysel ve sosyoekonomik değişkenlerle ilişkilidir (Koçoğlu & İribaş, 2021). Literatürde destinasyon seçimini belirleyen faktörler incelendiğinde; destinasyonun coğrafi avantajları, alt ve üst yapı olanakları, ulaşım kolaylıkları, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel çekicilikleri, yöresel mimarisi, yiyecek-içecek işletmelerinin yeterliliği ve hizmet kalitesi gibi unsurların ne çıktığı görülmektedir. Ayrıca alışveriş, eğlence ve

dinlenme olanakları gibi bölgeye özgü özelliklerin de turistlerin destinasyon tercihlerini şekillendirdiği belirtilmektedir (Davras & Uslu, 2019). Aşağıda, bireylerin tatil yeri seçiminde etkili olan faktörler kategorilere ayrılarak sistematik bir biçimde sunulmuştur.

3.1. Coğrafi ve Doğal Faktörler

Bir destinasyonun sınırlarını kesin biçimde belirlemek güç olsa da genel anlamda turistlerin dinlenebileceği, yürüyüş yapabileceği, doğayla iç içe vakit geçirebileceği, tarihi ve kültürel mirası deneyimleyebileceği, festivaller ve etkinliklere katılabileceği, yerel mutfağı tadabileceği ve bölgeye özgü değerlerin bir parçası olabileceği bir alan olarak tanımlanabilir. Turizm destinasyonu, bütüncül bir bakış açısıyla ele alınmalıdır. Destinasyonun sahip olduğu tüm özellikler ve unsurlar, turistlerin gereksinimleri doğrultusunda değerlendirilip planlanmalıdır. Ayrıca ziyaretçilerin destinasyon tercihleri farklı amaç ve motivasyonlara dayanmaktadır. Bu doğrultuda destinasyonlar coğrafi konumları, doğal çevreleri ya da insan eliyle şekillendirilmiş yapıları temelinde çeşitli kategorilere ayrılmaktadır (Barreira & Cesario, 2018).

3.2. Sosyal ve Kültürel Faktörler

Kültür, her ülkenin kendine özgü olan ve kuşaktan kuşağa aktarılan toplumsal normlar, değerler ve inançlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Ortak yaşam deneyimlerinden beslenen ve belirli bir topluluk tarafından paylaşılan din, etnik köken veya gelenek gibi unsurlar, kültürün temel yapı taşlarını oluşurmaktadır. Her toplumun kendine özgü kültürel değerleri bulunmakta ve bu değerler, bireylerin tüketim tercihleri ile satın alma davranışlarını önemli ölçüde şekillendirmektedir. Bu bağlamda, destinasyonların sahip olduğu tarihî varlıklar ile kültürel miras unsurları, turistlerin seyahat tercihleri üzerinde etkili olabilmektedir. Örneğin, Müslüman toplumlarda domuz eti tüketimi yasakken bazı ülkelerde bu durum olağan kabul edilmektedir. Kimi bireyler ibadetlerini yerine getirmek amacıyla seyahat ederken, kimileri destinasyonların kültürel zenginliklerini deneyimlemek için seyahat etmektedir. Sosyal faktörler açısından değerlendirildiğinde ise tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen en temel unsurların aile ve arkadaş çevresi olduğu görülmektedir. Bireylerin bir ürün veya hizmet satın alma sürecinde ailelerinin görüş ve tutumları belirleyici rol oynayabilmektedir. Ayrıca, bireylerin içinde buldukları sosyal gruplar, onların statülerini ve üstlendikleri rolleri belirlemektedir. Bu roller bireyin bulunduğu ortama göre farklılık gösterir.

rebilmektedir. Örneğın, bir kişinin iş hayatındaki rolü ve iletişim biçimi ile aile içindeki rolü ve üslubu birbirinden farklı olabilmektedir (Ekici & Özcan, 2020).

3.3. Ekonomik Faktörler

Turistlerin tatil tercihlerini etkileyen ekonomik faktörler, öncelikle sahip oldukları harcanabilir gelir düzeyi ile ilişkilidir. Tatil için ayrılacak bütçe, benzer bir tatilin daha uygun maliyetle elde edilip edilemeyeceğı gibi turistik ürünün fiyatına dair unsurlar, ekonomik faktörler kapsamında değerlendirilmektedir (Türker, 2013). Ekonomik durum, bireylerin tatil satın alma davranışlarında en belirleyici unsurlardan biridir. Kişilerin satın almayı planladıkları ürün ve hizmetlerin miktarı ve çeşitliliğı büyük ölçüde fiyatlar ve gelir durumuna bağılı olarak değışiklik göstermektedir. Türkiye’de 2006 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada (Cömert & Durmaz, 2006) katılımcıların %88’i, mal ve hizmet alımlarında ekonomik durumun en önemli faktör olduğunu belirtmiştir (Öner & Cansu, 2019).

4. GASTRONOMİ VE TATİL YERİ SEÇİMİ

Turizm deneyimlerinin bütünsel bir nitelik taşıması, ziyaretçilerin destinasyon tercihlerini belirleyen bir dizi faktörün birbirini tamamladığı karmaşık bir süreç olarak ifade edilmektedir. Bu süreçte gastronomi, temel bir beslenme ihtiyacını karşılamının ötesine geçerek, bir bölgenin kültürel kodlarını ve tarihini yansıtan somut bir öğı haline gelmiştir. Yöresel yemekler, kullanılan malzemeler, pişirme teknikleri ve sunum biçimleri, ziyaretçilere o destinasyonun kendine özgü kimliğini deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Gastronomi deneyimleri, turistlerin destinasyon seçiminde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. İnsanlar artık sadece doğal güzellikler veya tarihî mekânlar için seyahat etmeyip bunun yanında yerel mutfağı keşfetme, özgün tatları deneme ve bölgenin yaşam tarzını sofralar üzerinden gözleme arayışındadır. Bu durum, gastronomiyi turistik çekiciliğın merkezine taşıyarak ziyaretçi algısını doğrudan etkileyen bir faktör hâline gelmiştir. Bir destinasyonun mutfak kültürü, o yerin genel algısını şekillendirmede güçlü bir araçtır. Özgün ve zengin bir gastronomi çeşitliliğı sunan bölgeler, ziyaretçiler tarafından daha cazip ve unutulmaz olarak değerlendirilmekte bu da tatil planlamasında gastronomi çekiciliğın önemini artırmaktadır. Böylece, gastronomi deneyimleri yemek yeme aktivitesi olarak kalmayıp turistlerin destinasyonla kurduğı bütünsel bağıın temel bir parçası hâline gelmektedir.

Bu bağlamda, yöresel lezzetler, gastronomik deneyim ve tatil yeri imajı birbiriyle iç içe geçerek destinasyonun turistik çekiciliğini ve ziyaretçilerin tercihlerini doğrudan etkileyen bir bütün oluşturmaktadır.

4.1. Yöresel Lezzetler

Yöresel ya da ulusal kültürü şekillendiren temel unsurlardan biri gastronomik kimliktir. Kültürel bir olgu olarak gastronomi, doğumdan ölüme, düğünden yasa kadar birçok toplumsal ve bireysel yaşam etkinliğinde önemli bir yer tutmaktadır. Bir bölgeye ait gastronomi öğeleri, o yöreye özgü kültürel değerlerin bir yansıması olmanın ötesinde destinasyon açısından farklılık yaratan ve turistler için çekim unsuru oluşturan bir tercih sebebi haline gelebilmektedir (Akturfan & Şen, 2023). Bu kapsamda, gastronomi kimliğinin turizm faaliyetleriyle bütünleşmesi, destinasyonların tanıtımında ve tercih edilmesinde belirleyici bir unsur haline gelmiştir. Yöresel mutfaklar hem destinasyonların hem de işletmelerin başarısında önemli bir etkiye sahiptir. Ziyaret edilen bir destinasyonda turistlere sunulan yöresel yemekler, tatil deneyimlerinin kalitesini artıran temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bir turistin belirli bir destinasyonu, o bölgenin mutfağını deneyimlemek amacıyla tercih etmesi yaşadığı tatmin düzeyini doğrudan etkileyebilmekte ve bu durum turistin destinasyonu başkalarına tavsiye etmesi veya tekrar ziyaret etmesiyle sonuçlanabilmektedir. Son yıllarda turistlerin yiyecek deneyimlerinde alışılmışın dışında farklı ve özgün deneyimler talep etmesi, yöresel mutfığa olan ilgiyi artırmıştır. Ayrıca, yöresel mutfakları özgün yerinde deneyimlemek, yerel kültürü daha iyi anlamak ve farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmak için iyi bir fırsat sunmaktadır (Üzülmez, 2021). Bu bağlamda yöresel mutfakların turistlerin deneyimlerini zenginleştirilmesi kişisel tatmini artırmakla kalmayıp destinasyonun pazarlanmasında ve imajının şekillenmesinde de önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

Yöresel yiyecekler, turistlerin destinasyon seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle yerel ve bölgesel destinasyonlar pazarlanırken gastronomi unsurları dikkate alınmaktadır. Yöresel yiyecekler, turistlerin deneyim algısını ve destinasyon imajını olumlu veya olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Bu durum müşteri tutumu, tercih ve kalite algısını değil bununla birlikte tüketim niyeti gibi doğrudan davranışları da şekillendirmektedir. Bu sayede yöresel yemekler, destinasyonlara ekonomik fayda sağlamanın yanında bölgenin kültürel değerlerini tanıtmaya imkânı da sunmaktadır. Bir ülkenin yöresel yemekleri hem kültür ve imaj ile ilişkilidir hem de bir desti-

nasyonun somut olmayan mirasının temel bir ifadesi olarak turistlere otantik bir kültürel deneyim yaşatma fırsatı da sunmaktadır (Polat, 2020).

Yöresel lezzetler bazı destinasyonlar için ana çekicilik unsuru olarak ön plana çıkarken birçok destinasyon için ise ikincil veya destekleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu değerler, seyahat öncesinde destinasyon seçiminde ve imaj oluşumunda, turistlerin kararlarını etkileyen belirleyici bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Seyahat sırasında ve sonrasında ise gastronomi deneyimleri, turistlerin memnuniyet düzeylerini artırmakta ve destinasyonla kurdukları bağın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, gastronomi çekicilik unsurları bir destinasyonun tercih edilmesinde ve turistlerin destinasyondan tatmin olmuş bir şekilde ayrılmasında kritik bir rol oynamaktadır (Kesici & Çakır, 2020).

4.2. Gastronomi Deneyimi

Gastronomi deneyimi, üç boyutta ele alınmaktadır. Birinci boyut, yiyeceklerin görünümü, sunumu, rengi ve dokusu gibi unsurların değerlendirilmesini içermektedir. İkinci boyut, mekânsal ve çevresel faktörleri kapsamakta ve buna restoranın atmosferi, işletmecilerle yiyecekler hakkında etkileşim olasılığı ve masaların konumu veya düzeni gibi unsurlar da dâhildir. Üçüncü boyut ise bireysel faktörlerle ilgilidir ve bireylerin bilişsel süreçleri, duyuşsal durumları ve yiyeceği deneyimleme süresi gibi unsurları içermektedir. Gastronomi deneyimi, seyahat sırasında da önemli bir rol oynamaktadır. Turistler belirli bir restorana yaklaşarak destinasyonun yerel mutfağını deneyimleyebilmekte ve bazen bu deneyim, seyahatin ana motivasyonu hâline gelebilmektedir. Bunun yanı sıra gastronomi bir yerin kültürünün iletilmesinde etkili bir araç olarak da işlev görebilmektedir (Taar, 2014). Bu çerçevede, gastronomi deneyimi yiyeceklerin tadını almakla sınırlı kalmayıp turistlerin yeni tatlar keşfetme ve yerel kültürü deneyimleme fırsatlarını da kapsamaktadır. Yeni yiyecekleri deneme fırsatı, tatillerde dışarıda yemek yemenin temel nedenlerinden biridir ve daha önce tadılmamış yerel yiyecekler, turistik destinasyonların sunduğu heyecan verici deneyimler arasında yer almaktadır. Yerel yemek deneyimi, toplam destinasyon deneyiminin temel bir unsuru olarak kabul edilmekte ve destinasyonu tekrar ziyaret etmek için potansiyel bir neden olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, ziyaretçilerle yerel mutfak arasındaki etkileşimler, turistlerin destinasyonun kültürünü öğrenmelerine ve yerel yaşamı daha yakından deneyimlemelerine imkân da sağlamaktadır (Sökmen vd., 2024).

Yerel gastronomi deneyimi, modern turizm anlayışında giderek merkezi bir konuma sahip olmaktadır. Geleneksel olarak bir destinasyonda yeme-içme, seyahat deneyiminin tamamlayıcı bir unsuru olarak görülürken günümüzde gastronomi, turistik çekiciliğın temel bileşeni hâline gelmiş ve bedensel bir ihtiyacın ötesinde kültürel, duygusal ve sosyal anlamlar taşımaya başlamıştır. Bu nedenle gastronomi deneyimi, yemek yeme eylemiyle sınırlı kalmayıp otantik tatlar, mekânın ambiyansı, sunumun benzersizliğı, gelenekler ve yerel kimlik gibi unsurların bütünleşik bir deneyim olarak değerlendirilmesini gerektirmektedir. Gastronomi deneyimi, ziyaretçide kalıcı izler bırakan, beklentileri aşan ve kişisel tatmin, anlam ile haz yaratan özel bir deneyim olarak ele alınmaktadır (Dünder & Günaslan, 2025). Bu bağlamda, yerel gastronomi deneyimi turistler için beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp destinasyonun kültürel, duygusal ve sosyal değerlerini deneyimleme fırsatı sunduğı söylenebilir. Yöresel lezzetler, turistlerin destinasyon seçiminde, memnuniyetinde ve tekrar ziyaret niyetinde önemli bir rol oynamakta gastronomi deneyimleri ise ziyaretçide kalıcı izler bırakmakta ve destinasyonun turistik çekiciliğini artırmaktadır.

4.3. Tatil Yeri İmajı

Turizm endüstrisi hem ulusal hem de uluslararası düzeyde giderek artan bir ilgi görmekte ve önem verilen bir endüstri haline gelmektedir. Değişen ve gelişen turizm anlayışıyla birlikte turistik bölgeler ve ürünler arasındaki rekabet de yoğunlaşmıştır. Turistlerin tatil yeri seçimleri bölgenin sahip olduğı çekicilik faktörüne bağlı değil birçoğ farklı etkene bağlı olarak şekillenmektedir. Turistlerin davranışları, beklentileri, arzuları ve ihtiyaçları, seyahat edecekleri bölge seçiminde önemli rol oynamaktadır. Bu süreçte, turistlerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim, kültür seviyesi, gelir durumu vb.) en önemli belirleyici faktörlerden biridir. Bunun yanında, tercih edilecek bölgenin sosyal ve ekonomik koşullarıyla kültürel etkinlikleri de turistlerin kararlarını etkilemektedir (Beerli & Martin, 2004).

Kültür, turistlerin destinasyon tercihlerini belirleyen faktörler arasında kritik bir öneme sahiptir. Kültürün destinasyon seçimindeki etkisi, iki temel boyutta ele alınmaktadır. Birincisi, farklı kültürel kökenlere sahip turistlerin destinasyon seçimi sürecinde farklı davranış modelleri sergileyebilmesidir. İkincisi, kültürel benzerlikler ve farklılıklar, hedef destinasyonun tercih edilmesinde belirleyici bir kriter olarak ortaya çıkabilmektedir. Bazı turistler, ziyaret edecekleri destinasyonun kültürü ile kendi kültürleri arasında kur-

dukuları bağ doğrultusunda seçim yaparken bazı turistler ise kendi kültürel çevrelerinden farklı kültürleri deneyimleme ve keşfetme motivasyonu ile tercihlerini şekillendirmektedir (Topuz, 2018). Buradan hareketle gastronomi ürünlerinin de turistlerin tatil yeri seçiminde ve kültürel deneyim algısında önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Yerel yemekler ve özgün tatlar, turistler açısından hem bölgenin kültürel kimliğini yansıtan bir unsur olarak görülmekte hem de destinasyon tercihini etkileyen çekicilik faktörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, gastronomi deneyimleri, kültürel etkileşimi güçlendiren ve turistlerin destinasyon ile kurduğu bağın derinleşmesini sağlayan önemli bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. imen, Kılıç ve Baykal (2016) tarafından yapılan çalışmada, gastronomi ürünlerinin turistlerin tatil yeri seçiminde ve kültürel deneyim algısında önemli bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Yerel yemekler ve özgün tatlar, turistler açısından hem destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan bir unsur olarak görülmekte hem de tercihlerini etkileyen çekicilik faktörlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, gastronomik deneyimler, kültürel etkileşimi güçlendiren ve turistlerin destinasyon ile kurduğu bağın derinleşmesini sağlayan temel araçlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır.

5. GASTRONOMİK UNSURLARIN DESTİNASYONLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Gastronomi, günümüzde turizm deneyiminin önemli bir parçası haline gelmiş ve destinasyonların ekonomik, kültürel ve sosyal yapıları üzerinde belirleyici bir rol oynamaya başlamıştır. Yerel mutfaklar ve gastronomik ürünler, turistlerin ilgisini çekmekle kalmayıp aynı zamanda bölge ekonomisine doğrudan katkı sağlayarak turizm gelirlerinin artmasına olanak tanımaktadır. Bunun yanı sıra, gastronomi temelli etkinlikler ve festivaller, ziyaretçilerin destinasyona olan ilgisini artırarak kültürel etkileşimi ve sosyal bağları güçlendirmektedir. Ayrıca, zgn gastronomi deneyimleri, destinasyonların imajını ve marka değerini yükselterek uzun vadeli turist çekiciliğini destekler ve rekabet avantajı sağlamaktadır.

5.1. Yerel Ekonomi ve Turizm Gelirleri

Turizm endüstrisi hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler açısından büyük bir öneme sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerde turizm, ekonomik büyümenin temel itici glerinden biri olarak görülürken gelişmiş ülkelerde ise ekonomik dengenin korunmasında dengeleyici bir unsur olarak değer-

lendirilmektedir. Turizm, ülke ekonomilerine döviz girdisi sağlaması, istihdamı artırması, yatırımları teşvik etmesi ve gelir dağılımını dengelemesi açısından önemli katkılar sunmaktadır. Bunun yanı sıra altyapı gelişimini desteklemesi, turizmle ilişkili diğer sektörleri canlandırması ve yabancı sermaye yatırımlarını teşvik etmesi gibi avantajları sayesinde, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında stratejik bir rol üstlenmektedir (Erdil Şahin, 2018). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin büyük çoğunluğunda turizm, ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda turizm endüstrisi, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik kalkınmayı sürdürebilmek, döviz girdisi sağlamak, üretim çeşitliliğini artırmak ve istihdam olanakları yaratmak bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Dolayısıyla turizm yalnızca ekonomik katkılar sunmanın yanında sosyoekonomik yapının güçlenmesine de doğrudan etki etmektedir (Kızıldemir & Sarıışık, 2017).

Turizm endüstrisi hizmet ihracatı yoluyla ülkelere önemli düzeyde döviz girdisi sağlayarak ulusal gelirin artmasına katkıda bulunmaktadır. Turizmin ekonomik büyümeyi desteklediğine dair görüşler, genel olarak ihracat ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi açıklayan yaklaşımlara dayanmaktadır. Ödemeler bilançosunun cari işlemler hesabında uluslararası hizmetler içerisinde yer alan turizm, dünya ticaretinde önemli bir hizmet faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, yabancı turistlerin başka bir ülkede gerçekleştirdikleri turizm amaçlı harcamalar, o ülke için döviz kazandırıcı bir etki yaratmakta ve mal ihracatıyla benzer şekilde ekonomik katkı sağlamaktadır. Kısacası, turizm “görünmeyen bir ihracat” niteliği taşıyarak ülkelerin ekonomik büyümesinde stratejik bir rol üstlenmektedir (Kara vd., 2012).

5.2. Etkinlikler ve Festivaller

Gastronomi ve turizm günümüzde birbirini tamamlayan iki önemli unsur haline gelmiştir. Turist deneyimlerinde mutfak kültürünün önemi giderek artmakta, destinasyonlar artık yalnızca doğal güzellikleri veya kültürel miras unsurlarıyla değil, ziyaretçilere sundukları yöresel tatlar ve özgün yemek kültürleriyle de rekabet etmektedir. Bu kapsamda festivaller, turizm açısından önemli bir çekicilik unsuru olarak öne çıkmakta ve birçok destinasyonda farklı temalarla düzenlenmektedir. Kimi zaman büyük ve kapsamlı etkinlikler, kimi zaman ise turistik programların temel çekim noktası olarak ortaya çıkan festivaller, düzenledikleri bölgeyle özdeşleşerek destinasyonun bilinirliğini artırmakta ve yerel kültürün tanıtımına katkı sağlamaktadır.

Böylece gastronomi temelli festivaller, bir yandan turistlerin deneyimlerini zenginleştirirken diğer yandan destinasyonun kültürel cazibesini ve marka değerini güçlendiren tamamlayıcı bir unsur haline gelmektedir (Erciyas & Yılmaz, 2021).

Gastronomi festivalleri, yerel kültürel kaynakların etkin biçimde kullanılmasıyla kırsal kalkınmaya, bölgesel turizmin gelişimine, marka stratejilerinin güçlendirilmesine ve mevcut ürünlerin değer kazanmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Yerel kimliği desteklemesinin yanı sıra çok sayıda yerli ve yabancı turisti cezbeden bu festivaller, destinasyonların gastronomi turizmi açısından bilinirliğini artırmakta ve yöresel gıdaların tanıtımına öncülük etmektedir. Günümüzde gastronomi temalı festivaller, tüm festivallerin yaklaşık %30'unu oluşturarak belirgin bir paya sahiptir ve birçok destinasyon için ekonomik açıdan stratejik bir rol oynamaktadır. Örneğin, ABD'de düzenlenen Charleston Şarap ve Yemek Festivali, bir yılda yerel ekonomiye 7,3 milyon dolar katkı sağlamış; önceki yıla göre 2 milyon doların üzerinde gelir artışı elde edilmiştir. Festival süresince kişi başına ortalama turist harcaması 764 dolar olarak belirlenmiş, katılımcıların %80'inden fazlasının ise festivale özel olarak şehri ziyaret ettiği tespit edilmiştir. Bu veriler, gastronomi festivallerinin hem turistik çekicilik hem de ekonomik değer açısından destinasyonlara önemli katkılar sunduğunu açıkça göstermektedir (Çetin vd., 2019).

5.3. Destinasyon İmajı ve Marka Değer

Destinasyon marka imajı, bir turistik destinasyonun sahip olduğu özelliklerin turistler tarafından nasıl algılandığını ifade etmektedir. Bu algı, bir destinasyonun diğerlerine tercih edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Etkin bir destinasyon pazarlaması için destinasyonun belirli aralıklarla imajının ölçülmesi ve elde edilen sonuçlara göre uygun pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Destinasyon marka imajı, destinasyonun marka değerinin belirlenmesinde temel bir unsur olup algılanan kalite ve marka sadakatiyle yakından ilişkilidir. Bu üç kavram birlikte değerlendirildiğinde, destinasyonun pazarlanmasında güçlü bir etki yaratmaktadır. Bu nedenle birçok turistik destinasyon, rakiplerinden farklılaşmak ve rekabet avantajı elde etmek amacıyla marka imajını stratejik bir araç olarak kullanmakta; bu yolla hem destinasyonun algılanan kalitesini artırmayı hem de turistlerin destinasyona yönelik sadakatini güçlendirmeyi hedeflemektedir (Koçoğlu, 2019).

6. SONUÇ

Turizm, bireylerin maddi imkânlarının ve boş zamanlarının artmasıyla giderek daha fazla önem kazanmıştır. İnsanlar genellikle deniz, kum ve güneş odaklı tatil seçeneklerini tercih etmekle birlikte turizmden beklentileri çeşitlenmiş ve farklı turizm türlerini deneyimlemek üzere seyahatler gerçekleştirmeye başlamışlardır. Tarihi ve kültürel mirası merak eden bireyler, buldukları bölgenin kültürünü en iyi şekilde yansıtan unsurlara, özellikle yöresel mutfaklara ilgi göstermektedir. Yöresel lezzetlerin turistler tarafından tercih edilmesi, gastronomi ve gastronomi turizminin turizm literatüründe öne çıkmasına yol açmıştır. Günümüzde turizmde gastronomi anlayışı, yalnızca yemek ve içeceklerin sunumuyla sınırlı kalmayıp söz konusu ürünlerin sunulduğu ambiyans, doğa ve bireylerin deneyimleri üzerinden oluşturulan duygusal ve zihinsel etkileşimleri de kapsayacak şekilde genişlemektedir (Sönmez, 2023).

Literatürde gastronomik unsurların turistlerin destinasyon seçiminde giderek daha belirleyici bir rol üstlendiği vurgulanmaktadır. Wondirad ve Verheye (2023), gastronominin bazı turistler için seyahat kararının temel motivasyonlarından biri haline geldiğini ve destinasyon tercihinin doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Benzer şekilde Kovalenko vd. (2023), gastronomik deneyimlerin destinasyon imajını güçlendirdiğini, turistlerin algılarını şekillendirdiğini ve tüketici davranışları üzerinde önemli etkiler oluşturduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra Polat (2020) ise yöresel yemek imajının destinasyon tercihleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ve yerel mutfakların destinasyonların rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Bu bulgular, gastronominin yalnızca tamamlayıcı bir turistik ürün olmadığını; destinasyonların çekiciliğini artıran, ziyaretçi memnuniyetini destekleyen ve sürdürülebilir turizm gelişimine katkı sağlayan stratejik bir unsur olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak gastronomi, günümüzde tatil yeri seçiminde temel bir belirleyici unsur haline gelmiştir. Yöresel lezzetler ve özgün yemek deneyimleri, turistlerin destinasyonla kurduğu duygusal bağın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Gastronomi deneyimleri beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp kültürel öğrenme, sosyal etkileşim ve kişisel tatmin gibi çok boyutlu değerler sunmaktadır. Bu nedenle destinasyonların gastronomi potansiyelini ön plana çıkarması, ziyaretçi memnuniyetini artırmakta tekrar ziyaret niyetini güçlendirmekte ve destinasyonun marka değerini desteklemektedir. Turizm planlamasında da gastronomi hem ekonomik hem kültürel hem de sosyal açıdan sürdürülebilir gelişimin sağlanmasında önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akturfan, M. & Şen, A. (2023). Rekreasyon Turizmi Bağlamında Gastronomi Temalı Festivaller. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 13 (1): 230-244.
- Algan Özkök, G. (2024). Culinary Crossroads: Gastronomy, Innovation, and the Tourist Experience. (Eds: Erbay, M. & Algan Özkök, G.), Konya: Eğitim Yayınevi.
- Barreira, A. P., & Cesario, M. (2018). Factors Influencing The Choice of The Algarve Region As a Tourist Destination: Does Season Matter? *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 578-587.
- Beerli A. & Martin, D.J. (2004). Tourist Characteristics and The Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis- A Case Study of Lanzarote, Spain, *Tourism Management*, 25, 623-636.
- Cömert, Y. & Durmaz, Y. (2006). Tüketicinin Tatmini ile Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Bütünleşik Yaklaşım ve Adıyaman İlinde Bir Alan Çalışması. *Journal of Yaşar University*, 1(4), 351-375.
- Çetin, M., Demirel, H., & Çetin, K. (2019). Gastronomi Konulu Festivaller: Türkiye Örneği. In VIII. National IV. International Eastern Mediterranean Tourism Symposium (Vol. 19, No. 20, pp. 882-893).
- Çimen, H., Kılıç, A., & Baykal, D. (2016). Gastronomi Turizmine Yönelik İlgi ve Hatay Mutfağının Farkındalık Düzeyi: Üniversite Öğrencileri Örneği. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 30(30), 103-114.
- Davras, Ö. & Uslu, A. (2019). Destinasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Fethiye’de İngiliz Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 679-696.
- Dündar, Y., & Günaslan, Ş. P. (2025). Unutulmaz Gastronomi Deneyimi, Kişisel Gastronomik Özellikler ve Destinasyon Sadakati Arasındaki İlişkiler: Konya Örneği *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 13(3), 3213-3239.
- Ekici, Y. & Özcan, C. C. (2020). Destinasyon Seçiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Mersin Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1899-1921.
- Erciyas, N., & Yılmaz, İ. (2021). Gastronomi Turizminin Gelişiminde Gastronomi Festivalleri ve Türkiye’deki Mevcut Durum. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 91-108.
- Erdil Şahin, B. (2018). Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016), *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(3), 239-253.
- Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, a New Trend For Contemporary Tourism. *Cactus Tourism Journal*, 9(1), 12-21.
- Kara, O., Çömlekçi, İ., & Kaya, V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992–2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 75-100.

- Kesici, M., & Çakır, O. (2020). Gastronomik Çekiciliklerinin Destinasyon Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 227-242.
- Kızıldemir, Ö., & Sarıışık, M. (2017). Turizm Endüstrisinin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Adana'da Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 38-58.
- Klein, R. (2016). *Fast-Food Restaurant Industry: A Cleveland Perspective 1930-2016*. MSL Academic Endeavors eBooks.
- Koçoğlu, C. M. & İribaş, M. (2021). Determinations of Factors Effecting the Destination Choice. *Tourism Studies and Social Sciences*, 416.
- Koçoğlu, C. M. (2019). Destinasyona Yönelik Marka İmajı ve Marka Sadakati İlişkisinde Algılanan Destinasyon Kalitesinin Aracılık Rolü. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 34-47.
- Koçoğlu, C. M., Türker, N. & Acar, A. (2022). Research on Determining The Factors Affecting Hotel Choice of Families Having Children. *Beykoz Akademi Dergisi*, 2(1), 31-40.
- Kovalenko, A., Dias, Á., Pereira, L., & Simões, A. (2023). Gastronomic Experience and Consumer Behavior: Analyzing The Influence on Destination İmage. *Foods*, 12(2), 315.
- Kurt, S. & Uzun Güripek, C. (2024). Contemporary Studies and Theories in Tourism: Ecological Approach to Tourism System (Eds. I. Yazıcıoğlu, Ö. Yayla, A. Işın, C. Aktuna, & E. Yalçın, 1st ed., p. 411-423). Peter Lang.
- Oğan, Y. (2021). Gastronomi turizmi ve gastronomik akımlar. Birinci, M. C. & Yayla, Ö. (Ed.), *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları* (34-52). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Öner, S. & Cansu, E. (2019). Yerli Turistlerin Tatil Satın Almadan Önce Tercihlerine Etkisi Olan Faktörlerin Belirlenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 2(2), 110-129.
- Panas, G., Thrasidi, N., Halkiopoulos, C., & Gkintoni, E. (2022, April). Consumer Behavior and Cognitive Factors in Relation to Gastronomic Tourism and Destination Marketing in Greece. In *Transcending Borders in Tourism Through Innovation and Cultural Heritage: 8th International Conference, IACuDiT, Hydra, Greece, 2021* (pp. 655-677). Cham: Springer International Publishing.
- Polat, M. (2020). Yöresel Yemek İmajının Destinasyon Tercihine Etkisi: Kahramanmaraş Örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi* 25(43), 183-194
- Sökmen, A., Kenek, G., & Karamustafa, A. T. (2024). Gastronomik Deneyim, Algılanan Otantiklik ve Yerel Yiyecek Tüketim Niyeti İlişkisi: Kapadokya'da Bir Araştırma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 12(3), 2007-2029.
- Sönmez, H. (2023). Yerel Lezzetlerin Destinasyon Seçim Sürecine Etkisi ve Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi: Edremit Körfezi Örneği. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Stumpf, E. R. T. (2021). Edible Flowers: More Than a Gastronomic Trend. *Ornamental Horticulture*, 27(4), 436-437.
- Świtała-Trybek, D. (2020). New Trends in Culinary Tourism–Regional (Silesian) Fusion Cuisine. *Geography and Tourism*, 1(8), 47-54.
- Taar, J. (2014). The Best Culinary Experience. Factors That Create Extraordinary Eating Episodes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 145-151.
- Topuz, M. (2018). Tatil Yeri Seçiminde Reklamların Rolü: İstanbul İlini Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türker, A. (2013). Tatil Yeri Seçiminde Ülke İmajının Turistin Risk Algısı Üzerine Etkisi. (Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üzülmez, M. (2021). Yöresel Mutfak ile Destinasyon ve Gastronomi Turizmi Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir İnceleme. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, Vol. 3, No.1, 23-36.
- Varol, F. & Akay, R. (2022). New Trend In Gastronomy: Raw Food. (Eds. H. Karadal, E. Ekiz., M. Saygın., E. Diñçer & Ş. Karadal), *Dilkur Academy*, 7, 448-455.
- Venkatraman, A. (2025). Trends in Molecular Gastronomy. *Journal of Future Foods*. <https://doi.org/10.1016/j.jfutfo.2025.03.010>
- Voinea, L., Atanase, A. & Schileru, I. (2016). Perceptions of The Slow Food Cultural Trend Among The Youth. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(Special Issue No. 10), 847-861.
- Wondirad, A., & Verheye, G. (2023). Does Gastronomy Determine Visitors' Holiday Destination Choice? Empirical Evidence Based on A Mixed-Methods Research Approach. *Cogent Food & Agriculture*, 9(2), 2266195.
- Yıkımlı, S., Türkol, M., Abdi, G., İmre, M., Alkan, G., Aslan, S. T., Rabail, R. & Aadil, R. M. (2024). Culinary Trends in Future Gastronomy: A Review. *Journal of Agriculture and Food Research*, 18, 101363.
- Yıldız, M. & Yılmaz, M. (2020). Gastronomi Alanındaki Trendlere Bir Bakış. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (5), 19-35.
- Yılmaz, M. (2025). Development of Food Flavor Perception in Gastronomy: A Bibliometric Study on Neurogastronomy. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 180-200.

GELENEKTEN İNOVASYONA: AĞRI HASUDASI (JAJARUN) DOLGULU ÇİKOLATA ÜRETİMİ

Beyza Nur ULUDAĞ*

1. GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle giderek homojenleşen tüketim alışkanlıkları, son yıllarda yerel kimliklerin ve geleneksel ürünlerin yeniden keşfedilmesine yönelik güçlü bir eğilimi de beraberinde getirmiştir. Özellikle gastronomi alanında gözlemlenen bu yönelim, yalnızca beslenme ihtiyacının karşılanmasıyla sınırlı kalmayıp; kültürel kimliğin, tarihsel sürekliliğin ve toplumsal belleğin yeniden üretildiği bir alan olarak önem kazanmaktadır. Bu bağlamda geleneksel yiyecekler, geçmişten günümüze aktarılan bilgi birikimi, üretim teknikleri ve sembolik anlamlarıyla somut olmayan kültürel mirasın önemli bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Ancak modern tüketim dinamikleri, bu ürünlerin özgün formlarının korunmasının yanı sıra, değişen damak zevklerine ve pazar beklentilerine uyum sağlayacak şekilde yeniden yorumlanmasını da zorunlu kılmaktadır.

Geleneksel tatlılar, özellikle yerel mutfak kültürlerinin en güçlü temsilcilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Bu tatlılar yalnızca belirli coğrafyalara özgü hammaddeleri ve üretim tekniklerini yansıtmakla kalmaz; aynı zamanda sosyal ritüellerin, özel günlerin ve toplumsal etkileşimlerin de ayrılmaz bir parçasını oluşturur. Bu çerçevede Hasuda (Jajarun), kökeni belirli bir yerel kültüre dayanan, özgün üretim yöntemi ve kendine has aromatik profili ile dikkat çeken geleneksel bir tatlı olarak değerlendirilebilir. Hasuda'nın

* Arş.Gör., Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, bnaydin@agri.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-6607-4633

içerdiği doğal bileşenler, hazırlanış sürecindeki emek yoğun yapı ve taşıdığı kültürel anlam, onu yalnızca bir gıda ürünü olmaktan öte, bir kültürel temsil aracı haline getirmektedir.

Öte yandan, günümüz gastronomi anlayışı, geleneksel ürünlerin yalnızca korunmasını değil, aynı zamanda yenilikçi yaklaşımlarla yeniden kurulanmasını da teşvik etmektedir. Bu noktada “gastronomik inovasyon” kavramı, yerel lezzetlerin modern teknikler ve sunum biçimleriyle bir araya getirilmesini ifade eden önemli bir yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır. Gastronomik inovasyon, bir yandan kültürel mirasın sürdürülebilirliğini desteklerken, diğer yandan ürün çeşitliliğini artırarak rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda geleneksel tatlıların modern ürünlerle entegrasyonu hem gastronomi literatüründe hem de uygulamada giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Çikolata ise küresel ölçekte en yaygın tüketilen ve farklı kültürlerle kolaylıkla bütünleşebilen bir ürün olarak dikkat çekmektedir. Esnek yapısı, farklı dolgu ve aroma kombinasyonlarına olanak tanınması ve geniş tüketici kitlesine hitap etmesi, çikolatayı gastronomik inovasyon çalışmalarında ideal bir araç haline getirmektedir. Bu doğrultuda, Hasuda (Jajarun) gibi yerel ve geleneksel bir tatlının çikolata ile birleştirilmesi, hem duyuşsal açıdan zengin bir ürün ortaya koyma potansiyeline sahiptir hem de kültürel bir değerin modern tüketim pratiklerine entegre edilmesini mümkün kılmaktadır.

Bu çalışma, geleneksel bir tatlı olan Hasuda'nın modern bir ürün formu olan dolgulu çikolata ile yeniden yorumlanmasını ele almaktadır. Çalışmanın temel amacı, geleneksel gastronomik mirasın korunması ile yenilikçi ürün geliştirme süreçleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak ve bu iki dinamiğin nasıl bir sinerji yaratabileceğini incelemektir. Bu doğrultuda, Hasuda'nın bileşenleri, üretim süreci ve kültürel arka planı analiz edilmekte; ardından bu geleneksel yapının çikolata formuna entegrasyonu hem kuramsal hem de uygulamalı bir perspektifle değerlendirilmektedir. Ayrıca bu çalışma, gastronomi turizmi ve yerel ürünlerin markalaşması açısından da önemli çıkarımlar sunmayı hedeflemektedir. Geleneksel tatlıların modernize edilerek daha geniş kitlelere ulaştırılması, destinasyonların gastronomik çekiciliğini artıran önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata örneği, yerel bir lezzetin küresel gastronomi sahnesine taşınmasında yenilikçi bir model olarak ele alınabilir.

Bu kapsamda kitabın bu bölümünde gelenek ve inovasyon arasındaki dinamik ilişkiyi gastronomi perspektifinden ele alınarak, kültürel sürekliliğin modern üretim ve tüketim pratikleriyle nasıl sürdürülebileceğine dair

kapsamlı bir değerlendirme yapılmaktadır. Bu yönüyle çalışmanın hem akademik literatüre katkı sağlaması hem de uygulayıcılara yol gösterici bir çerçeve sunması hedeflemektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Gastronomik Miras

Gastronomik kimlik, mutfak kültürünü oluşturan ve diğer mutfaklardan farklılaştıran özelliklerin tamamıdır. Gastronomik miras ise bir mutfağa ait olan yemekler, ürünler, pişirme teknikleri, araç-gereerler, sunum, etkinlikler olmak üzere nesilden nesile aktarılmış kültürel unsurları kapsamaktadır (Oğan, 2024). Gastronomik miras, güncel literatürde yalnızca geleneksel yemeklerin korunmasına indirgenmeyen; üretim sistemlerinden tüketim pratiklerine, kültürel temsillerden deneyimsel boyutlara kadar uzanan çok katmanlı bir yapı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda gastronomik miras; yerel ürünler, bölgesel mutfaklar, tarımsal teknikler, hazırlama yöntemleri ve bu süreçlere ilişkin bilgi birikimini kapsayan bütüncül bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Özellikle UNESCO tarafından 2003 yılında kabul edilen Somut Olmayan Kültürel Miras Sözleşmesi sonrasında gastronomi, kültürel mirasın önemli bir bileşeni olarak kurumsal düzeyde tanınmış; 2010 sonrası süreçte ise gastronomik unsurların uluslararası miras listelerinde yer almasıyla akademik ilginin belirgin biçimde arttığı görölmüştür. Nitekim 2001–2010 dönemine kıyasla 2011 sonrası literatürde ciddi bir artış yaşanması, gastronomik mirasın sürdürülebilirlik, kimlik ve turizm bağlamlarında daha yoğun incelendiğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda güncel çalışmalar, gastronomik mirasın yalnızca geçmişin korunmasına yönelik statik bir unsur olmadığını; aksine toplumsal, ekonomik ve kültürel süreçlerle sürekli yeneden üretilen dinamik bir yapı olduğunu vurgulamaktadır.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, gastronomik mirasın özellikle turizm ve destinasyon kimliği açısından stratejik bir rol üstlendiğini göstermektedir. Gastronomik unsurlar, bir destinasyonun kimliğini oluşturan temel göstergelerden biri olarak değerlendirilmekte ve ziyaretçilerin yerel kültürü anlamasında en doğrudan araçlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda gastronomik turizm literatürü, yerel mutfak deneyimlerinin turist motivasyonlarını doğrudan etkilediğini ve destinasyonların rekabet gücünü artırdığını ortaya koymaktadır. Daha güncel çalışmalar ise “yenilebilir miras (edible heritage)” kavramı üzerinden gastronomik mirasın algısal ve deneyimsel boyutlarına odaklanmakta; yerel yemeklerin yalnızca fiziksel bir ürün değil,

aynı zamanda anlam, kimlik ve temsil üreten bir kültürel anlatı olduğunu ileri sürmektedir. Bu yaklaşım, gastronomik mirası yalnızca üretim ve tüketim süreçleriyle değil, aynı zamanda tüketicilerin zihinsel ve duygusal deneyimleriyle de ilişkilendirmektedir.

Bununla birlikte, gastronomik mirasın somut olmayan boyutu özellikle son dönem çalışmalarında daha fazla ön plana çıkmaktadır. Yemekle ilişkili hafıza, duygusal deneyim ve toplumsal etkileşimler, gastronomik mirasın aktarımında kritik rol oynamaktadır. Nitekim güncel araştırmalar, “gıda hafızası” kavramı üzerinden yemeklerin bireyler ve topluluklar arasında kültürel sürekliliği sağlayan bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda gastronomik miras, yalnızca tariflerin aktarımıyla değil; aynı zamanda ritüeller, aile pratikleri ve kolektif deneyimler aracılığıyla nesiller arası bir kültürel bağ kurmaktadır. Dolayısıyla gastronomik mirasın sürdürülebilirliği, yalnızca fiziksel ürünlerin korunmasıyla değil, bu ürünlere yüklenen anlamların ve deneyimlerin yaşatılmasıyla mümkün olmaktadır. Güncel literatür gastronomik mirasın ekonomik ve sürdürülebilir kalkınma boyutuna da güçlü bir vurgu yapmaktadır. Yerel mutfakların turizmle entegrasyonu, bölgesel kalkınma, istihdam yaratma ve yerel kimliğin küresel ölçekte görünürlüğünü artırma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu çerçevede gastronomik miras, yalnızca kültürel bir değer değil, aynı zamanda ekonomik bir kaynak olarak da değerlendirilmektedir. Özellikle son dönem çalışmaları, gastronomik mirasın sürdürülebilir turizm politikalarıyla bütünleştiğinde hem kültürel koruma hem de ekonomik fayda üretimi açısından çift yönlü bir işlev gördüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca gastronomik mirasın destinasyon pazarlamasında kullanılması, yerel ürünlerin markalaşmasını desteklemekte ve küresel rekabet ortamında farklılaşma sağlamaktadır.

Nitekim ulusal ve uluslararası literatür, gastronomik mirası; kültürel kimlik, deneyim, sürdürülebilirlik ve ekonomik değer üretimi ekseninde çok boyutlu bir kavram olarak ele almakta ve bu alanın giderek disiplinlerarası bir araştırma sahasına dönüştüğünü göstermektedir. Bu bağlamda gastronomik mirasın korunması kadar, yenilikçi yaklaşımlarla yeniden yorumlanması da önem kazanmakta; geleneksel lezzetlerin modern gastronomi ile entegrasyonu, bu mirasın sürekliliğini sağlayan temel stratejilerden biri olarak öne çıkmaktadır.

2.2. Gastronomik İnovasyon

Gastronomik inovasyon, yiyecek ve içecek üretiminde, sunumunda ve tüketim deneyiminde gerçekleştirilen yenilikçi uygulamaları ifade eden çok boyutlu bir kavram olarak ele alınmaktadır. Yeni, daha önce var olmayan,

bilinmeyen veya mevcut olanlardan farklı olanı ifade ederken, yenilik ise bu farklılığın fikir, ürün ya da hizmet olarak ortaya çıkmış ve yeni olarak algılanan biçimini ifade etmektedir (Oğan, 2025). Dolayısıyla gastronomik inovasyon kavramı, yalnızca yeni ürün geliştirme süreçleriyle sınırlı kalmayıp; aynı zamanda üretim teknikleri, sunum biçimleri, hizmet tasarımı ve tüketici deneyimi gibi unsurları da kapsayan bütüncül bir dönüşümü içermektedir (Hjalager, 2010; Oğan, 2021). Gastronomik inovasyon, özellikle turizm ve yiyecek-içecek sektörü bağlamında rekabet avantajı yaratmanın temel araçlarından biri olarak görülmekte; işletmelerin değişen tüketici beklentilerine uyum sağlamasında kritik bir rol üstlenmektedir (Hall & Williams, 2008). Bu doğrultuda inovasyon, gastronomi alanında yalnızca teknolojik gelişmelerle değil, aynı zamanda kültürel unsurların yeniden yorumlanmasıyla da ilişkilendirilmektedir.

Güncel literatürde gastronomik inovasyonun önemli bir boyutunu, geleneksel ürünlerin modern teknikler ve yaklaşımlar doğrultusunda yeniden kurgulanması oluşturmaktadır. Bu bağlamda “yeniden yorumlama” (re-interpretation) ve “modernizasyon” kavramları, gastronomik inovasyonun temel bileşenleri arasında yer almaktadır (Messeni Petruzzelli & Savino, 2014). Geleneksel lezzetlerin çağdaş gastronomi anlayışıyla yeniden ele alınması hem kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamakta hem de yeni tüketim deneyimleri yaratmaktadır. Nitekim ilgili literatürde, yerel mutfak unsurlarının modern ürünlere entegre edilmesinin hem ürün çeşitliliğini artırdığı hem de tüketiciler nezdinde algılanan özgünlüğü güçlendirdiği vurgulanmaktadır (Okumuş vd., 2018).

Gastronomik inovasyonun bir diğer önemli boyutu ise deneyim odaklı yaklaşımlardır. Günümüz tüketicileri, yalnızca bir ürünü tüketmekten ziyade, o ürünle ilişkili bir deneyim yaşamayı talep etmektedir. Bu durum, gastronomi alanında “deneyim ekonomisi” yaklaşımının ön plana çıkmasına neden olmuş ve inovasyon süreçlerinin yalnızca ürün geliştirme ile sınırlı kalmayıp, bütüncül bir deneyim tasarımını içermesi gerektiğini ortaya koymuştur (Pine & Gilmore, 1999). Bu çerçevede gastronomik inovasyon; duyuusal deneyimlerin zenginleştirilmesi, hikâyeleştirme, sunum estetiği ve mekânsal tasarım gibi unsurları da kapsayan geniş bir perspektifte ele alınmaktadır (Stierand & Lynch, 2008). Bununla birlikte, gastronomik inovasyonun sürdürülebilirlik ile olan ilişkisi de son dönem çalışmalarında önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir gastronomi anlayışı, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel boyutları kapsayan bütüncül bir

yaklaşım sunarak, inovasyon süreçlerinin yalnızca ekonomik kazanç odaklı değil, aynı zamanda etik ve çevresel sorumluluk çerçevesinde Őekillenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Gastronomik inovasyonun kültürel boyutu da dikkate değer bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. İnovasyon süreçleri, kültürel kimliğin korunması ile küresel tüketim trendlerine uyum sağlama arasında bir denge kurmayı gerektirmektedir. Bu bağlamda, geleneksel lezzetlerin modern gastronomi ile entegrasyonu hem kültürel sürekliliğin sağlanması hem de yerel mutfakların uluslararası alanda tanıtılmasına katkı sunmaktadır (Dziallas & Blind, 2019). Dolayısıyla gastronomik inovasyon, yalnızca teknik bir yenilik süreci değil; aynı zamanda kültürel, sosyal ve ekonomik boyutları olan çok katmanlı bir dönüşüm olarak değerlendirilmektedir.

3. GELENEKSEL ÜRÜNLERDE MODERNİZASYON

Bir bölgeye ait yerel gıda ürünleri, o bölgenin kültürünü, ekonomisini, sosyolojisini ve coğrafi özelliklerini anlatan soyut kimliklerdir (Kırba ve Bucak, 2022). Geleneksel rnlerin modernizasyonu, yerel ve tarihsel kökenlere sahip gıda ürünlerinin, ağdaş tüketim alışkanlıkları, teknolojik gelişmeler ve pazar dinamikleri doğrultusunda yeniden yorumlanması sürecini ifade eden çok boyutlu bir kavramdır. Bu süreç, bir yandan ürünün özgün kimliğini ve kültürel değerini korumayı amaçlarken, diğer yandan değişen tüketici beklentilerine uyum sağlayarak ürünün sürdürülebilirliğini güvence altına almayı hedeflemektedir (Almlı vd., 2011). Geleneksel rnlerin modernizasyonu, özellikle küreselleşme ile birlikte artan standartlaşma eğilimlerine karşı yerel kimliklerin korunmasında önemli bir strateji olarak görülmekte; bu bağlamda hem kültürel mirasın devamlılığına hem de ekonomik değer üretimine katkı sağlamaktadır.

Literatürde geleneksel gıdaların modernizasyonu genellikle “yeniden formülasyon”, “rn inovasyonu” ve “yeniden konumlandırma” kavramları çerçevesinde ele alınmaktadır. Yeniden formülasyon, ürünün içeriğinde yapılan değişiklikleri (rneğin Şeker, yağ oranı ya da katkı maddeleri) kapsarken; ürün inovasyonu, geleneksel ürünün yeni form, doku veya sunum biçimleriyle yeniden tasarlanmasını ifade etmektedir (Menrad, 2003). Yeniden konumlandırma ise ürünün pazarlama stratejileri aracılığıyla farklı hedef kitlelere sunulmasını içermektedir. Bu süreçler, geleneksel ürünlerin hem sağlık, kalite ve güvenlik standartlarına uyum sağlamasını hem de daha geniş tüketici kitlelerine ulaşmasını mümkün kılmaktadır (Vanhonacker vd., 2010).

Güncel çalışmalar, tüketici davranışlarının geleneksel ürünlerin modernizasyonunda belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Özellikle genç tüketici gruplarının, geleneksel ürünlere yönelik ilgisinin artmasına rağmen, bu ürünleri daha pratik, erişilebilir ve yenilikçi formlarda talep ettiği görülmektedir (Boncinelli vd., 2017). Bu durum, geleneksel lezzetlerin modern sunum teknikleri ve yeni ürün formatları ile yeniden tasarlanmasını gerekli kılmaktadır. Ancak bu süreçte, ürünün “otantiklik” algısının korunması kritik bir öneme sahiptir. Nitekim literatür, aşırı modernizasyonun ürünün geleneksellik algısını zayıflatabileceğini ve tüketici güvenini olumsuz etkileyebileceğini vurgulamaktadır (Camilleri 2018).

Geleneksel ürünlerin modernizasyonu aynı zamanda gastronomi turizmi ve destinasyon pazarlaması açısından da stratejik bir öneme sahiptir. Yerel lezzetlerin modern gastronomi ile entegrasyonu, turistlere hem tanıdık hem de yenilikçi deneyimler sunarak destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır (Mak vd., 2012). Bu bağlamda modernize edilmiş geleneksel ürünler, hem yerel kimliğin korunmasına katkı sağlamakta hem de küresel pazarda rekabet edebilir ürünler olarak öne çıkmaktadır. Özellikle butik üretim, coğrafi işaretleme ve hikâyeleştirme gibi uygulamalar, geleneksel ürünlerin modern pazarlama stratejileri ile buluşmasını kolaylaştırmaktadır (Tregear, 2003).

Günümüzde sürdürülebilirlik perspektifi de geleneksel ürünlerin modernizasyonu tartışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Yerel hammadde kullanımını, kısa tedarik zincirleri ve çevre dostu üretim teknikleri, modernizasyon sürecinin sürdürülebilirlik ilkeleriyle uyumlu hale getirilmesini sağlamaktadır (Seyfang & Smith, 2007). Bu yaklaşım hem çevresel etkilerin azaltılmasına hem de yerel ekonomilerin desteklenmesine katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla geleneksel ürünlerin modernizasyonu, yalnızca bir yenilik süreci değil; aynı zamanda kültürel, ekonomik ve çevresel boyutları olan bütüncül bir dönüşüm olarak değerlendirilmektedir.

Özetle, geleneksel ürünlerin modernizasyonu, geçmiş ile gelecek arasında bir köprü kurarak kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Bu süreçte, inovasyon ile otantiklik arasında dengeli bir yaklaşım benimsenmesi hem tüketici beklentilerinin karşılanması hem de kültürel değerlerin korunması açısından temel bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel lezzetlerin modern ürünlere dönüştürülmesi, gastronomi alanında hem akademik hem de uygulamaya yönelik önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır.

4. ÇİKOLATANIN GASTRONOMİK ÜRÜN OLARAK YORUMLANMASI

Çikolata, tarihsel kökenleri itibarıyla Orta Amerika uygarlıklarına kadar uzanan ve zaman içerisinde küresel ölçekte yaygınlaşarak farklı kültürlerle bütünleşen önemli bir gastronomik ürün olarak değerlendirilmektedir. Başlangıçta törensel ve fonksiyonel bir içecek olarak tüketilen kakao temelli ürünler, sanayi devrimi ile birlikte teknolojik gelişmelerin etkisiyle bugünkü katı ve çeşitli formdaki çikolata ürünlerine dönüşmüştür (Coe & Coe, 2013). Bu dönüşüm, çikolatanın yalnızca bir gıda ürünü olmaktan çıkarak, kültürel, ekonomik ve deneysel boyutları olan çok yönlü bir gastronomik unsur haline gelmesini sağlamıştır. Günümüzde ikolata hem günlük tüketim hem de lüks tüketim kategorilerinde yer alabilen, farklı segmentlere hitap eden esnek bir ürün yapısına sahiptir.

Gastronomik açıdan çikolata, duysal özellikleri (tat, aroma, doku ve ağızda erime profili) ile tüketici deneyimini doğrudan etkileyen kompleks bir ürün olarak öne çıkmaktadır. Kakao oranı, işleme teknikleri ve kullanılan katkı bileşenleri, çikolatanın nihai duysal profilini belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (Afoakwa, 2010). Bu bağlamda çikolata, gastronomide “çok bileşenli ve çok duysal ürün” kategorisinde değerlendirilmekte; özellikle tat ve aroma bileşenlerinin çeşitliliği sayesinde farklı lezzetlerle kolaylıkla uyum sağlayabilmektedir. Bu esnek yapı, çikolatanın gastronomik inovasyon süreçlerinde sıkça tercih edilmesine olanak tanımaktadır.

Günümüzde ikolata, gastronomik inovasyon ve ürün geliştirme çalışmalarında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Özellikle dolgulu çikolata ürünleri, farklı kültürel lezzetlerin modern formlarda yeniden sunulmasına imkân tanıyan bir platform işlevi görmektedir. Bu çerçevede çikolata, yerel ve geleneksel tatların küresel tüketim kalıplarına entegre edilmesinde bir “taşıyıcı ürün” olarak değerlendirilmektedir (Cidell & Alberts, 2006). Geleneksel tatlıların çikolata ile birleştirilmesi hem ürünün duysal çeşitliliğini artırmakta hem de tüketici açısından yenilikçi ve çekici bir deneyim sunmaktadır. Bu durum, çikolatanın gastronomide yalnızca bağımsız bir ürün değil, aynı zamanda diğer lezzetleri dönüştüren ve yeniden yorumlayan bir araç olduğunu göstermektedir.

ikolatanın gastronomik değerini artıran bir diğer unsur ise kalite ve deneyim odaklı tüketim eğilimleridir. Günümüz tüketicileri, çikolatayı yalnızca bir atıştırmalık olarak değil, aynı zamanda estetik, hikâye ve deneyim içeren bir ürün olarak değerlendirmektedir. Bu doğrultuda “bean-to-bar”

üretim yaklaşımı, tek kökenli kakao kullanımı ve zanaatkâr üretim teknikleri gibi unsurlar, çikolatanın gastronomik değerini yükselten önemli faktörler arasında yer almaktadır (Leissle, 2018). Ayrıca çikolata, şefler ve gastronomi profesyonelleri tarafından yaratıcı sunum teknikleriyle birleştirilerek deneysel gastronomi kapsamında yeniden kurgulanmaktadır. Bu durum, çikolatanın gastronomi alanında hem geleneksel hem de modern yaklaşımlarla birlikte değerlendirilebilen hibrit bir ürün olduğunu ortaya koymaktadır.

Çikolatanın kültürel ve sembolik boyutu da gastronomik yorumlamada önemli bir yer tutmaktadır. Çikolata, birçok kültürde mutluluk, ödül, lüks ve romantizm gibi anlamlarla ilişkilendirilmekte; bu durum tüketici algısını ve ürün tercihlerini doğrudan etkilemektedir (Allen & Albala, 2007). Bu sembolik değer, çikolatanın pazarlama stratejilerinde ve deneyim tasarımında etkin bir şekilde kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Özellikle hediyelik ürünler ve özel gün tüketimi bağlamında çikolata, güçlü bir duygusal bağ kurma aracı olarak öne çıkmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve etik üretim konuları da çikolatanın gastronomik değerlendirilmesinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Kakao üretiminde adil ticaret uygulamaları, çevresel etkilerin azaltılması ve üretici toplulukların desteklenmesi gibi unsurlar, tüketicilerin çikolata tercihlerinde belirleyici hale gelmektedir (Squicciarini & Swinnen, 2016). Bu bağlamda çikolata, yalnızca duysal ve kültürel bir ürün değil, aynı zamanda etik ve sürdürülebilir tüketim anlayışının bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, çikolata gastronomik açıdan çok yönlü bir ürün olarak; duysal zenginliği, kültürel anlamları, inovasyona açık yapısı ve deneysel potansiyeli ile dikkat çekmektedir. Bu özellikleri sayesinde çikolata, geleneksel lezzetlerin modern gastronomi ile buluşturulmasında etkili bir araç olarak kullanılmakta ve gastronomik inovasyon süreçlerinde merkezi bir rol üstlenmektedir.

5. AĞRI İLİNDE GASTRONOMİK BİR MİRAS: HASUDA (JAJARUN)

Hasuda yerel kullanımda Jajarun olarak adlandırılmakta olup, Doğu Anadolu Bölgesi'nin zengin mutfak kültürü içerisinde yer alan ve özellikle Ağrı iline özgü geleneksel tatlılardan biri olarak öne çıkmaktadır. Bölgenin sert iklim koşulları, sınırlı tarımsal çeşitliliği ve tarihsel yaşam pratikleri, yerel mutfak kültürünün şekillenmesinde belirleyici olmuş; bu durum Hasuda gibi enerji değeri yüksek, besleyici ve pratik hazırlanabilen tatlıların ortaya

çıkmasına zemin hazırlamıştır. Hasuda, genellikle un, tereyağı ve şeker (ya da pekmez) gibi temel bileşenlerle hazırlanan, kıvamlı ve yoğun bir yapıya sahip olan bir tatlıdır. Bu yönüyle hem günlük tüketim hem de özel günlerde sunulan geleneksel bir lezzet olarak kültürel bir işlev üstlenmektedir.

İlgili literatürde yerel tatlılar, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan ürünler olarak değil; aynı zamanda kültürel kimliğin, toplumsal hafızanın ve geleneksel bilginin taşıyıcıları olarak değerlendirilmektedir (Montanari, 2006; Bessière, 1998). Bu bağlamda Hasuda (Jajarun), bölge halkının tarihsel yaşam biçimini, üretim-tüketim ilişkilerini ve sosyal pratiklerini yansıtan önemli bir gastronomik miras unsuru olarak ele alınabilir. Özellikle kış aylarında enerji ihtiyacını karşılamak amacıyla tüketilen bu tatlı, aynı zamanda misafirperverlik, paylaşım ve toplumsal dayanışma gibi değerlerin somut bir göstergesi olarak da işlev görmektedir. Nitekim geleneksel Anadolu mutfağında tatlılar, yalnızca bir gıda ürünü değil, aynı zamanda sosyal ilişkileri güçlendiren bir araç olarak önemli bir yere sahiptir.

Hasuda'nın hazırlanış süreci de kültürel aktarım açasından dikkat çekicidir. Geleneksel olarak kuşaktan kuşağa aktarılan tarifler ve pişirme teknikleri, bu ürünün özgünlüğünü korumasında önemli bir rol oynamaktadır. Yemek yapım sürecinde kullanılan yöntemler, ölçüler ve hatta sunum biçimleri, yerel bilgi sistemlerinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Timothy & Ron, 2013). Bu bağlamda Hasuda, yalnızca tüketilen bir ürün değil; aynı zamanda üretim süreciyle birlikte anlam kazanan bir kültürel pratik olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, gastronomik mirasın somut olmayan boyutunun önemini ortaya koymaktadır.

Öte yandan, günümüz gastronomi anlayışı çerçevesinde Hasuda gibi geleneksel ürünlerin modern tüketim dinamiklerine uyum sağlaması giderek daha önemli hale gelmektedir. Küreselleşme ile birlikte değişen damak zevkleri ve tüketim alışkanlıkları, geleneksel ürünlerin yeniden yorumlanmasını zorunlu kılmaktadır (Sims, 2009). Bu doğrultuda Hasuda'nın farklı sunum teknikleri, içerik çeşitlendirmeleri ve yeni ürün formları ile modern gastronomiye entegre edilmesi hem ürünün sürdürülebilirliğini sağlamakta hem de daha geniş tüketici kitlelerine ulaşmasını mümkün kılmaktadır. Özellikle gastronomik inovasyon bağlamında, Hasuda'nın farklı ürünlerle (örneğin çikolata gibi küresel ürünlerle) birleştirilmesi, geleneksel ve modern lezzetlerin kesişiminde yeni deneyim alanları yaratmaktadır. Ayrıca Hasuda (Jajarun), gastronomi turizmi açasından da önemli bir potansiyele sahiptir. Yerel mutfak unsurlarının turistik ürün olarak değerlendirilmesi, destinas-

yonların rekabet gücünü artıran önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Kivela & Crotts, 2006). Bu bağlamda Ağrı iline özgü Hasuda, bölgenin gastronomik kimliğini yansıtan özgün bir değer olarak turist deneyimlerine entegre edilebilir. Yerel festivaller, gastronomi etkinlikleri ve otantik restoran deneyimleri aracılığıyla Hasuda'nın tanıtılması hem kültürel mirasın korunmasına hem de bölgesel kalkınmaya katkı sağlayacaktır.

Yapılan çalışmalar, yerel ve geleneksel ürünlerin kayıt altına alınması, coğrafi işaretleme süreçlerine dahil edilmesi ve markalaştırılması gerektiğini vurgulamaktadır (Tregear, 2003). Bu bağlamda Hasuda'nın da yerel bir gastronomik değer olarak belgelenmesi ve korunması, kültürel sürdürülebilirlik açısından önem arz etmektedir. Aynı zamanda bu tür ürünlerin modern gastronomi ile entegrasyonu, geleneksel bilginin güncel üretim ve tüketim pratikleriyle buluşmasını sağlayarak kültürel sürekliliği desteklemektedir.

Sonuç olarak Hasuda (Jajarun), Ağrı mutfak kültürünün önemli bir temsilcisi olarak; tarihsel kökenleri, besleyici yapısı, kültürel anlamları ve gastronomik potansiyeli ile çok boyutlu bir değerlendirmeyi hak etmektedir. Bu bağlamda Hasuda'nın hem korunması hem de yenilikçi yaklaşımlarla yeniden yorumlanması, yerel gastronomik mirasın sürdürülebilirliği açısından kritik bir öneme sahiptir.

6. GELENEK VE İNOVASYONA ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMI

Gelenek ve inovasyonun kesişiminde ürün geliştirme yaklaşımı, özellikle gastronomi ve gıda endüstrisi bağlamında, geleneksel bilgi ve üretim pratiklerinin modern teknoloji, tüketici beklentileri ve pazar dinamikleri ile yeniden yorumlanmasını ifade eden bütüncül bir süreçtir. Bu yaklaşım, bir yandan kültürel mirasın korunmasını hedeflerken, diğer yandan yenilikçi ürün tasarımı aracılığıyla rekabet avantajı ve katma değer yaratmayı amaçlamaktadır (Hjalager, 2010). Bu çerçevede ürün geliştirme, yalnızca teknik bir süreç değil; aynı zamanda kültürel, sosyal ve ekonomik boyutları olan stratejik bir dönüşüm alanı olarak ele alınmaktadır.

Geleneksel ürünlerin modern gastronomi içinde yeniden tasarlanması, "otantiklik" ve "yenilik" arasında hassas bir denge kurulmasını gerektirmektedir. Literatürde otantiklik, ürünün tarihsel ve kültürel kökenlerine bağlılığını ifade ederken; inovasyon, bu kökenlerin çağdaş tüketim pratiklerine uyarlanmasını ifade etmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Bu bağlamda ürün geliştirme süreci, geleneksel bilginin tamamen terk edilmesi değil, yeniden yorumlanarak sürdürülebilir hale getirilmesi üzerine kuruludur. Özellikle

yerel gastronomik ürünlerin modern formlara dönüştürülmesi hem kültürel sürekliliği desteklemekte hem de yeni tüketici segmentlerine ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

Ürün geliştirme yaklaşımının önemli bileşenlerinden biri de tüketici odaklılıktır. Günümüz tüketicileri, yalnızca ürünün lezzetine değil; aynı zamanda ürünün hikâyesine, kültürel arka planına ve deneyimsel değerine de önem vermektedir (Pine & Gilmore, 1999). Bu durum, geleneksel ürünlerin modernizasyon sürecinde hikâyeleştirme (storytelling), duyuşsal tasarım ve deneyim odaklı sunum gibi unsurların kritik hale gelmesine neden olmuştur. Dolayısıyla ürün geliştirme, yalnızca teknik bir reform süreci değil; aynı zamanda anlam üretme süreci olarak değerlendirilmektedir.

Gelenek ve inovasyonun keşişiminde ürün geliştirme yaklaşımı aynı zamanda disiplinlerarası bir yapıya sahiptir. Gastronomi bilimi, gıda mühendisliği, pazarlama, kültürel çalışmalar ve turizm gibi farklı alanların etkileşimi, bu sürecin temelini oluşturmaktadır (Hall, 2003). Özellikle yerel ürünlerin modern gastronomi ile entegrasyonu hem ürün çeşitliliğini artırmakta hem de destinasyonların gastronomik kimliğini güçlendirmektedir. Bu bağlamda ürün geliştirme, yalnızca bireysel ürün düzeyinde değil, aynı zamanda bölgesel kalkınma ve markalaşma stratejileri aşıısından da önemli bir araçtır.

Sürdürülebilirlik perspektifi de bu yaklaşımın önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Geleneksel ürünlerin modernizasyon sürecinde yerel hammadelerin kullanımı, çevresel etkilerin azaltılması ve yerel üreticilerin desteklenmesi, sürdürülebilir ürün geliştirme anlayışının temel unsurları arasında yer almaktadır (Seyfang & Smith, 2007). Bu doğrultuda geleneksel ve modern unsurların dengeli bir şekilde bir araya getirilmesi hem çevresel hem de sosyo-ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Bu hususlardan hareketle, gelenek ve inovasyonun keşişiminde ürün geliştirme yaklaşımı, gastronomi alanında kültürel mirasın korunması ile yenilikçi üretim pratiklerinin bir arada yürütülmesini mümkün kılan stratejik bir çerçeve sunduğu anlaşılmaktadır. Bu yaklaşım, geleneksel ürünlerin yalnızca geçmişin bir yansıması olarak değil, aynı zamanda geleceğe taşınan dinamik ve dönüşebilir yapılar olarak ele alınmasını sağlamaktadır. Bu nedenle ürün geliştirme süreci, gastronomik mirasın sürdürülebilirliği aşıısından kritik bir rol oynamaktadır.

7. HASUDA (JAJARUN) DOLGULU ÇİKOLATA ÖRNEĞİNDE GELENEK VE İNOVASYONUN KESİŞİMİNDE ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMI

Gelenek ve inovasyonun kesişiminde ürün geliştirme yaklaşımı, yerel gastronomik miras unsurlarının çağdaş üretim teknikleri ve tüketim eğilimleri doğrultusunda yeniden yorumlanmasını ifade eden bütüncül bir süreci kapsamaktadır. Bu yaklaşım, kültürel sürekliliği korurken aynı zamanda yenilikçi ürün tasarımları aracılığıyla ekonomik ve deneysel değer üretmeyi amaçlamaktadır (Hjalager, 2010). Bu çerçevede gastronomik ürün geliştirme, yalnızca teknik bir formülasyon süreci değil; aynı zamanda kültürel anlamların yeniden inşa edildiği, kimlik ve inovasyonun birlikte üretildiği stratejik bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Bu bağlamda Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata, geleneksel bir yerel tatlı olan Hasuda'nın modern bir gastronomik ürün olan çikolata ile birleştirilmesi sonucu ortaya çıkan hibrit bir ürün örneğini oluşturmaktadır. Ağrı mutfak kültürüne ait Hasuda, tarihsel olarak bölgenin yaşam koşulları, beslenme ihtiyaçları ve kültürel pratikleri doğrultusunda şekillenmiş, yüksek enerji içeriğine sahip geleneksel bir tatlıdır. Bu ürünün çikolata ile birleştirilmesi, yerel gastronomik mirasın küresel bir ürün formu içerisinde yeniden yorumlanmasını mümkün kılmaktadır.

Görsel 1. Hasuda (Jajarun) Dolgulu Çikolata



Kaynak: Fotoğraf yazara aittir.

Geleneksel ürünlerin modern gastronomi ile entegrasyonunda en kritik unsur, otantiklik ile yenilik arasındaki dengenin korunmasıdır. Literatürde otantiklik, ürünün kültürel kökenlerine bağlılığını ifade ederken; inovas-

yon, bu kökenlerin çağdaş tüketici beklentilerine uygun şekilde yeniden tasarlanmasını ifade etmektedir (Cohen & Avieli, 2004). Bu doğrultuda Hasuda dolgulu çikolata gibi ürünlerde, geleneksel tat profilinin korunması ile yeni duyuşsal deneyimlerin oluşturulması arasında dengeli bir yaklaşım benimsenmelidir.

Ürün geliştirme süreci açısından bakıldığında, çikolata gastronomik açıdan oldukça esnek bir taşıyıcı ürün olarak öne çıkmaktadır. Duyuşsal çeşitliliği, farklı dolgu ve aroma kombinasyonlarına uygun yapısı sayesinde çikolata, yerel ve geleneksel lezzetlerin modern formlara dönüştürülmesinde önemli bir araçtır (Afoakwa, 2010). Bu bağlamda Hasuda'nın çikolata ile entegrasyonu hem ürünün duyuşsal çekiciliğini artırmakta hem de kültürel bir lezzetin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

Gelenek ve inovasyonun kesişiminde geliştirilen bu tür ürünler, aynı zamanda deneyim ekonomisi perspektifi ile de değerlendirilmektedir. Tüketiciler günümüzde yalnızca ürünün fiziksel özelliklerine değil, aynı zamanda ürünün sunduğu hikâyeye, kültürel anlamına ve deneyimsel değerine de önem vermektedir (Pine & Gilmore, 1999). Bu nedenle Hasuda dolgulu çikolata, yalnızca bir gıda ürünü değil; aynı zamanda kültürel anlatı, deneyim ve yenilik unsurlarını bir araya getiren bir gastronomik ürün olarak konumlanmaktadır.

Sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde ise geleneksel ürünlerin modernize edilmesi, yerel üretimin desteklenmesi ve kültürel mirasın korunması açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Yerel gastronomik ürünlerin modern pazarlara entegre edilmesi hem ekonomik değer yaratmakta hem de kültürel sürekliliği desteklemektedir (Seyfang & Smith, 2007). Bu bağlamda Hasuda dolgulu çikolata, yerel gastronomik mirasın sürdürülebilir bir şekilde yeniden üretilebileceğini gösteren önemli bir örnek niteliği taşımaktadır.

Buna göre, Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata örneğinde gelenek ve inovasyonun kesişiminde ürün geliştirme yaklaşımı, kültürel mirasın korunması ile modern gastronomi anlayışının bütünleştirilmesini mümkün kılan stratejik bir çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşım, yerel tatların yalnızca korunmasını değil, aynı zamanda yenilikçi biçimlerde yeniden üretilmesini sağlayarak gastronomik mirasın sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır.

8. SONUÇ

Bu çalışma, gastronomik mirasın korunması ile gastronomik inovasyonun geliştirilmesi arasındaki ilişkiyi, Ağrı iline özgü Hasuda (Jajarun) tatlısı ve bu tatlının modern bir gastronomik ürün olan çikolata ile birleştirilmesi

örneği üzerinden ele almıştır. Çalışma kapsamında gastronomik miras, gastronomik inovasyon, geleneksel ürünlerin modernizasyonu ve çikolatanın gastronomik bir ürün olarak yeniden yorumlanması kavramsal olarak tartışılmış; bu kavramlar Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata örneğiyle bütünleştirilerek çok katmanlı bir değerlendirme sunulmuştur. Kavramsal çerçeveye göre gastronomik mirasın yalnızca geçmişe ait durağan bir yapı olmadığı, aksine sürekli yeniden üretilen ve güncel tüketim pratikleriyle dönüşen dinamik bir süreç olduğu görülmektedir. Hasuda (Jajarun) örneği, yerel mutfak kültürünün sadece beslenme ile ilgili bir unsur olmadığını; aynı zamanda toplumsal hafıza, kültürel kimlik ve sosyal ilişkilerle doğrudan bağlantılı bir miras alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yönüyle Hasuda, bölgesel gastronomik kimliğin önemli bir temsilcisi olarak değerlendirilmektedir.

Gastronomik inovasyon perspektifinden bakıldığında ise geleneksel ürünlerin modern ürünlerle entegrasyonunun hem kültürel sürdürülebilirlik hem de ekonomik değer üretimi açısından önemli fırsatlar sunduğu anlaşılmaktadır. Özellikle çikolata gibi küresel ölçekte kabul görmüş ve esnek yapıya sahip bir ürünün kullanılması, yerel tatların modern gastronomi sistemine entegrasyonunu kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata, geleneksel ve modern gastronomi arasında bir köprü işlevi görmektedir.

Çalışma ayrıca, gelenek ve inovasyon arasındaki ilişkinin “çatışma” değil “tamamlayıcılık” temelli ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Geleneksel ürünlerin modernizasyonu sürecinde en kritik unsur, ürünün kültürel otantikliğinin korunması ile yeni tüketici beklentilerine uyum sağlanması arasında dengeli bir yaklaşım geliştirilmesidir. Bu denge sağlandığında hem kültürel miras korunmakta hem de ürünler daha geniş pazarlara ulaşabilmektedir.

Hasuda dolgulu çikolata örneği gastronomi turizmi açısından da önemli bir potansiyel taşımaktadır. Yerel ürünlerin modern gastronomik formlara dönüştürülmesi, destinasyonların kimlik inşasına katkı sağlamakta ve ziyaretçilere özgün deneyimler sunmaktadır. Bu durum, yerel gastronomik ürünlerin yalnızca kültürel bir değer değil, aynı zamanda stratejik bir turizm aracı olarak da değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Söz konusu unsurlar göz önüne alındığında bu çalışma, gastronomik mirasın korunması ile gastronomik inovasyonun geliştirilmesi arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Hasuda (Jajarun) dolgulu çikolata örneği, yerel bir gastronomik değerinin modern bir ürün formuna dönüştü-

rölerek nasıl yeniden yorumlanabileceğini göstermesi açısından önemli bir model sunmaktadır. Bu doğrultuda, yerel gastronomik ürünlerin belgelenmesi, korunması ve inovatif yaklaşımlarla yeniden üretilmesi hem kültürel sürdürülebilirlik hem de ekonomik kalkınma açısından stratejik bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Afoakwa, E.O. (2010). *Chocolate science and technology*. Wiley-Blackwell. DOI: 10.1002/9781444319880.ch3
- Allen, G., & Albalá, K. (2007). *The business of food: Encyclopedia of the food and drink industries*. Greenwood Press, Bloomsbury Academic.
- Almli, V. L., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Næs, T., & Hersleth, M. (2011). General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries. *Food Quality and Preference*, 22(1), 129–138. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.08.008>
- Bessière, J. (1998). Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociology Ruralis*, 38, 21-34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Boncinelli, F., Contini, C., Romano, C., Scozzafava, G., & Casini, L. (2017). Territory, environment, and healthiness in traditional food choices: Insights into consumer heterogeneity. *International Food and Agribusiness Management Review*, 20(1):1-16. DOI:10.22434/IFAMR2015.0177
- Camilleri, M. A. (2018). Market Segmentation, Targeting and Positioning. In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (Chapter 4, pp. 69-83). Springer, Cham, Switzerland.
- Cidell, J., & Alberts, H. (2006). Constructing quality: The multinational histories of chocolate. *Geoforum* 37(6):999-1007. DOI:10.1016/j.geoforum.2006.02.006
- Coe, S. D., & Coe, M. D. (2013). *The true history of chocolate* (3rd ed.). Thames & Hudson. New York Review of Books.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755–778. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.003>
- Dziallas, M., & Blind, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. *Technovation*, 80–81, 3–29. 10.1016/j.technovation.2018.05.005
- Hall, C. M. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann. Editor: Hall, C.M., Sharples, E., Mitchell, R., Cambourne, B., & Macionis, N.
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. Routledge. DOI:10.4324/9780203938430

- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.012>
- Kırbaç, K., & Bucak, T. (2022). Yerel Gıda Ürünlerinin Sürdürülebilirliğinde Gastronomi Müzelerinin Önemi: Kars Zavot Ekomüze Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 581-603. <https://doi.org/10.32572/guntad.1031621>
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30, 354-377. <https://doi.org/10.1177/1096348006286797>
- Leissle, K. (2018). *Cocoa*. MA: Polity Press.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928–936. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.10.012>
- Menrad, K. (2003). Market and marketing of functional food in Europe. *Journal of Food Engineering*, 56(2–3), 181–188. [http://dx.doi.org/10.1016/S0260-8774\(02\)00247-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0260-8774(02)00247-9)
- Messenì Petruzzelli, A., & Savino, T. (2014). Reinterpreting tradition to innovate: The case of Italian haute cuisine. *Industry and Innovation*, 22(8), 677–702. DOI: 10.1080/13662716.2015.1122512
- Montanari, M. (2006). *Food is culture*. Columbia University Press.
- Oğan, E. (2025). Yenilik Kapasitesinin Küresel Rekabet Performansına Etkisi: Uluslararası Endeksler Kapsamında Bir Karşılaştırma. *Politik Ekonomik Kuram*, 9(1), 429-446. <https://doi.org/10.30586/pek.1601879>
- Oğan, Y. (2021). *Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Akımlar*. M. C., Yayla, Ö. (Ed.), *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları (Birinci baskı, s.34–52)*. Çizgi Kitabevi Yayınları
- Oğan, Y. (2024). Gastronomik kimlik ve miras bağlamında bir bibliyometrik analiz, *Tourism and Recreation To & Re* 6(1) 76-88. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1433457>
- Okumuş, B., Ali, F., Bilgihan, A., & Ozturk, A. B. (2018). Psychological factors influencing customers' acceptance of smartphone diet apps when ordering food at restaurants, *International Journal of Hospitality Management*, 72, 67-77. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.001>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Seyfang, G., & Smith, A. (2007). Grassroots innovations for sustainable development. *Towards a New Research and Policy Agenda*, *Environmental Politics*, 16(4), 584–603. DOI: 10.1080/09644010701419121
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>

- Stierand, M., & Lynch, P. (2008). The art of creating culinary innovations. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 337–350. DOI:10.1057/thr.2008.28
- Squicciarini, M. P., & Swinnen, J. (2016). *The economics of chocolate*. Oxford University Press.
- Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image, authenticity, and change, *Journal of Heritage Tourism* 8(2-3):99-104. DOI:10.1080/1743873X.2013.767818
- Tregear, A. (2003). From Stilton to Vimto: Using food history to re-think typical products in rural development. *Sociologia Ruralis*, 43(2), 91–107. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00233>
- UNESCO (2003). *Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*.
- Vanhonacker, F., Kühne, B., Gellynck, X., Guerrero, L., Hersleth, M., & Verbeke, W. (2010). Innovations in traditional foods. Impact on perceived traditional character and consumer acceptance. *Food Research International* 54 (2013) 1828–1835. <https://doi.org/10.1016/J.FOODRES.2013.10.027>

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ TURİZMİ KAPSAMINDA SİİRT İLİ GASTRONOMİK DEĞERLERİNİN İNCELENMESİ

Özgür ÇALKIN*
Murat ARI**

1. GİRİŞ

Turizm sektörü; küreselleşme, değişen tüketici beklentileri ve deneyim odaklı seyahat eğilimlerinin etkisiyle sürekli bir dönüşüm içerisinde. Günümüzde turistler yalnızca dinlenme ve eğlenme amacıyla seyahat etmekle kalmayıp, ziyaret ettikleri destinasyonların kültürel, sosyal ve gastronomik değerlerini deneyimlemeyi de talep etmektedir. Bu bağlamda gastronomi, bir destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan temel unsurlardan biri olarak öne çıkmakta ve turistik çekiciliğin artırılmasında stratejik bir rol üstlenmektedir. Yerel mutfaklar, geleneksel yemekler, özgün üretim teknikleri ve yöresel ürünler; toplumların tarihsel birikimlerini, yaşam biçimlerini ve kültürel miraslarını yansıtan önemli değerler olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle gastronomi, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir unsur olmanın ötesinde, destinasyonların farklılaşmasını sağlayan ve ziyaretçilere özgün deneyimler sunan önemli bir çekim faktörü hâline gelmiştir.

Son yıllarda gastronomi turizmi, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, kültürel mirasın korunması ve yerel ekonomik kalkınmanın desteklenmesi

* Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, ozgur.calkin@kafkas.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5709-7542

** Bağımsız Araştırmacı, Kafkas Üniversitesi, Sarıkamış Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, arimurat436@gmail.com, ORCID ID: 0009-0000-8577-3907

açısından önemli bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Gastronomik değerlerin turistik ürün olarak değerlendirilmesi, bir yandan yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine katkı sağlarken diğer yandan bölgesel kalkınmayı destekleyen ekonomik fırsatlar yaratmaktadır. Bu yönüyle gastronomi turizmi, destinasyonların rekabet avantajı elde etmelerinde ve marka değerlerini güçlendirmelerinde etkili bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye, zengin kültürel mirası ve geniş mutfak çeşitliliğine sahiptir. Özellikle hem mutfak kültürü hem de gastronomi turizmi açısından saygın ve önemli ülkeler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinin kendine özgü ürünleri, yemek kültürleri ve geleneksel üretim yöntemleri, ülkenin gastronomik zenginliğini oluşturan temel unsurlardır. Bu potansiyelin önemli temsilcilerinden biri olan Siirt, tarih boyunca farklı medeniyetlere ev sahipliği yapmış olması nedeniyle çok katmanlı bir kültürel yapıya sahiptir. Bölgenin sahip olduğu doğal ürün çeşitliliği ile farklı toplulukların yüzyıllar boyunca sürdürdüğü kültürel etkileşimler, özgün bir mutfak kültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Siirt fıstığı, bittım (menengiç), sumak ve çeşitli geleneksel yemekler gibi gastronomik değerler, ilin kültürel kimliğinin önemli unsurlarını oluşturmakta ve gastronomi turizmi açısından dikkat çekici bir potansiyel sunmaktadır.

Siirt, sahip olduğu inanç, doğa, kültür ve gastronomi turizmi kaynaklarına rağmen bu potansiyeli turizm gelirlerine ve ziyaretçi sayılarına istenilen düzeyde yansıtamamaktadır. Konaklama süresinin kısa olması, yöresel ürünlerin markalaşma ve pazarlama süreçlerindeki yetersizlikler ile turistik güzergâhlarda yeme-içme ve alışveriş olanaklarının sınırlı kalması, ilin turizmden elde ettiği ekonomik faydayı azaltan temel unsurlar arasında yer almaktadır. Bu durum, gastronomik değerlerin daha etkin biçimde değerlendirilmesi, yerel ürünlerin katma değerli ürünlere dönüştürülmesi ve markalaşma çalışmalarının desteklenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gastronomi temelli kalkınma stratejilerinin geliştirilmesi, hem yerel ekonominin güçlenmesine hem de Siirt'in sürdürülebilir bir turizm destinasyonu olarak rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada, Siirt ilinin sahip olduğu gastronomik değerleri sürdürülebilir gastronomi turizmi perspektifinden inceleyerek söz konusu değerlerin korunması, gelecek kuşaklara aktarılması ve turizm amaçlı değerlendirilme potansiyelini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Siirt'in gastronomik kimliğini oluşturan yöresel ürünler, geleneksel yemekler ve mutfak kültürü unsurları ele alınmakta; bu değerlerin destinasyon çekiciliğine, ye-

rel ekonomik kalkınmaya ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkıları değerlendirilmektedir. Kitabın bu bölümünde gastronomi, gastronomi turizmi ve sürdürülebilir turizm ilişkisi konularına yer verilerek Siirt ilinin sahip olduğu gastronomik değerler, sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından incelenmektedir.

2. GASTRONOMİ VE GASTRONOMİ TURİZMİ

Gastronomi kavramı, gastronomik kimlik, gastronomik karakter ve gastronomi turizmi gibi birçok kavramla ilişkilendirilmesine rağmen literatürde kapsamı ve tanımı konusunda tam bir görüş birliği bulunmamaktadır (Üner, 2014). Bunun temel nedeni, gastronominin yalnızca yeme ve içme faaliyetlerini değil, bu faaliyetlerin kültürel, toplumsal, tarihsel ve coğrafi boyutlarını da içeren çok yönlü bir yapıya sahip olmasıdır (Akdağ & Şimşek, 2024; Bayram, 2023; Kasar, Seçim & Şen, 2024; Yurt & Divar, 2024). Etimolojik olarak Yunanca “gastro” (mide) ve “nomos” (kural, düzen) sözcüklerinden türeyen gastronomi, yeme ve içme ile ilgili bilgi, uygulama ve kurallar bütünü olarak tanımlanmaktadır (Altınel, 2009). Gastronomi; yiyecek ve içeceklerin üretimi, hazırlanması, sunumu ve tüketimi süreçlerini bilimsel ve sanatsal boyutlarıyla ele alan disiplinler arası bir çalışma alanı olmasının yanı sıra toplumların kültürel kimliğini, yaşam biçimini ve tarihsel birikimini yansıtan önemli bir unsur olarak değerlendirilmekte; kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Göker, 2011; Beşirli, 2010; Deveci vd., 2013; Turan & Yazıcıoğlu, 2026). Bu yönüyle gastronomi, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir faaliyet değil, farklı disiplinlerle etkileşim içerisinde olan kapsamlı bir araştırma ve uygulama alanıdır (Göker, 2011).

Yerel mutfaklar ve yöresel ürünler, toplumların kültürel değerlerini ve kimliklerini yansıtan önemli gastronomik unsurlar arasında yer almaktadır (Göker, 2011; Oğan & Durlu Özkaya, 2021). Bu değerlerin turistik çekicilik unsuru olarak değerlendirilmesi ise gastronomi turizminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Gastronomi turizmi, bireylerin farklı mutfak kültürlerini tanımak, yöresel yiyecek ve içecekleri deneyimlemek amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmektedir (Long, 2004). Günümüzde gastronomi turizmi, destinasyonların tanıtılması, markalaşması ve rekabet gücünün artırılmasında önemli bir araç olarak görülmekte; aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına ve yerel kalkınmanın desteklenmesine katkı sağlamaktadır (Aydın, 2015; Gökdeniz vd., 2015). Küreselleşme, kentleşme ve teknolojik ge-

lişmelerin etkisiyle beslenme alışkanlıklarının giderek standartlaşması, yerel mutfak kültürlerinin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasını daha önemli hâle getirmiştir (Üner, 2014). Bu gelişmeler, gastronomik değerlerin yalnızca kültürel mirasın bir parçası olarak değil, aynı zamanda ekonomik ve turistik açıdan stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmesine zemin hazırlamıştır. Özellikle yerel mutfaklar, geleneksel yemekler ve yöresel ürünler, destinasyonların özgün kimliklerini ortaya koyan ve onları rakiplerinden farklılaştıran önemli çekicilik unsurları arasında yer almaktadır.

Gastronomi, yiyecek kültürü, mutfak gelenekleri ve lezzet oluşturma süreçlerini kapsayan çok boyutlu bir kavramdır (Aslan, 2010). Günümüzde gastronomi, destinasyonların tanıtımı ve pazarlanmasında önemli bir araç olarak kullanılmakta; turistlerin yeni lezzetler keşfetme ve farklı mutfak kültürlerini deneyimleme isteği gastronomi turizminin gelişimini desteklemektedir (Aydın, 2015). Gastronomi turizmi, bireylerin yiyecek ve içeceklerle ilişkin deneyimler yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmektedir (Hall ve ark., 2003). Long (2004) tarafından bu kavram, bireylerin kendilerine yabancı olan bir mutfak kültürünü keşfetmek amacıyla o kültüre ait yiyeceklerin tüketimi, hazırlanması ve sunum süreçlerine bilinçli katılımı olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda gastronomi turizmi, ziyaretçilerin yalnızca bir destinasyonu görmelerini değil, aynı zamanda o bölgenin gastronomik mirasını deneyimlemelerini sağlayan önemli bir alternatif turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Long, 2004). Yerel ürünler, geleneksel yemekler ve özgün mutfak uygulamaları, destinasyonların gastronomi turizmi potansiyelini şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır (Baby ve Kim, 2025; Everett & Aitchison, 2008). Gastronomik değerler, turistlere otantik deneyimler sunarken aynı zamanda destinasyonların kültürel ve tarihsel kimliğinin tanıtılmasına katkı sağlamaktadır (Gökdeniz vd., 2015). Bu nedenle gastronomi, destinasyonların rekabet gücünü artıran önemli bir çekicilik unsuru olarak görülmektedir.

Sürdürülebilir turizm perspektifinden değerlendirildiğinde gastronomi turizmi, yerel ürünlerin korunmasına, geleneksel bilgi ve üretim yöntemlerinin yaşatılmasına, kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasına ve yerel ekonominin desteklenmesine katkı sağlamaktadır (Akdağ & şimşek, 2024; Baycar, 2023; Çildam, 2021; Yurt & Divar, 2024). Yerel mutfak kültürünün turizm faaliyetleri içerisinde değerlendirilmesi, hem destinasyonların özgün kimliklerinin korunmasına hem de sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin desteklenmesine olanak tanımaktadır. Bu yönüyle gastronomi turizmi, kültürel

sürdürülebilirlik ile ekonomik sürdürülebilirliği bir araya getiren önemli bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır (Baycar, 2023; Çildam, 2021). Siirt mutfağı üzerine gerçekleştirilen çalışmalar, ilin sahip olduğu gastronomik değerlerin belirlenmesi ve kültürel özelliklerinin ortaya konulması açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Baycar (2023), Siirt'in gastronomik değerlerini inceleyerek büryan kebabı, perde pilavı, Siirt fıstığı ve Pervari balı gibi ürünlerin ilin gastronomik kimliğini oluşturan temel unsurlar arasında yer aldığını belirtmektedir. Benzer şekilde Çildam (2021), Siirt mutfağını kültürel coğrafya perspektifinden ele alarak ilin coğrafi koşulları ile kültürel yapısının mutfak kültürünün şekillenmesinde belirleyici bir rol oynadığını vurgulamaktadır.

Sürdürülebilir turizmin etkin bir şekilde planlanabilmesi ve yönetilebilmesi için turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerinin düzenli olarak izlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla kullanılan sürdürülebilir turizm göstergeleri, bir destinasyonda turizmin mevcut durumunu değerlendirmeye, olası sorunları belirlemeye ve sürdürülebilirlik hedeflerine ne ölçüde ulaşıldığını ortaya koymaya yardımcı olan ölçütler olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir turizm göstergeleri, turizm faaliyetlerinin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerini değerlendirmek amacıyla kullanılan ölçütlerdir (UNWTO, 2004). Bu göstergeler; turizm gelirleri, istihdam düzeyi, ziyaretçi memnuniyeti, kültürel mirasın korunması, enerji ve su tüketimi ile atık yönetimi gibi unsurları kapsamaktadır (Miller & Twining-Ward, 2005). Sürdürülebilir turizm anlayışı, yalnızca ekonomik kazanımları değil, doğal kaynakların korunmasını ve yerel toplumun refahını da dikkate almaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir turizm göstergeleri, destinasyonların sürdürülebilirlik performansının izlenmesi ve turizm politikalarının geliştirilmesi açısından önemli bir yönetim aracı olarak değerlendirilmektedir (UNWTO, 2004).

Gastronomi turizmi açısından değerlendirildiğinde ise yerel ürünlerin kullanımı, coğrafi işaretli ürün sayısı, yerel üreticilerin turizmden elde ettiği gelir, geleneksel mutfak kültürünün korunma düzeyi ve gastronomi temelli istihdam olanakları sürdürülebilirlik göstergeleri arasında yer almaktadır. Bu göstergeler, gastronomik mirasın korunmasına katkı sağlarken aynı zamanda yerel ekonominin güçlenmesini ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir bir yapıya kavuşmasını desteklemektedir (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2013; Turan & Yazıcıoğlu, 2026). Sürdürülebilir gastronomi turizmi göstergeleri, gastronomi turizminin ekonomik, kültürel ve çevresel etkilerinin değerlendirilmesinde kullanılan ölçütlerdir. Bu göstergeler arasında yerel ürün

kullanım oranı, coğrafi işaretli ürün sayısı, gastronomi temelli istihdam, yerel üreticilerin turizm gelirlerinden aldığı pay ve geleneksel mutfak kültürünün korunma düzeyi yer almaktadır (UNWTO, 2017). Ayrıca yerel ve mevsimsel ürünlerin kullanımı, gıda israfının azaltılması ve sürdürülebilir üretim uygulamalarının yaygınlığı çevresel sürdürülebilirliğin önemli göstergeleri arasında değerlendirilmektedir (Hall & Gössling, 2013). Bu göstergeler, gastronomik mirasın korunmasına, yerel kalkınmanın desteklenmesine ve destinasyonların sürdürülebilir rekabet gücü kazanmasına katkı sağlamaktadır (Everett & Aitchison, 2008; Sims, 2009).

Öte yandan yerel mutfak kültürü, destinasyonların markalaşma süreçlerinde önemli bir stratejik değer olarak kabul edilmektedir. Destinasyonlara özgü gastronomik unsurların ön plana çıkarılması, kent imajının güçlendirilmesine, destinasyon çekiciliğinin artırılmasına ve turizm pazarında rekabet avantajı elde edilmesine katkı sağlamaktadır (Serçeoğlu vd., 2016). Bu açıdan değerlendirildiğinde, Siirt'in sahip olduğu büryan kebabı, perde pilavı, Siirt fıstığı ve Pervari balı gibi özgün gastronomik değerler, ilin gastronomi turizmi bakımından önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Ancak ilgili literatür incelendiğinde, Siirt mutfağına yönelik çalışmaların büyük ölçüde belirli yemekler, yöresel ürünler veya kültürel özellikler üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Buna karşılık, ilin gastronomik değerlerini sürdürülebilir gastronomi turizmi perspektifinden bütüncül bir yaklaşımla ele alan ve bu değerlerin destinasyon gelişimine sağlayabileceği katkıları kapsamlı biçimde değerlendiren çalışmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir (Baycar, 2023; Çıldam, 2021). Bu durum, Siirt'in gastronomik mirasının turizm açısından taşıdığı potansiyelin sistematik olarak ortaya konulmasını ve söz konusu değerlerin sürdürülebilir turizm kapsamında nasıl değerlendirilebileceğinin incelenmesini gerekli kılmaktadır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı kapsamında, bir konu hakkında derinlemesine inceleme yapmaya ve kapsamlı bir anlayış geliştirmeye olanak sağlayan nitel araştırma yöntemi ve doküman incelemesi tekniği benimsenmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Nitel araştırmalarda doküman incelemesi, araştırma konusu hakkında bilgi içeren yazılı ve görsel materyallerin sistematik olarak analiz edilmesini sağlayan bir veri toplama tekniğidir (Bowen, 2009). Bu yöntem, özellikle kültürel ve turistik değerlerin incelenmesinde kapsamlı veri elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu doğrultuda gastronomi, gastronomi

turizmi, gastronomik kimlik, coğrafi işaretli ürünler ve Siirt mutfağına ilişkin ulusal ve uluslararası akademik makaleler, lisansüstü tezler, kitaplar, bildiriler, raporlar ve kurumsal yayınlar incelenmiştir. Ayrıca Türk Patent ve Marka Kurumu, Dicle Kalkınma Ajansı ve ilgili kamu kurumlarının yayımladığı ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler, betimsel analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Betimsel analiz, önceden belirlenen temalar doğrultusunda verilerin düzenlenmesi, yorumlanması ve okuyucuya anlamlı bir biçimde sunulmasını amaçlayan bir analiz tekniğidir (Yıldırım ve şimşek, 2018). Siirt ilinin gastronomik değerlerinin incelenmesi sonucunda, coğrafi işaretli ürün çeşitliliği, yerel ve bitkisel gastronomik değerler, geleneksel üretim yöntemlerinin korunduğu ve yerel ürünlerin katma değerli ürünlere dönüştürüldüğu ürünler ve kırsal kalkınma ve yerel üretici destek projelerin varlığı olmak üzere dört alt başlık oluşturulmuştur.

4. SİİRT İLİNİN GASTRONOMİK DEĞERLERİNE İLİşKİN BULGULAR

4.1. Coğrafi İşaretli Ürün Çeşitliliği

Coğrafi işaretler, belirli bir yöreye özgü ürünlerin kalite, ün ve karakteristik özelliklerini koruma altına alan önemli araçlar olup, yerel kültürel mirasın korunmasına ve ekonomik değerinin artırılmasına katkı sağlamaktadır (Kan & Gülçubuk, 2008). Özellikle gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretli ürünler, destinasyonların özgün kimliklerini güçlendiren ve rakiplerinden farklılaşmalarını sağlayan önemli çekicilik unsurlarıdır (Çalışkan & Koç, 2012; Korucuk & Çetin, 2024; Yurt & Dinvar, 2024). Bu ürünler, turistlere otantik deneyimler sunarken aynı zamanda yerel üreticilerin gelirlerini artırmakta, kırsal kalkınmayı desteklemekte ve geleneksel üretim yöntemlerinin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Tregear vd., 2007). Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin destinasyon tanıtımında kullanılması, bölgenin marka değerini yükselterek ziyaretçi sayısının ve turizm gelirlerinin artmasına katkıda bulunmaktadır (Bessière, 1998). Bu nedenle coğrafi işaretler, sürdürülebilir gastronomi turizminin geliştirilmesinde kültürel, ekonomik ve turistik boyutları bir araya getiren stratejik araçlar olarak değerlendirilmektedir.

Siirt ilinde tescilli coğrafi işaretli ürünler, bal, yemekler ve çorbalar, tatlılar, fırıncılık ürünleri ve tarımsal ürünler gibi farklı ürün gruplarında çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitlilik, kültürel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve destinasyon çekiciliği boyutlarında sürdürülebilir gastronomi

turizmini destekleyen önemli bir gösterge niteliğindedir. İlin sürdürülebilir gastronomi turizmi potansiyelini ortaya koyan önemli göstergelerden biri olan coğrafi işaretli ürünleri Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Siirt’in Coğrafi İşaretli Ürünleri

Ürün Adı	Tarihi	Türü	Ürün grubu
Pervari Balı	2004	Menşe Adı	Bal
Siirt Büryan Kebabı	2005	Mahreç	Yemekler ve çorbalar
Siirt Perde Pilavı	2004	Mahreç	Yemekler ve çorbalar
Tillo Heriresi	2023	Mahreç	Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler
Siirt Kuru Ekmeği	2023	Mahreç	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Siirt İçli Köftesi/Siirt Kiteli	2024	Mahreç	Yemekler ve çorbalar
Siirt Gebole Tatlısı	2024	Mahreç	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Siirt Pırtike Çorbası	2024	Mahreç	Yemekler ve çorbalar
Siirt Varak Keek Tatlısı	2025	Mahreç	Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar
Siirt Fıstığı	2025	Mahreç	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu web sitesinden derlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde coğrafi işaret tescillerinin ilk olarak 2004 ve 2005 yıllarında Pervari Balı, Siirt Perde Pilavı ve Siirt Büryan Kebabı ile başladığı, özellikle 2023 yılından sonra ise tescilli ürün sayısında önemli bir artış yaşandığı görülmektedir. Bu durum, Siirt’in gastronomik mirasının korunması ve tanıtılmasına yönelik çalışmaların son yıllarda hız kazandığını göstermektedir. Coğrafi işaret türü bakımından değerlendirildiğinde ürünlerin büyük çoğunluğu mahreç işareti ile tescillenmiş olup, yalnızca Pervari Balı menşe adı statüsüne sahiptir. Bu durum, ürünlerin Siirt ile güçlü bir coğrafi ve kültürel bağa sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Siirt’in gastronomik değerleri incelendiğinde, büryan kebabı, perde pilavı, Siirt fıstığı ve Pervari balı gibi ürünlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu ürünler yalnızca yerel mutfak kültürünün bir parçası olmayıp aynı zamanda ilin gastronomik kimliğini temsil eden önemli unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Baycar, 2023). Özellikle büryan kebabı, geleneksel pişirme yöntemi ve kendine özgü lezzetiyle Siirt’in en bilinen gastronomik değerlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde Pervari balı ve Siirt fıstığı, sahip oldukları coğrafi özellikler sayesinde bölgenin doğal kaynakları ile gastronomik mirası arasındaki ilişkiyi yansıtmaktadır (Toprak & Oğuz, 2017).

4.2. Yerel ve Bitkisel Gastronomik Değerleri

Yerel bitkisel ürün çeşitliliği, sürdürülebilir gastronomi turizminin temel unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Bir destinasyona özgü meyve, sebze, aromatik bitki ve yabani türlerin varlığı, hem gastronomik özgünlü-

ğün korunmasına hem de biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır (Hall & Gössling, 2013). Yerel bitkisel ürünler, geleneksel mutfak kültürünün devamlılığını desteklerken ziyaretçilere otantik gastronomik deneyimler sunarak destinasyonların çekiciliğini artırmaktadır (Sims, 2013). Ayrıca bu ürünlerin yerel üreticiler tarafından yetiştirilmesi ve turizm faaliyetleri içerisinde değerlendirilmesi, kırsal kalkınmayı desteklemekte, yerel ekonomiye katkı sağlamakta ve gıda tedarik zincirlerinin sürdürülebilirliğini güçlendirmektedir (Everett & Aitchison, 2008). Bu nedenle yerel bitkisel ürün çeşitliliği, hem kültürel mirasın korunması hem de çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğin sağlanması açısından sürdürülebilir gastronomi turizminin önemli göstergelerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Siirt'in yerel bitkisel gastronomik değerlerine ilişkin verilen Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Siirt'in Yerel ve Bitkisel Gastronomik Değerleri

Ürün Adı	Yetiştigi Yer	Özellikleri
Meyveler		
Saliho Kavunu (Şimmem Kavunu)	Siirt il merkezi	Yuvarlak şekilli, mayhoş tatlı, sarımsı renkli bir kavundur.
Tayfi Üzüümü	Siirt bağları	Yuvarlak taneli, çok tatlı, bordo veya sarımsı renkli bir üzüm çeşididir.
Gelin Yanağı Armudu (Hattıl Arus)	Siirt	Ekim ortasında olgunlaşır. Hevenk yapılarak uzun süre saklanabilir.
Cefan Kavunu	Siirt'in Cefan Köyü	Yamuk şekilli, keskin kokulu, sarımtırak renkli ve kiviye benzeten ekşimsi tada sahiptir.
Siirt Zivzik Narı	Zivzik (Dişlinar) yöresi	Yuvarlak şekilli, mayhoş-tatlı, sarımsı renkli ve sert dokuludur. Taneleri nohut büyüklüğündedir.
Siirt Alıcı (Izran/Alıç)	Dağlık alanlar	Dikenli dallara sahip ağaçlarda yetişir. Kiraz büyüklüğünde yuvarlak meyveleri kırmızı, beyaz, sarı, yeşil ve pembe tonlarında olabilir. Tatları renklerine göre değişir.
Sebzeler		
Siirt Acuru (Kıffe)	Siirt kırsalı, bağ ve bahçeler	Açık yeşil renkli, düz veya yay biçiminde olabilir. Susuz yetişir, yaz başında olgunlaşır. Taze tüketilir ve turşusu yapılır.
Şavandar Pancarı	Siirt il merkezi ve köyleri	Bölgede yetiştirilen bir pancar türüdür.
Yabani/Otsu Bitkiler		
Siirt Yayladağ Muzu (İçkun)	Yayla ve yüksek rakımlı alanlar	Karların erimesiyle toplanır. Ekşimsi tada sahiptir. Toprak altındaki kısmının kabuğu soyularak yenir.
Diğer Ürünler		
Siirt Bittımı (Menengiç)	Siirt ve Mardin	Tuzlu tatlı, yeşilimsi renkli, sert dokulu ve kabuklu bir meyvedir. Kuru olarak tüketilir. Menengiç kahvesi ve bittım sabununda kullanılır.
Kuru Ekmek	Siirt	Değirmen unu ile üretilen, yuvarlak biçimli ve sarı renkli ekmek çeşididir.
Siirt Sumağı	Özellikle bağlarda kendiliğinden yetişir	Ekşi tatlı, keskin kokulu, bordo renkli ve mercimek büyüklüğündedir.
Siirt Fıstığı	Siirt	Antep fıstığına göre daha tombul yapılı, ekşimsi tada sahip ve daha geç olgunlaşan bir fıstık türüdür.

Kaynak: Dicle Kalkınma Ajansı (2017)'den derlenerek oluşturulmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde, Siirt'in gastronomik değerlerinin önemli bir bölümünü oluşturan yerel meyve, sebze ve yabani bitkilerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Ürünlerin büyük çoğunluğunun Siirt'e özgü olduğu, belirli köy, bağ, yayla ve kırsal alanlarla özdeşleştiği anlaşılmakta, ilin gastronomi turizminin temel unsurlarından biri olan yerellik ve özgünlük açısından önemli bir potansiyel taşıdığını göstermektedir. Kuru ekmeğ ve menengiçten üretilen kahve geleneksel üretim yöntemlerinin ve yöresel bilgi birikiminin devam ettiğini yansıtmaktadır. Yerel ürünlerin işlenerek katma değerli ürünlere dönüştürülmesi, hem yerel ekonominin güçlenmesine hem de sürdürülebilir gastronomi turizminin ekonomik boyutunun desteklenmesine katkıda bulunmaktadır.

Siirt fıstığı, ilin en bilinen tarımsal ürünlerinden biridir. Kendine özgü tombul yapısı, ekşimsi aroması ve geç olgunlaşma özelliği sayesinde diğer fıstık çeşitlerinden ayrılmaktadır. Bu özgün nitelikler, ürünün gastronomik çekiciliğini artırmakta ve bölgenin marka değerine katkı sağlamaktadır. Siirt mutfak kültüründe, adını şirvan ilçesine bağlı Zivzik (Dişlipınar) köyünden alan, düşük asit oranına ve mayhoş bir lezzete sahip olan kaliteli Zivzik narı önemli bir yere sahiptir ve yaygın olarak kullanılmaktadır (Eryeşil vd., 2007). Zivzik narının yanı sıra ceviz, badem, incir, elma ve Siirt'e Taif bölgesinden geldiği rivayet edilen, bu nedenle adını buradan alan Tayfi üzümü de yöreye özgü gıda ürünleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, geleneksel gıda muhafaza yöntemlerinden biri olan kurutma işlemi, özellikle sebze ve meyvelerin kiş aylarında tüketilebilmesi amacıyla bölgede yaygın olarak uygulanmaktadır (Çildam, 2021).

4.3. Geleneksel Üretim Yöntemlerinin Korunduğu ve Yerel Ürünlerin Katma Değerli Ürünlere Dönüştürüldüğü Ürünler

Siirt'in geleneksel üretim yöntemlerinin korunduğu ve yerel ürünlerin katma değerli ürünlere dönüştürüldüğü ürünler olarak Tablo 3'te geleneksel içecek ve işlenmiş gıda ürünleri sunulmuştur.

Tablo 3. Siirt'in Geleneksel İçecek ve İşlenmiş Gıda Ür¼nleri

Ürün Adı	Yetiştiği Yer	Özellikleri
Siirt Menengiç Kahvesi	Siirt	Bitim (menengiç) meyvesinden elde edilen, kendine öğü aromaya sahip geleneksel bir kahve türüdür.
Siirt Salebi	Siirt kırsalı	Orkide bitkisinin toprak altı yumrularının kurutulup öđüt¼lmesiyle elde edilen sıcak bir içecektir.
Siirt Tahini	Siirt	Susamdan (kunci) üretilen, katı ile sıvı arasında kıvama sahip, kahverengi renkli ve uzun süre dayanabilen bir besindir.
Pervari Karakovan Balı	Siirt'in Pervari ilçesi	Geleneksel karakovan ve örme sepetlerde üretilir. Temel petek kullanılmaz; petekler tamamen arılar tarafından yapılır. Doğal üretim yöntemiyle öne çıkar.
Siirt İşkombol Pekmezi	şirvan ilçesi, Ormanbağ Köyü	Kuru üz¼mden üretilen, keskin kokulu, yoğun kıvamlı ve çok tatlı bir pekmez çeşididir.

Kaynak: Dicle Kalkınma Ajansı (2017)'den derlenerek oluşturulmuştur.

Tablo 3'te yer alan Siirt menengiç kahvesi, Siirt salebi, Siirt tahini, Pervari karakovan balı ve Siirt İşkombol pekmezi; Siirt'in geleneksel üretim kültürünü ve gastronomik mirasını yansıtan önemli ürünlerdir. Bu ürünler, yerel hammaddelerden üretilmeleri ve geleneksel bilgi birikimine dayanmaları nedeniyle sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemli bir değer taşımaktadır. Siirt'in gastronomik değerleri incelendiğinde, birçok ürünün geleneksel üretim teknikleriyle üretilmeye devam ettiği gör¼lmektedir. Özellikle Pervari Karakovan Balı, geleneksel karakovan ve örme sepetlerde, yapay petek kullanılmadan üretilmesiyle öne çıkmaktadır. Bu üretim biçimi yalnızca ürünün özg¼nlüğünü korumakla kalmamakta, aynı zamanda yerel arıcılık kültürünün ve geleneksel bilgi birikiminin sürdür¼lmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle sebze ve meyvelerin kurutularak saklanması, geçmişten günümüze aktarılan geleneksel uygulamalardan biridir. Benzer şekilde kuru ekmek üretimi, değerimen unu kullanımı ve uzun süre saklanabilme özelliğiyle geleneksel beslenme kültürünün devamlılığını yansıtmaktadır.

Siirt'in geleneksel ürünlerinden biri olan İşkombol pekmezi, kuru üz¼mden üretilmekte ve özellikle şirvan ilçesine bağlı Ormanbağ Köyü ile özdeşleşmektedir. Geleneksel yöntemlerle hazırlanan bu ürün, bölgenin tarımsal mirasını ve mutfak kültürünü yansıtan önemli gastronomik değerlerden biridir. Siirt'te bağcılık faaliyetleri yalnızca İşkombol pekmezi üretimiyle sınırlı olmayıp şirvan, Eruh ve Merkez ilçelerinde de yaygın olarak sürdür¼lmektedir. İl genelinde Tayfi, Drejik, Sorava, Benitati ve Musambık gibi üz¼m çeşitleri yetiştirilirken, Sinciri üz¼mü hem şıralık hem de kurutmalık olarak değerlendirilmektedir. Bu çeşitlilik, Siirt'in bağcılık kültürünün zenginliğini ve üz¼m ürünlerinin ilin gastronomik kimliğindeki önemli yerini ortaya koymaktadır (Dicle Kalkınma Ajansı, 2021).

4.4. Kırsal Kalkınma ve Yerel Üretici Destek Projelerinin Varlığı

Siirt'te gastronomi ve kırsal kalkınmayı desteklemeye yönelik çeşitli projeler yürütülmektedir. Bu kapsamda uygulanan "Gelenekten Geleceğe: Siirt'te Otantik Gelişimle Ekonomik Paylaşım", "Orman Dalında Yerel Üretim: Dut Merkezleri" ve "Üretimde Birlikte Güçlüyüz" projeleri; yerel üretimin desteklenmesi, geleneksel bilgi ve üretim tekniklerinin korunması, kırsal ekonominin güçlendirilmesi ve yöresel ürünlerin ekonomik değere dönüştürülmesi açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Dicle Kalkınma Ajansı tarafından yürütülen Yerel Kalkınma Hamlesi Teşvik Programı kapsamında dondurma üretimi, meyan kökü işleme tesisleri ve turizm altyapısına yönelik yatırımlar desteklenmektedir. Özellikle meyan kökünün işlenerek konsantre meyan, öğütülmüş meyan ve lif meyan gibi katma değerli ürünlere dönüştürülmesi, yerel ürünlerin ekonomik değerinin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Bu teşvikler, gastronomi turizmi altyapısının güçlendirilmesi ve yerel ürünlerin pazarlanabilirliğinin artırılması açısından önemli bir gösterge niteliğindedir (Dicle Kalkınma Ajansı, 2025).

Arcılık faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik olarak yürütülen "Organik Pervari Balı Üretimi ve Markalaştırılması Projesi" ile "Organik Şirvan Balı ve Polen Üretimi ve Markalaşma Projesi", yerel üreticilerin desteklenmesine yönelik önemli uygulamalar arasında yer almaktadır. Bu projeler kapsamında üreticilere ekipman desteği sağlanmakta, organik üretim teşvik edilmekte ve yöresel ürünlerin markalaşması hedeflenmektedir. Böylece hem üreticilerin gelir düzeyinin artırılması hem de coğrafi işaretli ve özgün ürünlerin gastronomi turizmine kazandırılması amaçlanmaktadır (Siirt Tarım ve Orman İl Müdürlüğü, 2021).

5. SONUÇ

Bu araştırmada, Siirt ilinin sahip olduğu gastronomik değerler sürdürülebilir gastronomi turizmi perspektifinden değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, Siirt'in zengin tarımsal ürün çeşitliliği, geleneksel mutfak kültürü, coğrafi işaretli ürünleri ve yerel üretim yöntemleriyle sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymuştur. İlin gastronomik kaynakları yalnızca mutfak kültürünü yansıtan unsurlar değil, aynı zamanda yerel kalkınmayı destekleyen, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayan ve sürdürülebilir turizm gelişimini destekleyen stratejik değerler olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamında incelenen yerel ürünler, Siirt'in biyolojik çeşitliliğini ve gastronomik zenginliğini ortaya koymaktadır. Özellikle Siirt Acuru'nun susuz yetişebilmesi, kuraklık risklerinin arttığı günümüzde çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. Benzer şekilde ıçkın ve alıç gibi doğal ürünler, gastronomi turizmi ile ekoturizmin bütünleştirilebileceği özgün kaynaklar olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte salep üretiminde kullanılan doğal orkide türlerinin korunması gerekliliği, gastronomik kaynakların sürdürülebilir kullanımının önemini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, Siirt'in arıcılık ve bal üretimi açısından da önemli bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir. Kovan varlığı bakımından Türkiye'de dokuzuncu, bal üretiminde ise yedinci sırada yer alan ilin yıllık bal üretim değerinin 250 milyon liranın üzerinde olduğu belirtilmektedir (Siirt Tarım ve Orman İl Müdürlüğü, 2021). Ayrıca TRC3 Bölgesi'nde üretilen balın %70,4'ünün Siirt'te gerçekleştirilmesi ve ilin bal verimliliğinde bölge lideri konumunda bulunması, Pervari Balı başta olmak üzere arıcılığın sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemli bir kaynak olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, ilin doğal flora zenginliği ile geleneksel üretim kültürünün ekonomik değere dönüştürülebildiğini göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular, coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemli bir gösterge olduğunu ortaya koymuştur. Pervari Balı, Siirt Büryan Kebabı, Siirt Perde Pilavı, Siirt Fıstığı ve diğer coğrafi işaretli ürünler, ilin gastronomik mirasının korunmasına ve destinasyon kimliğinin güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaretler, yerel ürünlerin özgünlüğünü koruyarak destinasyonların rekabet gücünü artıran önemli araçlar olarak değerlendirilmektedir (Haven-Tang & Jones, 2006). Son yıllarda coğrafi işaretli ürün sayısındaki artış, Siirt'in gastronomik değerlerinin korunması ve tanıtılmasına yönelik farkındalığın geliştiğini göstermektedir.

Araştırma kapsamında değerlendirilen bir diğer önemli unsur, geleneksel üretim yöntemlerinin korunması ve yerel ürünlerin katma değerli ürünlere dönüştürülmesidir. Menengiçten kahve ve bıtım sabunu üretilmesi, üzümünden İskombol pekmezi elde edilmesi ve bal üretiminde markalaşma çalışmalarının yürütülmesi, yerel ürünlerin ekonomik değerinin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Bu uygulamalar hem yerel üreticilerin gelir düzeyinin yükselmesine hem de gastronomik mirasın korunmasına destek olmaktadır. Ancak Dicle Kalkınma Ajansı (2021) tarafından da belirtildiği üzere, Siirt'te

bağ alanlarının azalması ve geleneksel bağcılık faaliyetlerinin zayıflaması, üzüm üretimine dayalı gastronomik mirasın sürdürülebilirliği açısından önemli bir risk oluşturmaktadır. Bu nedenle yerel üzüm çeşitlerinin korunmasına ve bağcılık faaliyetlerinin yeniden canlandırılmasına yönelik çalışmaların artırılması gerekmektedir.

Önceki araştırmalarda (Baycar, 2023; Toprak & Oğuz, 2017; Çildam, 2021) Siirt'in sahip olduğu gastronomik potansiyelin turizm açısından henüz yeterince değerlendirilemediği, yerel ürünlerin tanıtım faaliyetlerinin sınırlı olması, gastronomi temalı etkinliklerin yetersizliği ve destinasyonun gastronomik kimliğinin yeterince markalaştırılmamış olduğu belirtilmektedir. Oysa gastronomik kimlik, destinasyonların farklılaşmasını sağlayan ve turistik çekiciliği artıran temel unsurlar arasında yer almaktadır (Haven-Tang & Jones, 2006). Bunun yanı sıra Dicle Kalkınma Ajansı (2021) raporunda Siirt'in yaşam kalitesi göstergelerinde olumlu bir konumda bulunmasına rağmen dış göç vermeye devam ettiği belirtilmiştir (Dicle Kalkınma Ajansı, 2021). Bu noktada gastronomi turizmi; arıcılık, bağcılık ve yöresel ürün üretimi gibi faaliyetlerin ekonomik değer kazanmasını sağlayarak kırsal kalkınmayı destekleyebilecek önemli bir araç olarak değerlendirilebilir. Gastronomi turizmine yönelik yatırımların artırılmasının, yerel istihdamın güçlendirilmesine ve göçün azaltılmasına katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, G., & şimşek, N. (2024). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Yeşil Nesil Restoranları İncelenmesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 7(60), 351-368.
- Bayram, (2023). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi: Bir Sistemantik Literatür Taraması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 74-82.
- Baby, J., & Kim, D. (2025). Atmosphere, service, and flavor: Exploring quality dimensions of farm raised foods in agritourism. *Tourism and Hospitality*, 6(4), 165. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6040165>
- Baycar, A. (2023). Siirt'in lokal gastronomik unsurları. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi*, 13, 23-37.
- Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22(87), 159-169.
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21-34.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.

- Çalışkan, V., & Koç, H. (2012). Türkiye’de coğrafi işaretlerin dağılış özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193–214.
- Çıldam, S. Y. (2021). Kültürel coğrafya denemesi olarak Siirt mutfak kültürü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 305–325.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi: Bigadiç örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29–34.
- Dicle Kalkınma Ajansı. (2017). TRC3 bölgesinin yöresel tarım ve gıda ürünleri. Dicle Kalkınma Ajansı Yayınları.
- Dicle Kalkınma Ajansı. (2021). TRC3 bölgesinde bağcılığın geliştirilmesi raporu. <https://www.dika.org.tr/dokumanlar/sector-raporlari/trc3-bolgesinde-bagciligini-gelistirilmesi-raporu> (E.T:05.01.2026).
- Dicle Kalkınma Ajansı. (2025). 2025 yılı faaliyet raporu. https://www.dika.org.tr/assets/upload/dosyalar/dika_2025-yili-faaliyet-raporu.pdf (E.T:15.02.2026).
- Eryeşil, H., Özdemir, A., Oran, R. A., & Güneş, A. (2007). Beyaz kent Siirt. Siirt Valiliği Yayınları.
- 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.
- Göker, G. (2011). Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi: Balıkesir ili örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökdeniz, A., Erdem, B., Dinç, Y., & Uğuz, Ç. S. (2015). Gastronomi turizmi: Ayvalık’ta yerli turistler üzerinde görgül bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1), 14–29.
- Hall, C. M., & Gössling, S. (2013). *Sustainable culinary systems: Local foods, innovation and tourism & hospitality*. Routledge.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2004). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world* (pp. 1–24). Routledge.
- Haven-Tang, C., & Jones, E. (2006). Using local food and drink to differentiate tourism destinations through a sense of place. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(4), 69–86. https://doi.org/10.1300/J385v04n04_07
- Kan, M., & Gülçubuk, B. (2008). Kırsal ekonominin canlanmasında ve yerel sahiplenmede coğrafi işaretler. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22(2), 57–66.
- Kasar, H., Seçim, Y., & Şen, Z. (2024). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Muş Kırçıklı Kelem Dolmasının Hazırlanışına Yönelik Bir Araştırma. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 8(2), 227–238.

- Korucuk, N., & Çetin, F. A. (2024). Coğrafi işaretli ürünlere yönelik tutumun destinasyon imajına ve tekrar satın alma niyetine etkisi. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 34-58.
- Long, L. M. (1998). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. *Southern Folklore*, 55(3), 181-204.
- Miller, G., & Twining-Ward, L. (2005). Monitoring for a sustainable tourism transition: The challenge of developing and using indicators. CABI Publishing.
- Oğan, Y. & Durlu Özkaya, F. (2021). *Gastro Artvin*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Serçeoğlu, N., Boztoprak, F., & Tırak, L. (2016). Gastronomi turizmi ile şehir markalaşması ilişkisi: Atatürk Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 94-114.
- Sims, R. (2013). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. In *Taking Food Public* (pp. 475-490). Routledge.
- Toprak, L., & Oğuz, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili örneği. 18. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 964-973.
- Tregear, A., Arfini, F., Belletti, G., & Maescotti, A. (2007). Regional foods and rural development: The role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12-22.
- Turan, B., & Yazıcıoğlu, K. Y. (2026). Kavılca Ekmeğinin Kültürel Miras ve Sağlıklı Beslenme Bağlamında Gastronomik Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi (An Evaluation of Kavılca Bread as a Gastronomic Product in the Context of Cultural Heritage and Healthy Nutrition). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 14(1), 353-368.
- Türk Patent, (2026). Siirt Coğrafi İşaretli Ürünler. <https://ci.turkpatent.gov.tr/co-grafi-isaretler/liste?il=56&tur=&urunGrubu=&adi> (E.T:13.02.2026).
- UNWTO. (2004). Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook. World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284407262?role=tab> (E.T:08.04.2026).
- UNWTO. (2017). Second global report on gastronomy tourism. World Tourism Organization. <https://tourlib.net/wto/food-tourism2017.pdf> (E.T:08.04.2026).
- Üner, E. H. (2014). Her şey dahil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (11. bs.). Seçkin Yayıncılık.
- Yurt, İ., & Dinvar, Ş. (2024). Sürdürülebilir gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaret tescili alabilecek ürünlerin değerlendirilmesi: Safranbolu örneği. *Aydın Gastronomy*, 8(2), 415-427.

COĞRAFYA VE KÜLTÜRÜN ŞEKİLLENDİRDİĞİ BİR GASTRONOMİ MİRASI: ARDAHAN YÖRESEL MUTFAĞI

Engin OKUMUŞ*

1. GİRİŞ

Gastronomi; yiyecek ve içeceklerin tarihsel gelişiminden üretim ve tüketim süreçlerine, lezzet, sunum, kültür, sağlık, sanat ve beslenme gibi birçok unsuru kapsayan disiplinler arası bir çalışma alanıdır (Oğan, 2026a). Bu yönüyle gastronomi, toplumların yaşam biçimlerini, kültürel değerlerini ve yaşadıkları coğrafyanın özelliklerini yansıtan önemli bir kültürel miras unsurudur. Yöresel mutfaklar ise geçmişten günümüze aktarılan bilgi, deneyim ve geleneklerin bir ürünü olarak ortaya çıkmakta; coğrafi koşullar, iklim özellikleri, tarımsal üretim yapısı ve kültürel etkileşimler doğrultusunda şekillenmektedir. Bu bağlamda Ardahan, sahip olduğu doğal çevre, zengin kültürel birikim ve geleneksel üretim yöntemleriyle kendine özgü bir mutfak kültürü geliştirmiştir

Yemek kültürü ve beslenme alışkanlıklarında insanların yıllar boyunca iklim, coğrafya, kültür, inanış, ekonomi gibi birçok unsurun etkisinde kaldığı söylenebilir. Beslenme alışkanlıkları toplumların yaşadığı coğrafya, iklim şartları ve kültürel etkileşim gibi unsurlardan doğrudan etkilenmiştir. Birçok toplum üzerinde etkili olan bu durum Ardahan ili ve mutfağı üzerinde de oldukça etkili olmuştur. Yükseltisinin 1800 metre üzerinde oluşu, kış mevsiminin uzun ve sıcaklıkların oldukça düşük olması yöre halkının beslenme

* Öğretim Görevlisi, Ardahan Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı, enginokumus@ardahan.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5650-8880

alışkanlıklarına doğrudan etki etmiştir. Bölgenin çoğunda karasal iklimin hüküm sürmesi yöre halkını hayvancılık ve karasal iklime uygun tarım ile uğraşmaya zorunlu kılmıştır. Hem yöre insanının kendi öz kaynaklarından yararlanma ekonomisi hem de yoğun ve yorucu kış şartlarından korunma güdüsü insanların hayvansal protein ve yağlar ile karbonhidrat ağırlıklı unlu mamullerle beslenmesine sebep olmuştur. Kış mevsiminin uzun ve yüksel-tinin fazla olması yerel halkın tarım imkânlarını kısıtlarken aynı zamanda sebze ve meyve üretimi imkânsız hale getirmiştir. Bu durum yöre insanını yaz ve son bahar aylarında ürettiği süt, süt ürünleri, et ve tahılı uzun süreli ve geleneksel saklama yöntemlerinden yararlanmaya yöneltmiştir. Besinleri saklama yöntemlerinden tuzlama, kurutma ve fermantasyonu kullanılarak ekonomik verimlilik sağlanmıştır.

Ardahan ili, birçok kültür ve dinlere ev sahipliği yapmıştır. Türk, Kürt, Rus ve Ermenilerin ilde yaşaması kültürel çeşitliliğe ve yemek kültürüne de yansımıştır. M.Ö. 9000 yıl öncesine kadar uzanan tarihi boyunca, Ardahan'da birçok medeniyet yaşam sürmüştür. Bu medeniyetlerin izleri günümüze kadar gelmektedir. Bu zenginlik Ardahan'ın eski bir yerleşim yeri olması, çeşitli toplumların farklı zamanlarda burada yaşaması sebebiyledir. Ardahan ili, bahsi geçen zengin kültürel yapı içinde geliştirdiği, bir yandan kısmen unutulmuş veya unutulmaya yüz tutmuş, öte yandan günümüze ulaşabilmiş, oldukça zengin ve renkli bir mutfağa sahiptir (Ardahan, 2026). Bu kapsamda kitabın bu bölümünde Ardahan yöresel mutfağında ön plana çıkan unsurlar incelenmekte ve yöre mutfağına dair bilgiler verilmektedir.

2. ARDAHAN YÖRESEL MUTFAĞI

Bir bölgeye ait kültürü oluşturan ve yansıtan en önemli unsurlardan biri sahip olunan yöre mutfağıdır. Mutfak kültürünün şekillenmesinde coğrafi özellikler, ekonomik yapı, örf ve adetler, tarihi olaylar, toplumsal etkileşim gibi unsurlar etkili olmaktadır (Oğan, 2026b). Bu unsurlar aynı zamanda yöre kültürü ve kimliğini diğer yörelerden ayıran bir özellik de taşımaktadır. Yaşanılan coğrafya, sahip olunan iklim koşulları, yörede yetiştirilen yiyecekler, milli ve dini etkiler, göçler, gelenek ve görenekler gibi geçmişten günümüze kadar süre gelen birikimlerin etkisi ile şekillenen yöresel mutfak; yöresel yiyecek ve içecekleri sunmanın yanı sıra kültürel bir iletişim aracıdır (Kamber Taş, 2020). Bu kapsamda Ardahan yöresel mutfağında öne çıkan ürünlerden Ardahan kaşarı, Ardahan çiçek balı, kaz eti, bitkisel ürünler, Kavılca buğdayı, unlu mamuller ve balıkçılık kültürü açıklanmaktadır.

2.1. Ardahan Kaşarı

Ardahan'ın ortalama deniz seviyesinden 1800 metre yüksekte, florasının zengin, mera ve yayla kültürün olması bölgeyi önemli bir hayvancılık merkezi haline getirmiştir. Hayvancılıktan elde edilen süt ve buna bağlı olarak üretilen peynir bölgenin en değerli ürünlerin biridir. Geleneksel yöntemlerle üretilen 30 civarı peynir olsa da bunlardan 6-7 adedi endüstriyel niteliktedir. Eski Kaşar, Taze Kaşar, Göbek Peyniri, Gravyer, Malakan Peyniri, eil, Tel Peyniri, Tulum Peyniri, Lor Peyniri ve Karın Peyniri türleri yörenin en bilindik peynir türleridir (Güzeller ve Koboyeva, 2020). Uluslararası anlamda Ardahan'ın en bilinen ve ne çıkan ürünü Ardahan Kaşarı olarak söylenebilir. Rus işgali sırasında yöreye gelen İsviçreli peynir ustalarının İsviçre Alp tipi peynir üretim tekniklerini (Gravyer geleneği) bu bölgede uygulamaya başlaması en önemli adım olarak gösterilebilir (SERKA, 2019).

2.2. Ardahan iek Balı

Bölgenin zengin iek eşitliliği Ardahan iek Balını oluşturan en temel unsur olarak söylenebilir. Bunun yanı sıra hem bölgenin endüstriyel üretim alanlarından uzak oluşu hem de dünyadaki dört önemli arı ırkından biri olan ve soğuk iklim Őartlarına stn uyum yeteneğiyle bilinen Kafkas Arı sayesinde Ardahan iek Balı ekolojik bir zenginlik olarak ortaya çıkar.

2.3. Bitkisel rnler

Ardahan, endüstriyel kirlenmeden uzak kalmış geniş arazisi sayesinde farklı türden binlerce iek ve otsu bitkiye sahiptir. Yöre halkının bu bitkileri günlük beslenmelerinde kullandığı görülmektedir. Bu bitkiler salata, çorba, hamur işlerinde veya çiğ olarak tketelebilir niteliktedir. Yöre mutfağında en fazla bilinen ve sofralarda yer alan otsu bitkileri Şu Şekildedir:

Kımı: Bölgenin en bilinen bitkilerindendir. Genç sürgünleri ve yaprak sapsarı soyularak çiğ tüketilir ya da turşusu yapılabilir.

Evelik: Labada olarak da bilinen ve yaz aylarında toplanabilen bu bitkinin yapraklarından evelik orbası yapılır.

Gelin Parmağı: Endemik bir tür olan bu bitki taze olarak toplanıp sebze gibi tüketilir.

Kuzukulağı: Ekşimsi tadıyla bilinen Kuzukulağı bahar aylarında toplanarak doğrudan çiğ olarak tüketilir veya salatalarda kullanılır.

Kuşekmeği: Doğada çok uzun süre yeşil kalabilen dayanıklı bir ottur. Yaprak ve sapları salatalarda çiğ yenir ya da kurutularak kışlık yiyeceklere katılır.

Isırgan Otu: Ardahan'da "cincar" olarak adlandırılan bitki çorba ve börek yapımında kullanılır.

Kekik Otu (Kek Otu): Kurutularak saklanır ve yemeklerin lezzetlendirilmesinde veya çay yapımında kullanılır.

Ardahan genel olarak sert ve soğuk bir iklime sahipken Gürcistan sınırında ve daha düşük rakımda olan Posof ilçesi iklim bakımından yörenin özelliklerin ayrışır. Bu anlamda Posof ilçesinde farklı mutfak kültürü görülmektedir. Ardahan'ın genelinde yetişmesi zor olan mısır, fasulye, ceviz, asma yaprağı ve çeşitli meyve ağaçları Posof'ta verimli şekilde yetişir. Bu durum, hayvansal ürünlerinin ön plana çıktığı il mutfağına farklılık kazandırmaktadır.

2.4. Kavılca Buğdayı

Ardahan mutfağının en eski ve bilimsel açıdan en değerli ürünü geçmişi yaklaşık 13 bin yıl öncesine dayanan antik emmer buğdayı türevi olan Kavılca Buğdayıdır. İnsanlık tarihinin ata tohumlarından biri olan Kavılca, modern hibrit buğdayların aksine genetik yapısını tamamen korumayı başarmıştır (Turan ve Yazıcıoğlu, 2026). Kavılca buğdayı tanelerinin "kavuz" adı verilen kalın, çift katmanlı sert bir dış kabukla kaplı olması Ardahan iklimine uyum sağlamaktadır. Bu kalın kabuk sayesinde tohum kış soğuğundan, mantar, nem ve haşerelerden doğal bir yöntem ile korunmaktadır. Böylelikle Kavılca buğdayı herhangi bir zirai gübre ya da ilaca ihtiyaç duymadan yetiştirilebilir (Mısır, 2025). Bilinen endüstriyel buğday unlarına göre glüten indeksi son derece düşük olan Kavılca buğday unu glüten hassasiyeti olan bireyler için (lyak hariç) sindirimi oldukça kolaydır. Kan şekerini hızla yükseltmemesi nedeniyle uzun süreli yokluk sağlamaktadır (Mısır, 2025).

2.5. Balıkçılık

Deniz seviyesinden 1956 metre yüksekte olan ıldır Gölü, kış aylarında tamamen donar. Buz kalınlığının yer yer 100 santimetreyi bulduğu kış mevsiminde yörede balıkçılık ile uğraşan insanlar kalın buz tabakasında delikler açarak avlanırlar. Çıldır Gölü'nn en bilinen balığı pullu sazan balığıdır. Bu balığın en belirgin özelliği dondurucu suda hayatta kalabilmek için

vücutlarında yoğun şekilde yağ depolamasıdır. Bu yağlanma süreci, balığa sert ve sıkı bir et dokusu ile lezzet kazandırır.

3. GELENEKSEL ARDAHAN YEMEKLERİ VE SINIFLANDIRILMASI

Kafkasya Bölgesi, siyasi ve coğrafi özellikleri bakımından Büyük (Kuzey) Kafkasya ve Küçük (Güney) Kafkasya olmak üzere iki ana bölüme ayrılmaktadır. Güney Kafkasya; Azerbaycan, Gürcistan, Ermenistan, Türkiye ve İran'ın belirli kesimlerini kapsayan stratejik bir coğrafi alanı ifade etmektedir (Yıldırım & Oğın, 2024). Bu bölgede yer alan Ardahan ili, Kafkasya'ya açılan konumu, yüksek rakımlı topoğrafyası ve sert karasal iklim koşulları nedeniyle kendine özgü bir sosyo-ekonomik yapıya sahiptir. Söz konusu doğal ve coğrafi özellikler, ilin ekonomik faaliyetlerini büyük ölçüde şekillendirmiş; yerel halkın temel geçim kaynaklarının büyükbaş hayvancılık ve sınırlı tarımsal üretim etrafında yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu kapsamda kitabın bu bölümünde Ardahan'a özgü en bilinen lezzetlerden kaz eti ve yemekleri, geleneksel ve yöresel çorbaları ile unlu mamuller ve hamur işlerine verilmektedir (Ardahan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2024).

3.1. Kaz Eti ve Yemekleri

Kaz, Ardahan mutfağının merkezinde yer alan ve sosyo-kültürel önemi en yüksek üründür. Bölgedeki kaz yetiştiriciliği doğal ve geleneksel yöntemlere yapılmaktadır. Kış mevsiminin gelmesiyle kazın vücudundaki yağ asitleri kompozisyonu değişir, eti yumuşar ve kendine has bir lezzet kazanır. Kesilen kazlar temizlendikten bolca tuzlanır ve kışın dondurucu kuru soğukunda (ayazda) günlerce asılı bırakılarak kurutulur (Turan ve Yazıcıoğlu, 2026).

Bulgurlu Kaz Pilavı: Bakır kazanlarda saatlerce haşlanan kurutulmuş kaz eti suyundan süzülür. Elde edilen yoğun aromalı yağlı kaz suyu yöresel iri pilavlık bulgurun (veya Kavılca bulgurunun) pişirilmesinde kullanılır. Bulgur pilavı kaz suyuyla tamamen demlendikten tepsiye alınır ve üzerine kızarmış kaz etleri yerleştirilir.

Kaz Mantısı (Kaz Hengeli): Un, su ve tuz ile yoğrulan sert mantı hamuru açılır ve kare parçalar halinde kesilir. Bu hamur karelerinin içerisine daha önceden haşlanmış ve didiklenmiş kaz eti konulur. Hamur kareleri muska veya üçgen şeklinde kapatılarak haşlanır. Süzülerek tabağa alınan mantıların üzerine, kızdırılmış saf kaz yağı gezdirilerek servis edilir.

3.2. Geleneksel ve Yöresel orbalar

Ardahan çorbaları, kış mevsiminde günün her öğününde tüketilebilen en besleyici örneklerdendir (Özby vd., 2020). Bu kapsamda yörede öne çıkan çorbalar şu şekildedir:

Evelik orbasi: Yaz aylarında toplanıp kurutulan evelik otları, ufalanarak kaynayan suya atılır. Haşlanmış yeşil mercimek, yarma buğday ve et parçaları eklenir. orba kıvam aldığında, ocaktan indirilmeden hemen önce üzerine tereyağı, toz biberli ve körmenli soharış sosu yakılır.

Helle orbasi: Sade ve yaratıcı olana bu tarif unun tereyağında kahverengi olana ve kokusunun çıkana kadar kavrulması ile başlar. Kavrulan una soğuk su veya varsa kemik suyu azar azar eklenir. Pürüzsüz bir kıvam alana kadar sürekli karıştırılır. Karışım kaynadıktan sonra içine haşlanmış yeşil mercimek ilave edilir. Üzerine pul biberli kızgın yağ dökülerek servis edilir.

Puşruk orbasi: Bu orbada un, su ile doğrudan karıştırılmadan derin bir kapta unun üzerine az miktarda su serpiştirilerek el ayasıyla ovulur. Bu ovma işleminden sonra un, “puşruk” adı verilen küçük düzensiz hamur toprakları haline gelir. Başka bir tencerede kaynayan salçalı, soğanlı ve yeşil mercimekli suyun içerisine bu hamur kırıntıları atılır. Hamurdaki nişastanın çorba suyunu bağlamasıyla birlikte ortaya kıvamlı bir çorba çıkar.

3.3. Unlu Mamuller ve Hamur İşleri

Bölgede tarımında buğdayın önemli bir yer tutması hamur işleri ile beslenmeyi beraberinde getirmiştir. Geleneksel yöntemlerle yapılan hamur işleri günlük beslenmede ve özel günlerde tüketilmektedir (Yılmaz & Kaya, 2023).

Hengel (Sade ve Etli): Sertçe yoğrulan hamur mantı hamuruna göre biraz daha kalın açılır. Küçük kareler halinde kesilen hamur tuzlu kaynar suda haşlanır. Süzölen hamurların üzerine sarımsaklı yoğurt ve eritilmiş tereyağı dökülerek “Sade Hengel” şeklinde tüketilir. “Etli Hengel” de ise kesilen hamurların içine soğanla kavrulmuş kıymalı harç konularak kapatılır.

Ardahan Ketesi: Un, süt, maya, sıvı yağ ve tuz ile bir hamur yapılır. Bezelere ayrılan hamur incecik açıldıktan sonra her kat eritilmiş iç yağ veya tereyağı ile bolca yağlanır. Tereyağında un kavrularak iç hazırlanır. Katlanan hamurun ortasına hazırlanan iç konulur. Kare veya yuvarlak şekillerde kapatılan hamur üzerine yumurta sarısı sürölerek taş fırınlarda pişirilir.

Feselli: Mayasız hamur yufka inceliğinde açılarak yüzeyine eritilmiş tereyağı sürölür. Yağlanan yufkalar rulo şeklinde sarılır, döndürölerek gül

şekline getirilir ve merdane ile hafifçe büyütülerek sac üzerinde arkalı önlü pişirilir. Pişerken yağın etkisiyle kat kat ayrılan feselli, üzerine toz şeker serpilerek veya balla birlikte sıcak olarak tüketilir.

Bozbaş (Piti): Genellikle Çıldır ve Hanak ilçelerinde yapılan, Kafkasya ve Azerbaycan mutfağı ile ortak özellik taşıyan geleneksel bir yemektir. Parça kuzu etleri, önceden ıslatılmış nohut ve kuyruk yağı “piti” adı verilen tek porsiyonluk toprak güveçlere konulur. Yemeğe rengini ve aromasını vermesi için yörede yetişen sarıçiçek bitkisi eklenir. Fırında uzun süre ağır ağır pişen yemeğin suyu bir tabağa süzülür ve içine tandır ekmeği doğranarak çorba gibi tüketilir. Daha sonra kalan et, nohut ve kuyruk yağı tabakta özel bir tokmakla ezilerek ana yemek olarak tüketilir.

4. ARDAHAN İLİNİN COĞRAFI İŞARETLİ ÜRÜNLERİ

Coğrafi işaret; belirgin bir niteliği, ünü, kalitesi veya diğer karakteristik özellikleri bakımından kökeninin bulunduğu yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren sınai mülkiyet hakkı türüdür. Oğan ve Çekiç (2026) çalışmasında, Coğrafi işaret tescil sistemini belirli bir yöreye, bölgeye veya ülkeye özgü bir ürünün, o coğrafi alanla özdeşleşmiş üretim yöntemlerini, geleneksel bilgi birikimini ve ayırt edici kalite özellikleri şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca bu kavram, yerel ürünlerin taklit edilmesini önleyen, üreticinin emeğini yasal olarak güvence altına alan ve tüketicilere ürünün orijinalliği ile kalite standardını garanti eden bir tescil ve kalite kontrol mekanizması olarak tanımlanmaktadır (Çalışkan, 2014). Ardahan ilinde de yukarıda bahsedilen ürünlerin yanı sıra coğrafi işaret almış ürünleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Ardahan’a Ait Coğrafi İşaretlı Ürünler

Ürün Adı	Tescil No / Yıl	Ürünün Özelliği
Ardahan Çiçek Balı	213/ 2017	Yalnızca bölgede safiyeti korunan Kafkas Arı ırkı tarafından üretilir.
Posof Elması (Badele Elması)	429 / 2019	Posof vadisinin mikroklimal yapısında yetişen, kabuğundan çekirdeğine kadar kırmızı renge sahip endemik bir türdür.
Posof Fasulyesi	609 / 2020	Bölgenin toprak yapısı ve sulama sularının minerali yapısı sayesinde ince kabuklu, çabuk pişen ve tüketim sonrası gaz yapma oranı minimum olan nitelikli kuru baklagildir.
Ardahan Kaz Eti	1008 / 2022	Doğal meralarda serbest otlama ve kış aylarında kesilerek, geleneksel tuzlama-ayazda kurutma aşamalarıyla üretilir.
Ardahan Kavılca Buğdayı	1537 / 2024	Genetiği değiştirilmemiş, antik bir emmer buğdayı türevidir. Gluten indeksi modern buğdaylara göre çok düşüktür.
Hanak Tel Peyniri	1563 / 2024	Yağsız süttten üretilen, lif lif ayrılan yapıya sahip, yüksek kalsiyum içerikli ve kuymak yapımında uzama kabiliyeti yüksek olan bir peynirdir.

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, (2026).

Tablo 1 incelendiğinde Ardahan'ın coğrafi işaretli ürünlerinin büyük bölümünün hayvansal üretim ve geleneksel tarımsal faaliyetlere dayandığı görülmektedir. Bu durum ilin ekonomik yapısı ile gastronomik kimliği arasındaki güçlü ilişkiyi ortaya koymaktadır.

5. SONUÇ

Ardahan yöresel mutfağı, bölgenin coğrafi özellikleri, iklim koşulları, ekonomik yapısı ve tarih boyunca farklı kültürlerle kurduğu etkileşimlerin şekillendirdiği özgün bir gastronomik mirası temsil etmektedir. Yüksek rakımlı topoğrafya, uzun ve sert kış mevsimi ile hayvancılığa dayalı yaşam biçimi; süt ve süt ürünleri, kaz eti, Kavılca buğdayı ve çeşitli tahıl ürünlerinin yöre mutfağında ön plana çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bunun yanında zengin flora varlığı, Ardahan çiçek balı ve yörede tüketilen çeşitli otsu bitkiler gibi ürünlerin mutfak kültüründe önemli bir yer edinmesini sağlamıştır. Yöre mutfağı aynı zamanda bölgenin kültürel kimliğini yansıtan önemli bir miras alanıdır. Kaz yemekleri, yöresel çorbalar, hamur işleri ve coğrafi işaretli ürünler, bu gastronomik mirasın günümüze ulaşan somut örnekleri arasında yer almaktadır. Özellikle Ardahan Kaşarı, Ardahan Çiçek Balı, Ardahan Kaz Eti ve Kavılca Buğdayı gibi ürünler, bölgenin gastronomik değerlerinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmasında önemli bir potansiyele sahiptir. Sonuç olarak Ardahan yöresel mutfağı, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihsel birikim sayesinde Türkiye'nin önemli gastronomik değerlerinden birini oluşturmaktadır. Bu zengin mutfak kültürünün korunması, kayıt altına alınması ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi, hem kültürel mirasın sürdürülebilirliği hem de bölgesel kalkınma açısından önem taşımaktadır.

Ardahan yöresel mutfak kültürü, uluslararası ölçekte endüstriyel gıda sistemlerinin getirdiği yozlaşma ve tek tipleşme tehdidine karşı, coğrafi yünden izole olma avantajı ve yöre halkının kültürel mirasına sahip çıkmaları sayesinde ayakta kalmayı başarmıştır. Ancak, literatür analizi ve mevcut saha verileri, Ardahan'ın bu zengin kültürel mirasını turizm ekonomisine entegre etmekte zorluklar yaşadığını ortaya koymaktadır. Özellikle Kavılca Buğdayı ve Çıldır Gölü kış balıkçılığı gibi niş değerlerin turistik bilinirliği artsa da yerel mutfağı aslına uygun, standart kalitede sunan restoran sayısının azlığı kent gastronomisinin hak ettiği ekonomik ivmeyi yakalamasını zorlaştırmaktadır. Bölgesel kalkınmanın sağlanması ve mutfak mirasının geleceğe aktarılması adına şu stratejik adımların atılması önerilmektedir:

Standart Reçetelerin Kayıtlanması: Yöre genelinde özellikle köylerde yaşayan yaşlı insanlar ile görüşmeler yapılarak, bilinen ve unutulmaya yüz tutmuş yemeklerin reçeteler halinde kayıt altına alınarak dijital bir mutfak arşivi oluşturulmalıdır.

Agroturizm ve Rotalama Faaliyetleri: Kavılca buğdayı, arıcılık, Çıldır Gölü'ndeki kış balıkçılığı, peynir üretimi ve kışın ilk karı ile başlayan kaz kesim dönemleri "Turizm Rotaları" haline getirilmelidir. Turistlerin yerel üreticiyle buluştuğu deneyim alanları oluşturulmalıdır.

Kooperatifleşme ve Krediler: Coğrafi işaretli ürünlerin üretimi ve ticari dolaşımı, kooperatifler tarafından desteklenmelidir. Girişimcilere yönelik krediler artırılarak, kırsal istihdamın sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

Pazarlama: Yöreye özgü ürünlerin bilinirliğini artırmak adına ulusal ve uluslararası anlamda pazarlama faaliyetleri oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ardahan, (2026). <https://beta.kulturportali.gov.tr/turkiye/ardahan/genelbilgiler>
Erişim Tarihi: 09.06.2026.
- Ardahan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2024). Yöre mutfağı (gastronomi). Ardahan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. Erişim tarihi: 17.06.2026
- Çalışkan, V. (2014). Coğrafi işaretler: Geleneksel kültürün korunması ve kırsal kalkınmada bir araç. *Doğu Coğrafiya Dergisi*, 19(32), 193-214.
- Güzeler, N. & Koboyeva, F. (2020). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Üretilen Peynir Çeşitleri. *OKU Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 172-184.
- Mısır, S. (2025). Coğrafi İşaretli Atasal Tohum Ardahan Kavılca Buğdayı: Kapsamlı Bir İnceleme. *Türk Tarım - Gıda Bilimi ve Teknolojisi Dergisi*, 13(3), 794-801.
- Oğan, Y. (2026a). Kırşehir ve gastronomi. Gastro Kırşehir. Y. Oğan (Ed.) Ahilik Diyarı Kırşehir'in Gastronomik Yapısı, Mutfak Kültürü Ve Yöresel Lezzetleri. Ankara Nobel Yayıncılık.
- Oğan, Y. (2026b). Türk Mutfak Kültüründe Geleneksel Bir Lezzet: Kaman Bayram Çöreği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 99-115. <https://doi.org/10.32572/guntad.1703331>
- Oğan, Y., & Çekiç, İ. (2026). Gastronomi Rotaları Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünler: Doğu Karadeniz Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 312-327. <https://doi.org/10.21547/jss.1651750>
- Özbay, G., Semint, C., & Semint, S. (2020). Ardahan gastronomik yapısı içinde bir kış lezzeti: Ardahan kazı. Uluslararası Kış Turizmi Kongresi Bildiriler Kitabı, Erzurum, 112-125.

- Serhat Kalkınma Ajansı [SERKA]. (2019). Kars ve Ardahan'da kaşar peyniri üreten işletmelerin analizi ve mevcut durum raporu. SERKA Bölgesel Kalkınma Yayınları, Yayın No: 42. SERKA Resmi Rapor PDF. (Ardahan'daki (özellikle Göle) mandıraların üretim teknolojisini ve sosyo-ekonomik yapılarını inceleyen kapsamlı saha analizi).
- Serhat Kalkınma Ajansı [SERKA]. (2024z). Ardahan coğrafi işaretli ürünler kataloğu ve yöresel mutfak envanteri. SERKA Resmi Web Portalı.
- Serhat Kalkınma Ajansı [SERKA]. (2024b). Ardahan yöresi ballı bitkiler florası atlası. SERKA Yayınları, Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Serisi. SERKA Coğrafi Flora Yayını.
- Taş Kamber, S. (2020). Yöresel Mutfak, İçinde, Kozak, N. (Editör), Online Türkiye Turizm Ansiklopedisi, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/yoresel-mutfak> Erişim tarihi: 17.06.2026
- Turan , B., & Yazıcıoğlu , K.Y. (2026). Kavılca Ekmeğinin Kültürel Miras ve Sağlıklı Beslenme Bağlamında Gastronomik Bir Ürün Olarak Değerlendirilmesi. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi*, 14(1), 353-368.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2024). No: 1537 – Mahreç işareti Ardahan Kavılca Buğdayı tescil dosyası. Erişim Tarihi: 10.06.2026.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2026). Coğrafi işaretler tescil havuzu: Ardahan ili verileri. TÜRKPATENT Coğrafi İşaret Sorgulama. Erişim Tarihi: 10.06.2026.
- Yıldırım, B.E., & Oğan, Y. (2024). Kuzey Kafkasya Bölgesi Toplumlarının Mutfak Kültürleri Üzerine Bir İnceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(Kafkasya Araştırmaları Özel Sayısı), 36-54. <https://doi.org/10.22466/acusbd.1505842>
- Yılmaz, A. & Kaya, S. (2023). Ardahan-Posof yöresi mısır ve yerel meyve çeşitleri ile yapılan unutulmaya yüz tutmuş lezzetler. *Journal of Social Sciences and Humanities Research*, 10(2), 215-230.