

Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar - V -



Editör
Doç. Dr. Yener OĞAN



GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR

-V-

Editör
Doç. Dr. Yener OĞAN

Çizgi Kitabevi Yayınları (e-kitap)

©Çizgi Kitabevi
Ağustos 2025

ISBN: 978-625-396-596-9
Yayıncı Sertifika No: 52493

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

Doç. Dr. Yener OĞAN
GASTRONOMİ ALANINDA TEMATİK ARAŞTIRMALAR -V-

ÇİZGİ KİTABEVİ

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

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

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

www.cizgikitabevi.com

   / cizgikitabevi

ÖN SÖZ

Son yıllarda gastronomi ve mutfak sanatları alanına yönelik oluşan ilgi, hiç şüphesiz alandaki akademik ve bilimsel çalışmalara verilen değeri artırmıştır. Bu çalışmalar, özellikle literatürdeki boşluğu doldurması ve mevcut literatüre katkı sağlaması bakımından önemlidir. İlgili literatüre katkı sağlaması amacıyla başlatılan ve gastronomi araştırmaları serimizin bir devamı niteliğinde olan **“Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar V”** kitabımızda *“sembolizm, mevsimsel beslenme, kolonyal (sömürge) yemek, afet yönetimi, tasarım disiplini, şeflerin mekânı, restoran derecelendirme sistemleri, 3D baskı teknolojisiyle gıda üretimi, çalışanların ödüllendirilmesi ve yaratıcılık performansı, gıda egemenliği, adil gıda, gıda okuryazarlığı, gıda etiketi Türk kültüründe sofrada, kadın şefler, festivaller ve şehir imajı, restoranlarda dijital hizmet sunumu, Mardin’in eşsiz lezzetleri, Türk mutfağında cevizli tarifler”* olmak üzere gastronomi alanıyla ilgili bölümleri keyifle okuyabilirsiniz. Bu vesileyle kitabımıza çalışmalarını yayımlanmak üzere göndererek katkı sağlayan yazarlara teşekkür eder ve kitabı siz değerli okurların beğenisine sunmaktan dolayı mutluluk duymaktayım.

Sevgi ve Saygılarımla...

Doç. Dr. Yener OĞAN

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	5
GASTRONOMİDEN SEMBOLİZME: ELMANIN KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL İŞLEVLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	
Sevil ATALAY TOHUMCU & Gencay SAATCI SAVSA.....	8
MEVSİMSSEL BESLENME VE GASTRONOMİ	
Vildan TÜYSÜZ & Serkan SEMİNT.....	22
KOLONYAL (SÖMÜRGE) YEMEK VE GASTRONOMİ	
Samuray Hakan BULUT & Gülseli EVLİYAĞLU	41
AFET YÖNETİMİ VE GASTRONOMİ	
Ecem AKAY & İlkay YILMAZ	55
TASARIM DİSİPLİNİ VE GASTRONOMİ EĞİTİMİ	
Sedef ÖZGÖNÜL DONUKTAN	67
ŞEFLERİN MEKÂNI: BOCUSE d’Or	
Engin PULLUK.....	87
ULUSLARARASI RESTORAN DERECELENDİRME SİSTEMLERİ	
Samet Can AKSU	100
GASTRONOMİDE DİJİTAL BİR DEVRİM: 3D BASKI TEKNOLOJİSİYLE GIDA ÜRETİMİ	
Faruk YÜKSEL & Turgay UÇAR.....	113
YİYECEK-İÇECEK DEPARTMANI ÇALIŞANLARININ ÖDÜLLENDİRİLMESİ VE YARATICILIK PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ	
Filiz ARSLAN	129
SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİYİ ANLAMADA BİR ANAHTAR KAVRAM: GIDA EGEMENLİĞİ KAVRAMINA GENEL YAKLAŞIM	
Hasan Samet TANDOĞAN & Mehmet Sedat İPAR.....	142
ADİL GIDA, GIDA OKURYAZARLIĞI ve GIDA ETİKETİ OKUMA BİLİNCİ	
Meral YILMAZ & Hilal DER.....	157

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE SOFRA ADABI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME	
Muhabbet ÇELİK.....	179
GASTRONOMİ SEKTÖRÜNDE KADIN ŞEFLER: META-TEMATİK BİR ANALİZ	
Suzan EROL	187
GASTRONOMİ FESTİVALLERİNİN ŞEHİR İMAJI VE TURİZMİNE ETKİSİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ANALİZ	
Osman ÖZER.....	203
RESTORANLARDA DİJİTAL HİZMET SUNUMUNUN ALGILANAN DEĞER VE DAVRANIŞSAL NİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	
Harun Yiğit ALKAN & İbrahim İLHAN	218
TÜRK MUTFAĞINDA CEVİZLİ TARİFLER	
Dönüş ÇİÇEK & Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ	234
MARDİN'İN EŞSİZ LEZZETLERİ: COĞRAFİ İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP ÜRÜNLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ	
Emircan YILMAZ & Dilan ARABACIOĞLU	247

GASTRONOMİDEN SEMBOLİZME: ELMANIN KÜLTÜREL VE TOPLUMSAL İŞLEVLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Sevil ATALAY TOHUMCU

Doktora Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

sevilatalay_90@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7583-1103

Gencay SAATCI SAVSA

Doç. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

gencaysaatci@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7842-989X

1. GİRİŞ

Yiyecek, kültür ve gelenek arasındaki ilişkilere dayanan gastronomi kavramı, sağlıklı ve kaliteli yiyeceklerin seçilmesi, hazırlaması, servis edilmesi ve keyifle tüketilmesi sanatı olarak tanımlanmaktadır (Encyclopedia Britannica, 2025). Gastronomi kavramına etimolojik olarak bakıldığında; Yunanca mide anlamına gelen “gastro” ile bilgi ya da yasa anlamına gelen “nomos” kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşturulmuştur (Kivela ve Crotts, 2006; Yaşar ve Tekeler, 2023). Türk Dil Kurumu (2025) tarafınca da sağlığa uygun, iyi şekilde hazırlanmış, hoş ve lezzetli mutfak, yemek sistemi ve düzeni olarak tanımlanmaktadır. Gastronomi yalnızca yiyecek ve içeceğin bileşenine ya da üretim yöntemine değil neyin hangi biçimde, nerede (masada, ayakta, yerde), nasıl (elle, çatalla, çubukla), ne zaman (yeme-içme zamanları/dönemleri), neden (açlık ile bağlantılı olmayan güdüler) ve kiminle (aile, sosyal çevre) tüketildiği ile ilgili amaç ve nedenlerini de kapsamaktadır (Santich, 2007; Zahari vd. 2009).

Sembol sözcüğüne etimolojik olarak bakıldığında, eski Mısır dilinde yer alan “symbolon” sözcüğünün Grekçe ‘ye geçmiş isim hali “symbol” sözcüğünün fiil hali olarak “bir arada toplayıp bağlamak, birlikte birleştirmek, birlikte tartışmak” anlamlarına gelirken, Latince ‘de “symbolum” haline dönüşmüştür. Sembol ile anlatmak istenen şey en belirli, en kesin, en doğal ve en sade şekilde ifade edilebilmektedir (Gümüş, 2022). Bazı semboller, evrensel bir anlam içeriyor olsalar da pek çok sembol ulusal, yerel ve kutsal olanı barındıran en eski kültüre ait dinamikler ile oluşmuştur (Alp, 2014). Gastronomi olgusu, kültür ve kimlik kavramalarından ayrı düşünülmemesiyle birlikte ait olduğu toplumun kültürel özelliklerine göre sembolik bir değer taşımaktadır

(Sağır, 2012). Semboller, bilgi ve olayları beyin verilerine indirgeyerek bireyi aşan, gözle görülen ama elle tutulamayan şeylerin anlaşılmasını sağlamaktadır (Fromm, 2015; Bakırcı, 2019). Toplumun kültürel ve sosyal yapısının temelinde bireylerin aynı kanaate vardıkları ve sahip olduğu özellikleri ile bir kültüre ait olan semboller düzeni yer almaktadır (Beşirli, 2021). Bu kapsamda önemli bir sembolizm unsuru olan elmanın, gastronomi perspektifinden kültürel ve toplumsal işlevleri değerlendirilmektedir.

2. GASTRONOMİDE BİR SEMBOLİZM UNSURU OLARAK ELMA

2.1. Elma ve Sembolizm

Elma sözcüğüne etimolojik olarak bakıldığında “*al*” kökünden türemiş olduğu belirtilmektedir. Orta Asya Türkçesi’nden de neredeyse tüm şive ve lehçelere aynı kökten geçtiği ve Türkiye Türkçesi’nde “*alma-elma*” değişimine uğramıştır (Ölmez, 2012). Elma sözcüğü Arapça “*tüffâh*” sözcüğünün karşılığı “*alma*” olarak yer almaktadır. Günümüzde Türkiye Türkçesinde elma olarak yer alsa da pek çok Türk şivesinde “*alma*” ya da “*alme*” olarak kullanılmaktadır (Şen, 2006; Aksoy, 2007). Bununla birlikte elmanın ilk günah ile bağlantılı olduğu düşünüldüğünden dolayı, elma sözcüğü günah, kötü anlamlarına gelen Latince kökenli “*malum*”, “*malus*” kelimeleri ile bağdaştırılmıştır (Akyıldız Ercan, 2017). Kaşgarlı Mahmud XI. yüzyılda Oğuzlar ve Batı Türklerinin elmaya alma, Doğu Türklerinin ise almıla dediklerini, ilerleyen zamanlarda ise Türklerin hepsinin elmaya “*alma*” dediklerini yazmıştır (Aydın, 2009). Sözlük anlamı olarak ise elma (pirus malus), “*çiçekleri beyaz ya da pembe, gülgillerden bir ağaç*” olarak belirtilmektedir. Bu ağacın kırmızından yeşile kadar çeşitli renkte, kabuğu parlak, sert, tadı tatlı veya ekşi, kokusu hoş, ufak çekirdekli, gevrek dokulu bir meyvesi olarak tanımlanmaktadır (Halıcı, 2012). Türk dilinde elma, “*tadıyla ekşi, acı, tatlı, mayhoş; şekliyle hüryemez, ferik, misket; rengiyle kızıl, yeşil, ak, sarı, al; memleketiyle Niğdeli, Amasyalı, Gümüşhaneli*” olarak isimlendirilmekte ve tanımlanmaktadır (Altun, 2008).

Elmanın yetiştiği yerlere bakıldığında, Kuzey yarımküre ve Amerika kıtası dâhil olmak üzere pek çok yerde binlerce çeşidi bulunmaktadır (Yeşil, 2015). XVI. yüzyıl kaynaklarından Babürname’de Kabil yöresi, Gazne, XI-XIV. yüzyıl kaynaklarında Anadolu’da Erzincan, İstanbul, Ahlat, Akşehir, XVII. yüzyılın önemli eseri Seyahatname’de ise, Balkanlar’da Mostar, Yenipazar, Köstendil ve Banyaluka ile Kırım ve çevresinde, Anadolu’da İzmit, Sinop, Akşehir, Ereğli, Harput, Van, Antalya ve Malatya elma yetiştiriciliğinin

yapıldığı yerler olarak belirtilmiştir (Aksoy, 2007). Anavatanı Kafkasya ve Orta Asya olan elmanın Anadolu’da Roma döneminde ekiminin yaygınlaşmaya başladığı, günümüzde ise Anadolu’da yaygın olarak Kuzey Anadolu, Karadeniz kıyısı, Doğu Anadolu yaylaları arasında kalan geçit bölgeleri, İç Anadolu yetiştiricilik alanları olarak yer alırken, Karaman, Antalya, Niğde ve Isparta da elma yetiştiriciliğinde ön plana çıkmaktadır (Küçükkömürler ve Karakuş, 2009).

Türkiye’de 2023 yılı itibarı ile elma üretiminde Isparta (%25,4), Karaman (%15,5), Niğde (%12,6), Antalya (%9,7), Kayseri (%5,6), Konya (4,3), Denizli (%3,8), Mersin (%3,2), Çanakkale (%2,2), Kahramanmaraş (%1,9) en büyük paya sahip iller olarak yer almaktadır. Dünya genelinde bakıldığında Çin, elma üretiminin yaklaşık olarak yarısını karşılarken, Türkiye ise elma üretiminde kendi ihtiyacını karşılamakta ve 2023-2024 sezonunda dünya elma üretiminde 3. sırada yer almaktadır (Erkal, 2024). Türkiye’de elma, üzümünden sonra en fazla üretimi yapılan meyve olarak yer almaktadır. Adaptasyon yeteneğinin yüksek, tüketici tercihlerine uygun çeşitleri ve bu çeşitlerin muhafaza edilmeye elverişli oluşu, elma üretim miktarının yüksek olmasında ve yıl boyu tüketilebilmesinde önemli bir etkiye sahiptir (Özbek, 1978; İmrak vd., 2010; Kılıç ve Çalışkan, 2023).

Dünya genelinde önemli elma üreticisi olarak yer alan Türkiye’de bazı elmalar “işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar” ürün grubu altında coğrafi işaret ile tescillenmiştir. Coğrafi işaret ile tescillenen elmalar aşağıda Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Türkiye’de coğrafi işaret ile tescillenen elmalar

Ürün Adı	İl	Tescil Yılı	Türü	Ürün Grubu
Bayramiç Elması	Çanakkale	2016	Menşe Adı	İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar
Piraziz Elması	Giresun	2016	Menşe Adı	
Kağızman Uzun Elması	Kars	2017	Menşe Adı	
Amasya Misket Elması	Amasya	2019	Menşe Adı	
Posof/Badele Elması	Ardahan	2019	Menşe Adı	
Yomra Elması	Trabzon	2020	Mahreç İşareti	
Borçka Demir Elması	Artvin	2022	Mahreç İşareti	
Isparta Elması	Isparta	2023	Menşe Adı	

Kaynak: Türk Patent, 2025.

Tablo 1 incelendiğinde, ürünleri coğrafi işaret almış illerin yukarıda bahsi geçen bilgiler ile örtüştüğü görülmektedir. Tescillenen elmalar gerek ayırt edici fiziki özellikleri gerekse de yetiştikleri kent ile özdeşleşmelerinden dolayı, önemli birer tarım ve ticaret ürünü olması yanı sıra kent pazarlamasında da önemli birer sembolik değer olarak yer almaktadır.

2.2. Elma ve Sağlık

Sağlık açısından bakıldığında Anadolu halk kültüründe, siğil olan el tırnaklarının kesilerek oyulmuş bir elmanın içine koyulup gömülmesi ile elmanın siğili (cilt/deride oluşan enfeksiyon) geçireceği, tedavi edeceği düşünülmektedir (Öncül, 2011).

Gerçekçi özellik taşıyan tedavilerde elmanın sağlık üzerindeki etkilerine bakıldığında, vücutta ödem ve su tutulmasını önlediği, bağırsak iltihabını iyileştirilmesi ve kabızlığın giderilmesinde yardımcı olduğu, zayıflamaya yardımcı olmasından cilt güzelliğine, uçuk mikrobuna karşı etkili olmasına kadar pek çok konuda etkili olduğu belirtilmektedir (Yeşil, 2015). Bunların yanında elmanın yapısında bulunan A, C, E vitaminleri ile fitokimyasal grubu içerisinde yer alan flavonoidler de antioksidant özelliğe sahiptir. Elmanın yapısında bulunan bu maddeler diyabet, bazı kanser türleri ve kardiyovasküler hastalıklar gibi bazı hastalıkların görülme riskini de azaltmaktadır (Wardlaw vd., 2004; Işıksoluğu, 2001; Küçükkömürler ve Karakuş, 2009). Elma kapsülü, özü veya ekstrası gibi ürünler yerine elmanın taze olarak tüketimine özen gösterilmesinin de sağlık açısından önemli olduğu vurgulanmaktadır (Küçükkömürler ve Karakuş, 2009).

2.3. Elma ve Masallar

Kutsal kitaplarda elma, insan için yeme keyfinin yoğun boyutlardaki derecesini sembolize eden metafor olarak yer almaktadır (Öğüt Eker, 2018). Soyun devamlılığı “*zürriyet*” olgusu masalların önemli motiflerinden biridir. Pek çok masal, çocuk sahibi olmak isteyen tüccar ya da padişahın dervişle karşılaşmasıyla başlayıp dervişin elma hediye etmesi ile devam etmektedir. Çocuğu hediye eden tanrının elçisi olarak Hızır ya da derviş birdenbire kahramanının karşısına çıkarak kimi zaman elma kimi zamansa dervişin duası olan hediyeyi vermektedir. Burada elma sembolik olarak bereketi temsil eden bir unsur olarak yer almaktadır (Ölçer Özünel, 2013). Masallarda yer verilen

elma sembolizmine “*Elma Ağacı*” masalı üzerinden bakıldığında yılda bir elma veren ağaç ile elmayı alan ejderhanın mücadelesi ile başlayan masalda elmanın çoğalma, ölümsüzlük, güzellik, verimlilik, ejderhanın ise bolluk, su, bereket, yeniden doğuş, kuvvet, refah, güç, tehlikeli doğa ile iç dünyanın gizemli derinlikleri şeklinde sembolize edilen özellikleri karşı karşıya getirilmiştir. Padişah-elma-ejderha olarak yer alan ilişki ve yılda bir çocuk dünyaya getiren kadın ile yılda bir elma veren ağaç ilişkilendirilerek, elmaya sahip olma ölümsüzlük ve güç mücadelesi olduğu kadar ejderha ve padişah arasında bir çoğalma mücadelesi olarak da ifade edilebilmektedir (Tipbaş Apak, 2015).

Elma, Anadolu Türk masallarında iyilerin ödüllendirilmesinde öne çıkan geleneksel bir motiftir. Mutluluğu hak eden masal kahramanı kadar masalın anlatıcısı ve dinleyicinin de ödüllendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Elmaların paylaşılması zaman zaman bazı masalarda farklılık göstermekle birlikte, elma daima ödüllendirme aracıdır, gökten düşer ve üç tanedir. İnsanlığın asıl amacı olan mutluluğa ulaşmada elmaya yüklenen anlam, Türk masallarının ortak özelliklerindendir. Elma ödülünün, masalda tasarlanan mutluluk tablosuyla bağlantılı olması kaçınılmazdır (Şimşek, 2018). Türk halk kültürünün ögesi olan bilmecelerde elma bazen rengiyle, tadıyla, şekliyle, bazen de sevgilinin yanağı, yetiştiği yöre ve mevsim ile çağrışım yapılarak tanımlanmaktadır: “*Dilberin yanağıdır, temmuz ayı çağıdır, vatanını sorarsanız Amasya’nın bağıdır.*” (Başgöz, 1993; Altun, 2008). Elma ağacı ve elma Kır-gız masallarında da çocuksuzluğun ilacı, eş seçme, fiziksel güzellik, gençlik, ölüyü diriltme, yedikçe yerine yenisinin gelmesi, zor durumlara karşı koruyucu ve ihtiyarlık verme gibi birbirinden farklı durumlara ilişkin bir sembol olarak yer almaktadır (Bayrak İşcanoğlu, 2022).

2.4. Elma ve Şiir/Türkü

Elma, sözlü gelenekte yer aldığı gibi yazılı kültürde de şekli ve rengi ile âşıkların şiirlerine sevgiliyi tasvir etmek için konu ettiği çeşitli söz sanatları kapsamında yer almaktadır. Aşıkların dilinde elma-sevgili ilişkisine bakıldığında, başta Karacaoğlan olmak üzere Seyranî, Ercişli Emrah, Noksanî, Dadaloğlu, Pir Sultan Abdal, Silileli Surûrî’nin türkü ve şiirlerinde elma-sevgili ilişkisini işledikleri görülmektedir. Elma, âşık geleneğinde benzetme unsuru olarak yer alırken, halk türkülerinde sevgiliyle kavuşmanın sembolü olarak

yer almaktadır. Aşağıda yer alan Diyarbakır türküsünde elma sevgiliyle kavuşma vaktini yani güz mevsimini belirtirken, aynı zamanda elmanın rengi sevgilinin güzelliği ile ilişkilendirilmektedir.

Elma al olanda gel,
Ayva nar olanda gel,
Hasta düştüm gelmedin,
Bari can verende gel.
Elmada al olaydın,
Selvide dal olaydın,
Bana göre yar mı yok,
İstedim sen olaydın (Ayva, 2009).

Elma yazılı edebi kültürün örneklerinden olan şiirde de kendisine yer bulmuştur. Modern şiirde elmanın ağacı, çiçeği, çekirdeği, kokusu, kurdu, rengi, tadı, toprağı, diri, çürük, ham, olgun gibi gelişimi ile ilgili durum ve biçimleri ile farklı duygu ve durumlar sembolize edilmiştir (Gürman Şahin, 2021). Gülten Akın ise şiirinde elmaya farklı bir bakış açısı yükleyerek elmayı ekonomik güçsüzlük, fakirlik ile sembolize etmiştir:

Batmıştır o ülke
Ölüm girmiştir temeline
Herhangi bir evde
Telli bebek için bir parça pirinç
Bir parça elma, bir yudumcuk çay
Yoksa,
Uzun yolların işçisi
Babanın kesesi yetmiyorsa
Batmıştır o ülke (Akın, 1992; Gürman Şahin, 2021).

2.5. Elma ve Mitoloji

Elma, mitolojide de neredeyse en çok yer alan meyvedir. Elma sembolü sanat eserlerinde de mitolojik unsur olarak yerini almıştır (Işık ve Yayan, 2021). Yunan mitolojisinde, Hesperid'lerin gözettiği tanrıların bahçesinde ye-

tiştirildiğinden bahsedilen altın elmalar güzellik, aşk, bilgelik, cinsellik, günah, cazibe, bereket, bütünlük ve tamamlanma gibi unsurlar kapsamında değerlendirilse de asıl olarak ölümsüzlüğü sembolize ettiği belirtilmektedir (Aslan ve Arda, 2009). Yunan mitolojisine göre, ilk güzellik yarışmasının ödülü Paris'in Afrodit'e verdiği altın bir elmadır. Âdem ile Havva'nın cennetten kovulma mitosunda elma, yasak meyve, itaatsizlik ve ilk günahın sembolü olarak nitelendirilmektedir. Yunan mitolojisinde toprak ana olarak bilinen Gaia, Hera'ya Zeus ile evliliği sırasında doğurganlığın sembolü olarak altın saksı içinde elma hediye etmiştir (Gümüş, 2022). Âdem ile Havva'nın cennetten kovulmasına sebep olduğu belirtilen elma, Hz. Hatice ve Hz. Muhammed'in elma yedikten sonra Hz. Hatice'nin hamile olduğunu öğrenmesiyle birlikte yasaklanan meyve olmaktan çıkarılıp, doğumun ve yaratımın sembolü olmuştur (Uyanıker, 2022). Elma Türk mitolojisinde kutsal kabul edilen ağaçlardan birinin meyvesi olarak yer almaktadır. Elma erkek çocuk, ölümsüzlük, soyun devamlılığı, murat, güzellik, verimlilik, bekâret, ebedilik, kuvvet, gençlik, sevgi, sağlık, bağlılık, yaşam, iyi niyet, inanç ve barış sembolize etmektedir. (Ölmez, 2012; Akyıldız Ercan, 2017).

2.6. Elma ve İnanç

Elma Alevi-Bektaşî geleneğinde oldukça önemli bir yere sahiptir ve bu önemine dair iki rivayet yer almaktadır. Birinci rivayet, peygamberin torunları Hasan ile Hüseyin Hz. Muhammed'in yanına geldiklerinde, peygamberin elinde bir tane elma vardır ve elmayı kime verirse bir diğerinin kırılacağını düşünür. Allah Teâlâ, Hasan ile Hüseyin'in elmayı hak etmeleri için güç tutmalarını emreder. Kim galip olursa elmayı alacaktır. Bu rivayette elma, Türklerde ulaşılması hedeflenen kutsal ideali sembolize eden kırmızı elmayı çağrıştırmaktadır. İkinci rivayet Hasan ile Hüseyin'in yazıları üzerinedir. Her ikisinin de yazıları birbiri ile o kadar benzer o kadar güzeldir ki kimse ikisi arasında bir tercih yapamaz. Rivayette o kadar ileri gidilir ki; Allah Teâlâ'nın dahi bu iki yazıdan birini seçmediği belirtilir. Çözüm cennet meyvesi elma olarak gelir. Cebrail'in cennetten getirdiği elmalar Allah Teâlâ'nın emriyle ikiye kesilip, bir parçası Hüseyin'in bir parçası Hasan'ın yazısının üzerine düşer. Sonuç olarak her ikisi de memnun olurken, burada elmanın hakemlik görevi söz konusudur. Alevi-Bektaşî geleneğinde elma; Hz. Mu-

hammed'den af dilemek amacı ile Cebrail tarafından "*terceman*" (kurban) olarak verilmiştir. Alevi-Bektaşilerce musahiplik (dünyada ve ahirette kardeşlik, yoldaşlık) bir elmanın iki yarısı gibi algılanmaktadır. Elma cennetten çıktığı düşünüldüğü için "*lokma*" olarak kabul edilerek cemlerde dağıtılır. Elma tam ortadan kesildiğinde çekirdek kısmı temizliği, aydınlığı temsil eden Zühre yıldızını temsil etmektedir. Bunlarla birlikte Alevi-Bektaşi geleneğinde elma, Hz. Fatma, Düldül, Zülfikar ve Kanber'in elmadan yaratılışı, velayet, gizli ilim, ilim, ölümlülük, şehadet, şehit kokusu ile elma kokusunun bağdaştırılması, matem, yasak, murat, söz, arabuluculuk, çağrı kavramları ile bağdaştırılmaktadır (Daşdemir, 2015).

Cennet ve cehennemin varlığına inananlar için elma, Âdem ve Havva'nın cennetten kovulmasını sembolize ederken; günümüzde dünyaca bilinen bir teknoloji markası olan Apple'ı sembolize etmektedir (Yılmaz vd., 2019). Apple markasının ilk logosu (Görsel 1) çizimsel bir anlatımla, Newton'un ağaç altında otururken elmanın kafasına düşmesi ile yer çekimini keşfetme hikâyesini betimlemektedir. Logoda, merak ve bilgeliliğin sembolü olarak ifade edilen elmanın düşmek üzere olduğu işlenmiştir (Mark ve Pearson, 2001; Gümüş, 2022).

Görsel 1. Apple markasının ilk logosu



Kaynak: Apple, 2025.

2.7. Elma ve Sanat

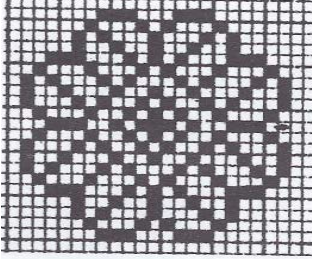
Kültürel değerler açısından elma sembolüne bakıldığında elma, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler masalında, elmanın parlak kırmızı renginden etkilenen prensesi derin bir uykuya sürüklerken, iyi bir nişancı oluşu sayesinde oğlunun hayatını kurtaran William Tell için bir sınav olmaktadır (Karakuş, 2022). Gün doğumundan gün batısına kadar tüm dünyada hüküm sürme düşüncesini temsil eden Kızılelma, Türklerin Oğuz Kağan'dan bu yana gerçekleştirmek istedikleri en eski ütopyaları olarak yer almaktadır (Şimşek, 2018).

Elma Türk kültüründe geleneklerde, minyatür ve mimaride, el sanatları ve dokumalarda, form, biçim ve renk özellikleri bakımından sembolik anlamları ile her zaman kendisine yer bulmuştur. Topkapı Sarayı, Edirne Selimiye Camii minyatür ve mimaride elma ağacı, meyve olarak da elmanın yer verildiği önemli tarihi değerler olarak yer almaktadır (Ölmez, 2012). Karakalpaklarda Nevruzda kızlar ve delikanlıların birbirlerine elma atmaları, Azerbaycan'da yenilmiş olan elmanın çekirdekleri, Nevruzun son çarşamba günü niyet eden kişi tarafından kismetinin rüyasına gireceğine inanarak yastığın altına konulması geçmişten gelen bir gelenek olarak yer almaktadır. Anadolu kültüründe de benzer şekilde kızlar, baharın ilk gecesi yedikleri elmanın çekirdeklerini yastığın altına koyarak evlenecekleri erkeği o gece rüyalarında göreceklarına inanmaktadırlar (Kalafat 1999; Üstünova, 2011). Evlilik ile ilgili durumlarda önemli bir yere sahip olan elma, evliliğin çeşitli süreçlerinde farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Evlenme törenlerinde elma, elma atma geleneği ile eşin seçilmesinde etkin olması, düğün davetiyesi olarak yöre halkına gönderilmesi, süs unsuru olması, gelinin düğün sonunda oğlan evine gelişle birlikte damat tarafından gelinin başına saçılan ürünlerin arasında yer alması şeklinde çeşitli aşamalarda farklı amaçlarla kullanılmaktadır (Üstünova, 2011). Elma, erkek çocuk sembolü olarak Kırşehir Kaman yöresindeki düğünlerde, düğün bayrağının en üstüne takılmaktadır (Ölmez, 2012). Diğer meyveler arasında elmanın birden fazla çekirdeği olması ve bu çekirdeklerin afrodizyak etkisi yaratması da bu meyve kıymetli bir hediye haline getirmiştir (Önal Kılıç, 2025).

Minyatür ve mimari gibi sanat dallarının yanı sıra ilikli kilim tekniği ve halı dokumacılığında da elma motifi sıkça işlenmektedir. Elma motifi halı ve

kilim dokumalarında, bereket, mutluluk, sevgi, saflık gibi duyguları sembolize etmektedir. Aşağıdaki görsellerde Anadolu'nun halı ve kilim örneklerinden bazıları yer almaktadır (Aydın, 2009).

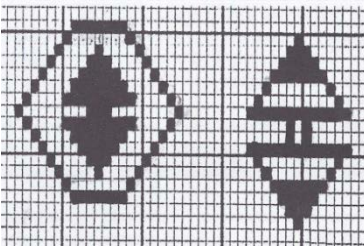
Görsel 2. XII. yy. Balıkesir Halılarında Elma



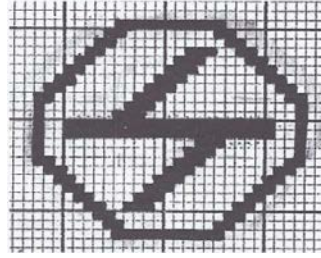
Görsel 3. XX. yy. Erzurum Halılarında Elma



Görsel 4. Uşak/Eşme Kiliminde Elma



Görsel 5. Dal Arasında Elma (Kilim Deseni)



Elma kanaviçe, dantel, el örgüsü patik, çorap, iğne oyası ve yazma sanatı gibi el sanatlarında da ortaya çıktığı topluma ait çeşitli değerlerin sembolü olarak da yer almaktadır. Örneğin iğne oyalarında yer verilen elma çiçeği motifi sevinç, müjdeli bir durumu ve bahar mevsimini sembolize ederken, yeni gelinler elma çiçeği oyası ile bebek beklediği müjdesini çevrelerine duyurmaktadırlar. Aşağıda boncuklu tığ oyasının güzel örneklerinden olan Erzurum yöresine özgü Frenk elması (Görsel 6) ile Adana yöresine özgü elma motifi (Görsel 7) yer almaktadır (Anonim, 2001; Ölmez, 2012).

Görsel 6. Erzurum Yöresi



Görsel 7. Adana Yöresi



Sonuç olarak elma pek çok alanda olduğu gibi günümüzde turizmde başarının sembolü olarak *"Uluslararası Turizm Yazarları ve Gazetecileri Federasyonu (FIJET)"* (International Federation of Travel Writers and Journalists) tarafından dünya turizmine katkı sağlayan destinasyonlara prestijli bir ödül olarak takdim edilmektedir. Bu prestijli ödül Türkiye'den Adıyaman, Diyarbakır, Konya, İzmir, Ankara ve 2025 yılında da Tarsus'a verilmiştir (Turizm Ajansı, 2025). Ayrıca gastronomi turizminin gelişimine destek olmak, yıl boyu gezilebilecek kültür rotalarına sahip olduğunu göstermek ve ilerleyen zamanlarda *"Elma Yolu Rotası"* olarak ziyaretçilere sunulması amacı ile TÜRSAB Gastronomi Turizmi İhtisas Başkanlığı tarafınca Niğde, Konya ve Karaman'a *"Elma Yolu Bilgilendirme Gezisi"* gerçekleştirilmiştir (TÜRSAB, 2022).

3. SONUÇ

Bu çalışma insanlığın sağlık, masal, şiir, türkü, mitoloji, inanç, sanat gibi çeşitli alanlarda önemli bir sembolizm unsuru olan elmanın gastronomi perspektifinden kültürel ve toplumsal işlevleri değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Semboller, farklı toplum ve kültürlerle ait yazılı ve sözlü kültür ile ritüellerde yer almaktadır. Bu semboller toplumlar arasında zaman zaman benzerlik göstermekle birlikte evrensel bir değer haline gelmektedir. Elma da evrensel bir sembol haline gelmiş kutsal kitaplarda yer alan ender meyvelerden biridir. Âdem ve Havva'dan Pamuk Prenses'e, Afrodit'ten William Tell'e, Isaac Newton'dan Steve Jobs'a kadar pek çok karakter ile başrolde yer almaktadır. Bunun yanı sıra Türk mutfak kültüründe önemli bir gastronomik

değer olarak yer alan elma, el sanatları, edebiyat, sağlık, kültürel ve toplumsal olarak da pek çok alanda öne çıkan bir motif bir sembol olarak bulunmaktadır.

Her ne kadar günah, kötü, yasak, itaatsizlik gibi olumsuz içerikli anlamları sembolize etse de evrensel olarak güzellik, aşk, bilgelik, cazibe, bereket, bütünlük, yeniden doğuş, kuvvet, refah, güç, gizli ilim, saflık, sevinç, başarı gibi güçlü ve olumlu kavramları sembolize ettiği örnekler çoğunluğu oluşturmaktadır. Sonuç olarak gastronomik değer olarak bakıldığında ise elma mutfaklarda zengin bir kullanım alanına sahiptir. Elma kurabiye, kek, tart ve salatalarda kullanıldığı gibi elma suyu, elma şarabı, elma reçeli, elma sirkesi gibi pek çok lezzette de ana unsur olarak yer almaktadır. Bir neslin çocukluk döneminde keyifle yediği sokak lezzetlerinden olan elma şekeri de unutulmaz gastronomik bir değer olması yanı sıra çocukluk döneminin masumiyet duygusunu sembolize etmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M. (2007). Türk halk edebiyatında anlatım aracı olarak elmanın kullanımına ontolojik bir yaklaşım. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 2 (7), 41-56.
- Akyıldız Ercan, C. (2017). Söylencelerde ve masallarda elma sembolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27(3), 1043-1060.
- Alp, K.Ö. (2014). Sembolik temsil ve hikayeleştirme olarak ekslibris okuması. *Uluslararası Ekslibris Dergisi*, 1(2), 34-42.
- Altun, I. (2008). Türk halk kültüründe elma. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 3(5), 262-281.
- Anonim, (2001). *Türk Oyaları Kataloğu*, Kod:117, 118, Cilt:1, 76, 77.
- Apple, (2025). <https://listelist.com/apple-logo-isirilmis-elma-hikayesi>. Erişim Tarihi: 09.05.2025.
- Aslan, E.E., & Arda, Z. (2009). Mitolojide elma-seramik ve resim sanatındaki izdüşümleri, *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 2(1), 99-106.
- Aydın, Ö. (2009). Elma (almıla) elma motifinin halı-kilim dokumaları ve kalıp yazma örneklerindeki kullanımı. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 2(3), 7-26.
- Ayva, A. (2009). Âşıkların dilinde 'elma-sevgili' ilişkisi. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 2(1), 93-98.
- Bakırcı, N. (2019). Kırım Tatar masallarından "altın elma" adlı masalın arketipsel sembolizm açısından çözümlenmesi. *TÜRK Uluslararası Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 7(19), 36-46.
- Başgöz, İ. (1993). *Türk Bilmeceleri I*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Bayrak İşcanoğlu, İ. (2022). Kırgız masallarında elma ve elma ağacı sembolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 295-306.
- Beşirli, H. (2021). *Yemek Sosyolojisi Yiyeceklerle ve Mutfığa Sosyolojik Bakış*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Daşdemir, Ö. (2015). Alevi-Bektaşî geleneğinde elma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 37(8), 83-97.

- Encyclopedia Britannica, (2025). *Gastronomy*. <https://www.britannica.com/topic/gastronomy>. Erişim Tarihi: 07.03.2025.
- Erkal, H. (2024). *Tarım Ürünleri Piyasaları Raporu, Temmuz 2024*. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 08.05.2025.
- Fromm, E. (2015), *Masallar, Rüyalalar Mitler*, (çev. Aydın Arıtan, Kaan H. Ökten), İstanbul: Say Yayınları.
- Gümüüş, İ.S. (2022). Mitolojide, sembol biliminde ve marka göstergesinde elma meyvesi. *International Academic Social Resources Journal*, 7(37), 602-606.
- Gürman Şahin, A. (2021). Modern şiirde elma sembolü. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 70, 245-269.
- Halıcı, N. (2012). *Açıklamalı Yemek ve Mutfak Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Işık, D., & Yayan, G.H. (2021). Cafer Tabak eserlerinin mitolojik unsurlar açısından değerlendirilmesi, *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 7(38), 498-508.
- Işıksoğlu, K.M. (2001). *Beslenmede Kahve, Çay, Flavonoidler ve Sağlık*. Ankara: Damla Matbaacılık.
- İmrak, B., Küden, A., & Küden, A., (2010). *Elma Yetiştiriciliği*. Adana: Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi.
- Kalafat, Y. (1999). *Doğu Anadolu'da Eski Türk İnançlarının İzleri*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- Karakuş, G. (2022). Sanat ve mitoloji bağlamında elma imgesi. *Akademik Sanat Dergisi*, 16, 32-47.
- Kılıç, D., & Çalıskan, O. (2023). Türkiye organik elma yetiştiriciliği üzerine değerlendirmeler. *Meyve Bilimi Dergisi*, 10(1), 138-145.
- 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.
- Küçükökmürler, S., & Karakuş, S.Ş. (2009). Elma, sağlık ve kültür. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 2(1),183-186.
- Mark, M., & Pearson, A.S. (2001). *The Hero and the Outlaw: Building Extraordinary Brands Through the Power of Archetypes*. New York: McGraw-Hill.
- Öğüt Eker, G. (2018). Farklı görme biçimiyle modern dünya ritüeli olarak yemek kültürü: sinanma/erginlenme ve intikam alma gizli işlevleri. *Millî Folklor*, 120(30), 170-183.
- Ölçer Özinel, E. (2013). Halk anlatılarında armağan-erginleme ilişkisi. *Gazi Türkiyat*, 12, 59-65.
- Ölmez, F. N. (2012). Meyve ve Türk sanatları bağlamında elma. *Art-E Sanat Dergisi*, 5 (10), 77-102.
- Önal Kılıç, S. (2025). Klasik Türk edebiyatı anlatı metinlerinde geleneksel bir eş seçme ritüeli: elma atma. *Millî Folklor*, 145 (19), 145-156.
- Öncül, K. (2011). *Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi Halk Hekimliği (Kars-İğdır)*. Kafkas Üniversitesi Türk Halkbilimi Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları: 2.
- Özbek S. (1978). *Özel Meyvecilik*. Adana: Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.
- Sağır, A. (2012). Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfacı. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 7(4), 2675-2695.
- Santich, B. (2007). The study of gastronomy: A catalyst cultural understanding. *The International Journal of the Humanities*, 5(6), 53-58.
- Şen, M. (2006). *Babur-nâme'de Meyveler, Meyve Kitabı*. İstanbul: Kitabevi.
- Şimşek, T. (2018). Türk masal anlatma geleneğinde elma ödülü. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(4), 2352-2368.
- Tıbbaş Apak, F. (2015). "Elma Ağacı" masalı üzerinde mitolojik bir çözümleme denemesi. *Studies of The Ottoman Domain*, 9(5), 53-67.

- Turizm Ajansı, (2025). Turizm Ödülü ‘Altın Elma’ Bu Yıl Tarsus’un. <https://www.turizmajansi.com>. Erişim Tarihi: 11.05.2025.
- Türk Dil Kurumu, (2025). Gastronomi. <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 07.03.2025.
- Türk Patent, (2025). *Elma*. <https://ci.turkpatent.gov.tr/>. Erişim Tarihi: 08.05.2025.
- TÜRSAB, (2022). Elma Yolu Bilgilendirme Gezisi Gerçekleşti. <https://www.tursab.org.tr/>. Erişim Tarihi: 11.05.2025.
- Uyaniker, N. (2022). Mevlid-i Fâtıma’da elma yiyerek hamile kalma motifi. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi (TUDED)*, 62(2), 709–727.
- Üstünova, K. (2011). Erzurum düğünlerinde ‘elma atma’ geleneği. *Millî Folklor*, 90 (23), 146-155.
- Wardlaw, G.M., Hampl, J.S., & Di Silvestro, R.A. (2004). *Perspectives in Nutrition*. Mc Graw Hill Companies US.
- Yaşar, İ., & Tekeler, M.C. (2023). Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: bir literatür incelemesi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 812- 826.
- Yeşil, Y. (2015). Türk halk hekimliğinde elma. 21. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 4(11), 201-212.
- Yılmaz, A., Uyanık, B., & Yaman, M. (2019). Küreselleşen gıda sembolizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 68(12), 1297-1308.
- Zahari, M.S.M., Jalis, M.H., Zulfify, M.I., Rodzi, S.M., & Othman, Z., (2009). Gastronomy: an opportunity for Malaysian culinary educators. *International Education Studies*, 2(2), 66-71.

MEVSİMSEL BESLENME VE GASTRONOMİ

Vildan TÜYSÜZ

Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

vildantuysuz@outlook.com, ORCID: 0000-0002-4674-5628

Serkan SEMİNT

Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,

serkansemint@kmu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6305-1898

1. GİRİŞ

Bireylerin beslenme durumu, yalnızca kişisel tercihlerine bağlı kalmayıp kültürel yapıları, eğitim düzeyleri, sağlık koşulları, yaşadıkları coğrafi bölge, mevsimsel değişimler ve sosyo-ekonomik faktörler gibi çeşitli unsurlardan etkilenmektedir (Mozaffarian vd., 2018; Sağlık Bakanlığı, 2010). Yeme-içme tutumu, bireyin gıda tüketimiyle ilgili sahip olduğu bilgi, duygu, düşünce ve davranışları kapsayan bir eğilim olarak tanımlanmaktadır. Motor, bilişsel, sosyal ve duygusal gelişimin temelini oluşturmasının yanı sıra, çevresel etkenler tarafından şekillendirilen karmaşık bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Arslan ve Aydemir, 2020). Bu bağlamda, bireylerin beslenme alışkanlıkları üzerinde çevresel faktörlerin etkisi büyüktür ve bu faktörler arasında mevsimsel değişiklikler önemli bir rol oynayabilmektedir (Denissen vd., 2008).

Mevsimsel değişimlerin bireylerin duygu durumları üzerinde önemli etkileri olduğu belirtilmektedir. Özellikle saldırganlık, sinirlilik, dikkatsizlik, halsizlik, çaresizlik ve mutsuzluk gibi belirtiler mevsimsel geçişlerle birlikte ortaya çıkabilmektedir (Özekinci ve Türker, 2019). Bu duygu durum değişiklikleri bireylerin yeme davranışlarını da etkileyebilmekte ve beslenme alışkanlıklarında farklılıklar meydana getirebilmektedir (Demirel vd., 2014). Duygusal iştah kavramı, bireyin aç olmamasına rağmen üzüntü, mutluluk veya yalnızlık gibi çeşitli psikolojik durumlar sebebiyle yemek tüketmesi olarak tanımlanmaktadır. Çeşitli araştırmalar, yeme davranışı ile duygusal durumlar arasında doğrudan bir ilişki olduğunu ve artan enerji alımının bu bağlamda önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Bello vd., 2014; Svaldi vd., 2014). Mevsimlere bağlı duygu durumlarında oluşan kendini kötü hissetme,

umutsuzluk, halsizlik vb. durumlarda karbonhidrattan zengin ve enerji içeriği yüksek besinleri tüketme isteğinin arttığı görülmektedir (Parker vd., 2006). Örneğin, kış aylarında duygu durumundaki olumsuz değişimlerin iştah artışına, aşırı gıda tüketimine ve karbonhidrat ağırlıklı besinlere yönelmeye neden olduğu, yaz aylarında ise bu tür değişimlerin daha çok sıvı ve elektrolit kayıplarıyla kendini gösterdiği ifade edilmektedir (Koçhan ve Arslan, 2021). Bu bölümde gastronomi açısından mevsimsel beslenme, mevsimsel beslenmenin avantajları, mevsimlere göre besinlerin tüketimi ve Türk mutfağında mevsimsel yiyeceklere ilişkin uygulamalardan bahsedilmiştir.

2. MEVSİMSSEL BESLENME

Yiyecekler yalnızca doğal yetiştirme veya üretim döngüleriyle değil, aynı zamanda belirli kültürel olaylarla ilişkilendirilebilmektedir. Yılın belirli zamanlarında tüketilen bazı gıdalar, geleneksel ya da kültürel ritüellerle bağlantılı olabilmektedir (Hirvonen vd., 2016). Tüketicilerin mevsimsel yiyecekleri daha fazla tercih etmelerini sağlamak adına bu yiyeceklerin algılanması, farkındalığı ve anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Mevsimsel yiyecekler, çoğunlukla yerel üretimle ilişkilendirilmekte olup, daha kaliteli gıdalar olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca bazı tüketiciler için yıllık kültürel etkinliklerin bir parçası olarak görülmektedir. Beslenme alışkanlıklarında önemli bir yere sahip olan yiyecekler, tüketiciler açısından duygusal bir değer taşıyabilmektedir. Yerel ve mevsimsel gıdalar, bazı bireyler tarafından idealize edilerek romantikleştirilmiş bir imaja sahip olarak algılansa da bu durum her zaman daha sürdürülebilir bir gıda sistemi anlamına gelmemektedir. Mevsimsel gıdaları yerel üretimden bağımsız olarak değerlendirmek güçtür ve tüketiciler, özellikle meyve ve sebzeleri, et, tahıl veya ekmek gibi temel besin gruplarına kıyasla daha fazla mevsimsel olarak sınıflandırmaktadır (Wilkins, 2002; Brooks vd., 2011). Yerel ve mevsimsel olarak üretilen meyve ve sebzeler, genellikle ithal veya mevsim dışında üretilen muadillerine kıyasla daha taze, lezzetli ve kaliteli olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, bu ürünlerin genellikle daha yüksek fiyatlı, daha az erişilebilir ve tedarik edilmesi daha fazla zaman gerektiren ürünler olarak algılandığı belirtilmektedir. Bu durum, mevsimsel gıdaların tüketimini sınırlayarak beslenme çeşitliliğini kısıtlayabilmektedir (Chambers vd., 2007).

Tarım sektöründe yoğun üretim tekniklerinin benimsenmesi, yeni tarım teknolojilerinin geliştirilmesi, doğal üretim süreçlerinin ve yetiştirme sezonlarının uzatılması ile uluslararası ticaretin artması sayesinde, yıl boyunca taze gıda ürünlerinin temin edilmesi mümkün hale gelmiştir. Küresel gıda pazarlarının genişlemesi, daha önce ulaşılması zor olan birçok gıda türünü erişilebilir kılmış ve gelişmiş ülkelerde oldukça çeşitli beslenme alışkanlıklarının oluşmasına katkıda bulunmuştur. Beslenme çeşitliliğinde bu artışın olumlu etkileri bulunsada küresel gıda talebinin yükselmesiyle birlikte artan enerji kullanımı, tarımsal üretim için daha fazla arazi tahsisi ve tarım uygulamalarının yaygınlaşması gibi çevresel maliyetler de söz konusu olmuştur. Bu süreç, biyolojik çeşitliliğin azalmasına ve ekosistem dengelerinin bozulmasına yol açmaktadır. Mevsimsel ürünlerin tüketilmesi, çevresel sürdürülebilirlik, sağlık, ekonomi ve sosyal yapılar açısından çeşitli avantajlar sunmasına rağmen bu faydaların kapsamlı bir şekilde değerlendirilebilmesi için tüm gıda sisteminin dikkate alınması gerekmektedir (DeClerck, 2013).

Mevsiminde ve yerelde yetişen meyve ve sebzeler, genellikle ithal veya mevsim dışında üretilen alternatif ürünlere kıyasla daha taze, lezzetli ve yüksek kaliteli olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte, bu ürünler çoğunlukla daha yüksek maliyetli, erişimi daha zor ve temin edilmesi daha fazla zaman gerektirmektedir. Ayrıca yalnızca mevsimsel gıdaların tüketilmesi beslenme çeşitliliğini kısıtlayabileceğinden, tüketicilerin bu ürünleri tercih etme olasılığını düşürebilmektedir. Yapılan araştırmalar, mevsimsel gıdalara yönelik algılanan bu kısıtların farklı sosyoekonomik gruplarda benzerlik gösterdiğini ortaya koymaktadır (Chambers vd., 2007). Mevsimsel beslenme, doğanın sunduğu gıdaları mevsimine uygun olarak tüketmeyi temel alan bir beslenme modelidir (Kuhnlein vd., 1996). Bu yaklaşım, insan sağlığını desteklemenin yanı sıra ekolojik sürdürülebilirliği teşvik etmektedir (DeClerck vd., 2011). Besinlerin en taze ve besin değerinin en yüksek olduğu dönemde tüketilmesi de sağlık açısından önemli avantajlar sunmaktadır (Slavin & Lloyd, 2012).

3. MEVSİMLERE GÖRE BESLENMENİN AVANTAJLARI

Mevsimlik ürünler, doğal yetiştirme döngülerine uygun olarak hasat edilen ve tüketilen gıdalardır. Mevsiminde tüketilen ürünler, en taze ve besin değeri en yüksek halleriyle tüketildiği için hem sağlık açısından daha faydalı

hem de tat ve kalite bakımından daha üstün olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca mevsimsel beslenme yalnızca bireysel sağlık yararları sağlamakla kalmaz aynı zamanda daha sürdürülebilir ve çevre dostu bir gıda sistemine katkıda bulunmaktadır (URL1, 2025). Doğa her mevsime özgü farklı besinler sunarak insan sağlığını destekleyen vitaminler, mineraller ve diğer biyoaktif bileşikler açısından zengin bir beslenme çeşitliliği sağlamaktadır. Mevsiminde üretilen gıdalar genellikle yerel olarak yetiştirildiğinden, lojistik ve taşımacılık süreçleri daha kısa olup karbon ayak izinin azalmasına yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra mevsiminde hasat edilen meyve ve sebzelerin daha bol miktarda bulunması, tüketiciler için daha ekonomik bir seçenek sunarak gıda maliyetlerini düşürebilmektedir (British Association for Nutrition and Lifestyle Medicine, 2025).

Gıda tüketim alışkanlıkları, zaman içinde sosyoekonomik gruplar ve coğrafi bölgeler arasında farklılık gösterebilmektedir. Bu farklılıkların tarımsal üretim koşulları, mevsimsel değişimler, ekolojik faktörler, kültürel unsurlar ve sosyoekonomik dinamikler gibi çeşitli etmenlerden kaynaklandığı belirtilebilir (Küçükerdönmez ve Rakıcıoğlu, 2018). Mevsimlerin insan vücudu üzerinde belirgin etkileri olduğu bilinmekte olup, fizyolojik ve psikolojik değişimler mevsim geçişleriyle birlikte ortaya çıkabilmektedir (Tokyürek, 2014). Genç yetişkinlerin bu değişimlere daha kolay uyum sağladığı ancak yaşlı bireylerin mevsimsel farklılıklara karşı daha duyarlı olduğu ve bu durumun onların çeşitli stres faktörlerine karşı daha savunmasız hale gelmesine neden olabileceği belirtilmektedir (Van Ooijen vd., 2004).

Mevsimlerin değişmesiyle birlikte bireylerin gıda tüketim alışkanlıklarında da farklılıklar meydana gelmektedir. Enerji ve besin alımları ile beslenmeye bağlı biyokimyasal parametrelerin kan düzeylerinde değişiklikler gözlemlenebilmektedir. Bunun yanı sıra, mevsimsel değişikliklerin tüm yaş gruplarında duygu durumlarını ve beslenme tercihlerini etkilediği ifade edilmektedir. Mevsiminde üretilen gıdaların, daha az katkı maddesi içermesi ve taze hasat edilmesi nedeniyle daha yüksek vitamin içeriğine ve daha iyi tat özelliklerine sahip olabileceği belirtilmektedir (Penckofer vd., 2010). Doğal yetiştirme koşullarına uygun olarak üretilen mevsimsel gıdalar, genellikle daha az pestisit ve kimyasal madde içermekte olup bu durum uzun vadede sağlık açısından olası risklerin azalmasına katkı sağlayabilmektedir (Carvalho, 2006). Mevsimsel beslenme, vücudun bağışıklık sistemini destekleyerek has-

talıklara karşı direncin artmasına yardımcı olmasının yanı sıra sindirim sisteminin düzenlenmesine ve genel sağlık durumunun iyileştirilmesine de olumlu etki edebilmektedir (Cunningham-Rundles vd., 2005). Bu doğrultuda mevsimlere göre beslenmenin avantajları alt başlıklarda yer verilerek açıklanmaktadır.

3.1. Besin Değeri

Meyve ve sebzeler, beslenme açısından önemli bileşenler içermesinin yanı sıra su, lif, protein (özellikle baklagillerde), belirli yağlar (örneğin zeytin, avokado ve fındık), mineraller ve sindirilebilir karbonhidratlar gibi besin öğelerini barındırmaktadır. Nişasta içeriği yüksek olan patates, manyok, mısır ve muz gibi temel gıdalar, özellikle gelişmekte olan ülkelerde önemli bir enerji kaynağı olarak tüketilmektedir. Ayrıca meyve ve sebzeler diyetle alınan C vitamininin temel kaynağı olup provitamin A ve B6 vitamini açısından da önemli besin grupları arasında yer almaktadır (Vicente vd., 2022). Mevsimler, sıcaklık ve yağış miktarındaki değişikliklerle karakterize edilmekte olup, bu değişimler tarımsal üretim üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Bu nedenle gıda arzı mevsimlere bağlı olarak farklılık gösterebilmekte ve bireylerin besin tercihlerini etkileyebilmektedir. Aynı gıdanın besin içeriği bile mevsime göre değişiklik gösterebilmekte, bu durum özellikle vitamin ve antioksidan bileşenlerin seviyelerinde farklılıklara neden olabilmektedir (Adachi vd., 2025). Örneğin mevsiminde hasat edilen ıspanağın C vitamini içeriğinin daha yüksek olduğu ve antioksidan kapasitesinin arttığı belirtilmektedir (Slavin ve Lloyd, 2012).

3.2. Lezzet ve Tazelik

Mevsim dışı üretimin yaygınlaşmasında endüstriyel faktörlerin yanı sıra tüketici talepleri önemli bir rol oynamaktadır. Geçmişte bireylerin beslenme alışkanlıkları yerel üretime bağlıyken günümüzde tüketici talepleri gıda endüstrisinin üretim dinamiklerini şekillendirmektedir. Özellikle yıl boyunca belirli gıda ürünlerine erişimin devamlı hale gelmesi, tüketicilerin bu duruma alışmasını ve süreklilik beklentisini artırmaktadır. Bu talep mevsim dışı üretimin yaygınlaşmasını, endüstriyelleşmenin artmasını ve büyük ölçekli tarımsal üretimin teşvik edilmesini destekleyerek küresel gıda güvenliği üzerinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Bununla birlikte yerel gıdaların

sunduğu çeşitlilik, özgün tatlar, dokular ve geleneksel beslenme alışkanlıkları da bu süreçten olumsuz etkilenmektedir (Boon ve Schifferstein, 2022). Ev bahçelerinde yetiştirilen meyve ve sebzeler belirli dönemlerde en yüksek besin değerine ulaşmaktadır. Ürünlerin olgunlaşma dönemlerinde hasat edilmesi ve tüketilmesi sayesinde tat, renk, doku ve besin içeriği açısından en yüksek fayda sağlanmaktadır (Krug, 2015). Taze sebze ve meyveler; demir ve kalsiyum gibi minerallerin yanı sıra C vitamini, folik asit, B kompleks vitaminleri ve karotenoidler gibi mikro besinler açısından zengin kaynaklardır. Ayrıca kompleks karbonhidratlar ve lif içeriği sayesinde makro besin öğeleri bakımından da önemli bir beslenme kaynağı olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanı sıra taze sebze ve meyveler yüksek oranda demir, kalsiyum, C vitamini, folik asit, karotenoidler ve çeşitli fitokimyasallar içermektedir (FAO, 2025).

3.3. Ekonomiklik

Mevsimsel sebze ve meyveler, üretim süreçlerinde daha az dış müdahaleye ihtiyaç duyduklarından genellikle daha uygun fiyatlıdır. Örneğin sera kullanımı veya uzun mesafeli taşıma gibi ek maliyet gerektiren faktörler, mevsim dışı ürünlerde fiyatların artmasına neden olmaktadır (Regmi ve Meade, 2013). Ayrıca yerel üretimin zirve yaptığı dönemlerde arzın artması, piyasa koşulları gereği fiyatların düşmesine yol açmaktadır (Dimitri, 2002). Bunun yanı sıra mevsiminde yetiştirilen ürünler daha az kimyasal gübre ve koruyucu gerektirdiğinden hem maliyet hem de çevresel etki açısından daha sürdürülebilir bir seçenek sunmaktadır (Reisch vd., 2013).

3.4. Çevresel Etki

Küresel gıda sisteminin çevresel etkileri özellikle iklim değişikliği bağlamında giderek daha fazla tartışılan bir konu haline gelmiştir. Günümüzde meyve ve sebzelerin bulunabilirliği ve bunlara erişim önemli ölçüde artmış olup bu durum bireylerin daha sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirmesine ve gıdaya yönelik bakış açısının genişlemesine katkı sağlamaktadır (Elmadfa ve Weichselbaum, 2005). Bununla birlikte taze meyve ve sebzelerin yıl boyunca sürekli olarak bulunabilir olması, uzun mesafeli taşımacılığı veya seralarda kontrollü iklim koşulları altında üretimi gerektirerek yüksek enerji tüketimine yol açmaktadır (Karlsson, 2012). Mevsiminde üretilen ve tüketilen

gıdaların en önemli avantajlarından biri üretim sürecinde yapay ısıtma, aydınlatma veya diğer enerji yoğun uygulamalara duyulan ihtiyacı azaltmasıdır. Bu durum tarımsal üretimin neden olduğu karbon ayak izini düşürerek iklim değişikliğiyle mücadelede önemli bir katkı sağlayabilir (Macdiarmid, 2014).

4. MEVSİMİNEGÖRE BESİNLER

Mevsimsel beslenme, doğanın sunduğu besinleri belirli dönemlerde tüketmeyi teşvik ederek hem bireysel sağlık hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli faydalar sağlamaktadır. Örneğin kış mevsiminde bağışıklık sistemini destekleyen C vitamini yönünden zengin portakal, mandalina ve greyfurt gibi meyvelerin tüketimi önerilmektedir (Rabiee vd., 2024). Yaz aylarında ise yüksek su içeriğine sahip karpuz, salatalık ve domates gibi besinler vücudun sıvı dengesini koruyarak hidrasyonu desteklemektedir (Akhtar vd., 2020). İlkbaharda yeşil yapraklı sebzeler, detoks etkisi göstererek vücudun arınmasına katkıda bulunurken (L'Esperance, 2002) sonbaharda balkabağı ve tatlı patates gibi beta-karoten içeriği yüksek besinler bağışıklık sisteminin güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Burri, 2011). Mevsiminde gıda tüketimi, bireylerin besinleri en yüksek besleyici değerlerine sahip oldukları dönemde tüketmelerini sağlarken aynı zamanda doğal döngüye uyum sağlamayı teşvik etmektedir (Macdiarmid, 2014). Aşağıda mevsimlere göre tercih edilmesi gereken besinler gösterilmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Mevsimlere göre tüketilmesi gereken besinler

Mevsim ve Ay		Sebze ve Meyveler	Et ve Balıklar
İlkbahar	Mart	Ispanak, Brokoli, Pırasa, Havuç, Şalgam	Dana eti, tavuk, kuzu eti, yengeç, mezgıt, ısıtako, uskumru, karides, levrek, somon, alabalık, kalkan
	Nisan	Erik, Enginar, Kuşkonmaz, Taze Bakla	
	Mayıs	Sarımsak, Kiraz, Erik, Çilek, Enginar, Soğan, Kuşkonmaz, Taze Bakla	
Yaz	Haziran	Vişne, Sarımsak, Taze Patates, Domates, Kiraz, Kayısı, Çilek, Taze Fasulye, Soğan, Bezelye	Sığır eti, tavuk, jambon, domuz eti, tuz bataklığı kuzu eti, geyik eti, yengeç, sardalya, yabani somon
	Temmuz	Vişne, Patlıcan, Sarımsak, Taze Patates, Çağla, Domates, Armut, Pazi, Dut, Kayısı, Salatalık, Böğürtlen, Taze Fasulye, Soğan, Şeftali, İncir	

	Ağustos	Patlıcan, Sarımsak, Taze Patates, Mısır, Domates, Kabak, Dut, Pazı, Kayısı, Kavun, Karpuz, Taze Fasulye, Soğan, Taze Börülce, Bamyas	
Sonbahar	Eylül	Patlıcan, Elma, Taze Patates, Mısır, Domates, Armut, Limon, Semizotu, Nar, Üzüm, Soğan, Kereviz, Yeşil Biber	Tavuk, keklik, kuzu, jambon, domuz, geyik eti, dil balığı, pisi balığı, ıstırıdye, vatoz.
	Ekim	Elma, Taze Patates, Muz, Kabak, Pırasa, Limon, Mandalina, Nar, Ayva, Trabzon Hurması, Kereviz	
	Kasım	Karnabahar, Kereviz, Trabzon Hurması, Balkabağı, Nar, Mandalina, Limon, Turp, Portakal, Ispanak, Muz	
Kış	Aralık	Karnabahar, Balkabağı, Mandalina, Limon, Lahana, Portakal, Ispanak	Kaz, Keklik, Tavuk, Hindi, Sülün, Geyik, Y. Ördeği, Midye, D. Tarrağı, Kefal
	Ocak	Pazı, Havuç, Limon, Brüksel Lahanası, Portakal, Ispanak	
	Şubat	Pazı, Havuç, Brüksel Lahanası, Ispanak	

Kaynak: Uşak Üniversitesi Beslenme Şube Müdürlüğü, 2023; The British Dietetic Association, 2025.

Kış aylarında, besin değeri açısından zengin olan ve soğuk hava koşullarına dayanıklı sebzeler tercih edilmektedir. Bu dönemde özellikle toprak altında yetişen havuç, kereviz, pancar, turp ve pırasa gibi kök sebzeler ile toprak üstünde yetişen lahana, karnabahar, ıspanak ve brokoli gibi sebzelerin tüketilmesi önerilmektedir. İlkbahar mevsimiyle birlikte havaların ısınması, sebze ve meyve çeşitliliğinde artış sağlamaktadır. Bu dönemde pazarlarda ilk olarak yenedünya, çilek ve can eriği gibi meyveler görülmektedir. Sarımsak, taze soğan ve çeşitli yeşil yapraklı sebzeler de mevsime özgü ürünler arasında yer almaktadır. Yaz aylarında ise sıcak havalara uygun olarak biber, salatalık ve domates gibi sebzelerin yanı sıra su içeriği yüksek olan kavun ve karpuz gibi meyveler yaygın olarak tüketilmektedir (Vaclavik vd., 2008; Yıldız, 2018; Öney vd., 2012).

4.1. İlkbahar Mevsiminde Beslenme

İlkbahar, doğanın yeniden canlandığı ve vücudun kış boyunca biriken toksinlerden arınmaya ihtiyaç duyduğu bir dönemdir. Bu mevsimde özellikle yeşil yapraklı sebzeler, filizlenmiş baklagiller ve taze otlar gibi besinler öne çıkmaktadır (Renfrew & Sanderson, 2012). Genellikle taze otlar, yeşillikler ve hafif yemekler ilkbaharda tercih edilmelidir. Örneğin ıspanak, roka,

tere ve kuzu kulağı gibi yeşil yapraklı sebzeler, yüksek klorofil içeriği sayesinde karaciğerin detoksifikasyon süreçlerini desteklemektedir. Ayrıca enginar ve kuşkonmaz gibi lif açısından zengin sebzeler sindirim sistemini düzenleyerek bağırsak sağlığını iyileştirmektedir (La Peña, vd., 2020). İlkbahar beslenmesinde fermente gıdalar da önemli bir yer tutmaktadır (Swain vd., 2014). Kefir, yoğurt ve lahana turşusu gibi probiyotik içeriği yüksek gıdalar, kış aylarında zayıflayan bağırsak mikrobiyotasını yeniden dengelemeye yardımcı olmaktadır (Marco vd., 2017). Bunun yanı sıra çilek, erik ve yeşil elma gibi mevsim meyveleri, antioksidan bakımından zengin olup bağışıklık sistemini güçlendirmeye katkıda bulunmaktadır. Dolayısıyla ilkbaharda tüketilen besinler vücudu yenileyerek hem enerji seviyesini artırmakta hem de genel sağlığı desteklemektedir (Majdan & Bobrowska-Korczak, 2022).

4.2. Yaz Mevsiminde Beslenme

Yaz mevsiminde vücudun artan sıvı ihtiyacını karşılamak ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için mevsiminde yetişen taze sebze ve meyvelerin tüketimi büyük önem taşımaktadır (Rose vd., 2001). Özellikle karpuz ve salatalık gibi su oranı yüksek besinler, sıcak havalarda hidrasyonu desteklemektedir (Kumar ve Reddy, 2021). Domates, likopen içeriğiyle kalp sağlığını korurken semizotu, omega-3 yağ asitleri ve antioksidanlar açısından zengin olup bağışıklığı desteklemektedir (D'Imperio vd., 2022). Kabak ve patlıcan gibi lifli sebzeler sindirimi düzenlerken çilek ve şeftali gibi meyveler vitamin ve mineral açısından zengin olup, cilt sağlığını desteklemektedir (Rana vd., 2019). Ayrıca mevsiminde tüketilen bu besinler doğal lezzetleri ve yüksek besin değerleriyle sağlıklı bir yaz beslenmesi sağlamaktadır (Stroebele ve De Castro, 2004). Baharatlı ve ağır yiyeceklerden kaçınarak vücudun sıcak havalarda daha rahat çalışmasını sağlanabilir (Lad, 2012).

4.3. Sonbahar Mevsiminde Beslenme

Sonbahar mevsiminde, vücudun enerji ihtiyacını karşılamak ve bağışıklık sistemini güçlendirmek için kök sebzeler, tam tahıllar ve yoğun lezzetli besinlerin tüketimi önemlidir (London, 2010). Kabak, havuç, pancar ve patates gibi kök sebzeler, lif ve vitamin açısından zengin olup sindirimi desteklemekte ve tokluk hissi sağlamaktadır (Butnariu ve Butu, 2015). Özellikle kabak, A vitamini ve magnezyum içeriğiyle kalp sağlığını desteklemektedir

(Aziz vd., 2023). Tam tahıllar arasında yer alan kahverengi pirinç, kinoa ve tam buğdaylı makarna, kompleks karbonhidratlar ve lif sağlayarak enerji seviyesini dengelemekte ve sindirim sistemini desteklemektedir (Boukid vd., 2018). Ayrıca Brüksel lahanası, lahana ve brokoli gibi yoğun lezzetli sebzeler, C ve K vitaminleri bakımından zengin olup bağışıklık sistemini güçlendirmekte ve vücuttaki iltihaplanmayı azaltmaktadır (Russell, 2014).

4.4. Kış Mevsiminde Beslenme

Kış mevsiminde soğuk havaların etkisiyle bağışıklık sistemini güçlendirmek ve vücut direncini artırmak için mevsiminde yetişen taze sebze ve meyvelerin tüketimi büyük önem taşımaktadır (Shao vd., 2021). Özellikle portakal, mandalina ve greyfurt gibi turuncgiller yüksek C vitamini içerikleriyle soğuk algınlığına karşı koruma sağlamaktadır (Miles ve Calder, 2021). Ayrıca nar ve kivi gibi meyveler de antioksidan bakımından zengin olup vücudu hastalıklara karşı desteklemektedir. (Latocha, 2017). Sebzeler arasında ise brokoli, karnabahar ve ıspanak gibi koyu yeşil yapraklılar vitamin ve mineral açısından zengin besinlerdir ve bağışıklık sistemini güçlendirmektedir (Rana vd., 2019). Havuç ve pancar gibi kök sebzeler ise A vitamini ve lif içeriğiyle sindirimi desteklemekte ve genel sağlığa katkıda bulunmaktadır (Knez vd., 2022; Petropoulos vd., 2019). Bu sebeple kış mevsiminde, bağışıklık sistemini güçlendirmek ve vücut direncini artırmak için mevsiminde yetişen taze sebze ve meyvelerin tüketimi önemlidir (Miles ve Calder, 2021). Özellikle soğan ve sarımsak doğal antibiyotik özellikleriyle enfeksiyonlara karşı koruma sağlamaktadır (Oyawoye vd., 2022). Mantar gibi D vitamini içeren besinler ise kış aylarında azalan güneş ışığı nedeniyle düşen D vitamini seviyelerini dengelemeye yardımcı olmaktadır (Borecka vd., 2021).

5. TÜRK MUTFAĞINDA MEVSİMSSEL YİYECEKLER

Mevsimsel olarak üretilen veya doğadan toplanan gastronomik ürünler, toplumların yiyecek ve içecek kültürlerinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Bu ürünlerin yalnızca belirli dönemlerde bulunabilir olması, onları gastronomik kültür açısından değerli kılmaktadır. Günümüzde sağlıklı beslenmeye yönelik artan ilgiyle birlikte doğadan toplanan yiyecekler özellikle doğal, organik ve kimyasal madde içermemeleri nedeniyle büyük ilgi görmektedir. Ayrıca mevsimsel olarak toplanan bu yiyecekler ekonomik açıdan

da ev bütçesine katkı sağlaması nedeniyle tercih edilmektedir (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2022).

5.1. Kışlık Konserveler

Anadolu’da kış dönemi, halk takvimi ve meteoroloji bağlamında ele alındığında insanın doğayla kurduğu ilişkinin kültürel birikime dönüşmesi ve yerel farklılıkların gelenek ve göreneklerle şekillenmesi sürecidir. Bu süreçte yapılan hazırlıklar, halkın kültürel belleğinin bir parçası hâline gelmiş ve çeşitli uygulamaların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu uygulamalardan biri de halk mutfağında önemli bir yer tutan kışa yönelik yiyecek hazırlıklarıdır. Anadolu’nun iklim koşulları, halk takvimine bağlı olarak yürütülen kış hazırlıklarına yön vermiş, bölgesel farklılıklara rağmen belirli ortak gelenekler de şekillenmiştir. Bu ortak gelenekler Türk kültür tarihinin köklü geçmişiyle bağlantılıdır ve yemek kültürü ile uygarlık tarihi arasında güçlü bir ilişki kurmaktadır (Ortakçı, 2023). Kış aylarında tüketilen gıdaların katkısız ve doğal olması, sağlıklı beslenmeyi desteklemenin yanı sıra ekonomik bir çözüm olarak da değerlendirilmektedir. Ayrıca kışa yönelik hazırlıklar imece usulüyle gerçekleştirilmekte ve bu süreç komşular arasında dayanışmayı güçlendiren bir işlev görmektedir. Geleneksel besin saklama yöntemleri, tek tip beslenmeyi önleyerek mevsimsel gıda kıtlıklarının etkisini azaltmaktadır (Gül ve Arı, 2024). Yöresel yiyecekler genellikle yaz sonunda ve sonbahar başında hazırlanarak kış aylarında tüketilmek üzere muhafaza edilmektedir. Bu süreçte hazırlıkların büyük ölçüde kadınlar tarafından yürütüldüğü gözlemlenmiştir (Yolcu, 2018).

5.2. Yaz Turşuları

Fermantasyon, gıdaların korunmasına yönelik en eski yöntemlerden biridir ve çiğ gıdaların mikrobiyal metabolizma aracılığıyla daha karmaşık hale getirilmesini sağlayan biyoteknolojik bir süreçtir (El Sheikha, 2022). Bu işlem bozulmaya yol açan mikroorganizmaların çoğalmasını engelleyerek gıdaların güvenliğini artırmayı ve raf ömrünü uzatmayı amaçlamaktadır (Ross, Morgan ve Hill, 2002). Turşu, genellikle meyve ve sebzelerin tuz ve baharat karışımında işlenerek besin değerlerinin korunduğu ve uzun süre saklanabildiği bir muhafaza yöntemi olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik açıdan de-

ğerlendirildiğinde bu yöntem, hasat dönemleri ile mevsim dışı dönemler arasındaki fiyat dalgalanmalarını dengelemekte ve meyve-sebze kayıplarını azaltarak gıda israfını önlemektedir (Sultana, Iqbal ve Islam, 2014). Salatalık, patlıcan, yeşil biber ve börülce gibi sebzeler, tuz, soya sosu, sirke, şeker ve çeşitli baharatlarla fermente edilerek farklı tat profillerine sahip turşular elde edilmektedir. Kullanılan malzemeler ve uygulanan yöntemlere bağlı olarak tatlı ve ekşi sarımsak turşusu, salatalık turşusu gibi farklı çeşitler üretilmektedir. Turşuların kendine özgü aroması yalnızca kullanılan sebzelerden değil, aynı zamanda fermentasyon sürecinde meydana gelen kimyasal ve mikrobiyal değişimlerden kaynaklanmaktadır (An vd., 2021).

5.3. Otlar ve Baharat

Otlar, birçok kültürde geleneksel olarak kullanılan ve genetik mirasın bir parçası olan bitkilerdir ve günümüzde besin çeşitliliğine dayalı sağlıklı beslenme açısından giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Kocadağ vd., 2021). Yenilebilir otlar doğal ortamlarında kendiliğinden yetişen, yeterli olgunluğa ulaşmış ve uygun koşullarda toplanarak mutfakta kullanılabilen yabani bitkileri ifade etmektedir. Bu tür bitkiler literatürde yenilebilir yabani bitki, yabancı ot veya yabancı bitki gibi farklı terimlerle de tanımlanmaktadır. Genel bir tanım yapmak gerekirse yenilebilir otlar, insan sağlığı açısından herhangi bir risk oluşturmeyen ve doğada doğal olarak yetişen bitkilerdir (Şimşek vd., 2020). Farklı coğrafyalarda yetişen yenilebilir otlar tıbbi ve aromatik bitki özelliği taşımakta olup her ülkenin mutfak kültürüne özgü olarak çeşitli şekillerde tüketilmektedir (Oğan ve Cömert, 2022). Günümüzde bireylerin sağlıklı beslenmeye yönelik farkındalıklarının artması, ağır yiyeceklerden kaçınarak doğal gıdalara yönelmeleri, otlar ve ot yemeklerine olan ilgiyi de artırmaktadır (Kök vd., 2020). Bu otlar belirli mevsimlerde yöre halkı tarafından toplanmakta, besin kaynağı olarak tüketilmekte ve pazar yerlerinde satılarak ekonomik bir değer oluşturmaktadır (Çetinkaya ve Yıldız, 2018). Yenilebilir yabani otların tüketiminin yaygınlaştırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması, kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması ve yöresel gastronomi turizmine katkı sunulması açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca farklı bölgelerde farklı isimlerle anılan bu otların pişirme yöntemleri ve sunum biçimleri, yöresel özelliklere göre değişiklik göstermektedir (Erdal,

2024). Yemeklerde genellikle kurutulmuş formda tercih edilen baharatlar; besinlerin kalitesini korumak, besin ögesi kayıplarını önlemek, görüntü ve renk açısından daha cazip hale getirmek, tat ve aroma yönünden daha hoş bir deneyim sunmak amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca baharatlar, tıbbi ve kozmetik alanlarda da önemli bir rol oynamaktadır (Fırat vd., 2018).

5.4. Diğer Ürünler

Toplumların yaşam biçimleri, geçmişten günümüze çeşitli etkenler doğrultusunda sürekli bir değişim göstermektedir. Sanayileşme, küreselleşme, teknolojik gelişmeler, yaşam standartlarındaki dönüşüm ve bireylerin daha konforlu yaşam arayışları bu değişimin temel nedenleri arasında yer almaktadır. İnsanlığın beslenme süreci, doğada mevcut olan kaynakların keşfedilip tüketilmesiyle başlamıştır. Zamanla toplayıcılıktan avcılığa, ardından tarımsal üretimle yerleşik hayata geçişle birlikte beslenme alışkanlıkları ve tüketilen gıdalarda önemli dönüşümler yaşanmıştır. Yerleşik yaşama geçilmesiyle birlikte belirli dönemlerde bulunamayan gıdaların farklı mevsimlerde de tüketilebilmesine yönelik çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Mevsimsel farklılıklar gıdaların korunması ve muhafaza edilmesine yönelik tekniklerin gelişimini zorunlu kılmıştır (Ay, 2022). Fermente yiyecek ve içecekler, dünya genelinde farklı kültürel kökenlere ve etnik gruplara mensup milyarlarca birey tarafından hazırlanmakta ve yaygın biçimde tüketilmektedir. Günlük kişi başına düşen ortalama 50-400 gramlık toplam besin alımının yaklaşık %5 ila %40'ını fermente gıdalar ve alkollü içecekler oluşturmaktadır. Küresel ölçekte yaygın şekilde tüketilen fermente ürünler arasında; fermente sebzeler, soya ve diğer baklagillerden elde edilen fermente ürünler, fermente tahıl bazlı gıdalar, süt ürünleri, balık ve et ürünleri yer almaktadır (Karaçıl ve Tek, 2013).

6. SONUÇ

Bireyler genellikle yılın farklı dönemlerinde belirli yiyeceklerin daha uygun olduğunu ifade etmekte ve bu durum yiyecek tüketim alışkanlıklarının mevsimsel değişiklikler gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle belirgin mevsimsel iklim değişikliklerinin yaşandığı ülkelerde, yiyeceklerin koku algısı ve aşinalık düzeylerine ilişkin değerlendirmelerde değişiklikler gözlem-

lenmiştir (Spence, 2021). Geçmişte gıda tüketimindeki bu değişiklikler öncelikle belirli yiyeceklerin mevsimsel bulunabilirliği ile ilişkilendirilmektedir (Brug vd., 1995). Bu bağlamda hasat zamanlaması, geleneksel olarak birçok gıda türünün erişilebilirliğini belirleyen temel faktörlerden biri olarak kabul edilmiştir (Westerterp-Platenga, 1999). Ancak günümüzde birçok Batılı pazarda gıdaların büyük bir kısmı yıl boyunca bulunabilir hâle gelmiştir. Bu durum günümüzde gözlemlenen mevsimsel tüketim değişikliklerinin büyük ölçüde kültürel ve ritüel alışkanlıklar, iklimsel ve fizyolojik faktörler ya da psikolojik etkenlerle açıklanabileceğini göstermektedir (Valpiani vd., 2015). Tüm bu ifadelerden yola çıkarak mevsimsel beslenme doğanın sunduğu döngülerle uyum içinde yaşamının en temel yollarından biri olarak tanımlanabilir. Mevsimlere uygun gıdalar tüketmek sadece bireysel sağlık açısından değil, aynı zamanda ekosistem dengesi, sürdürülebilir tarım uygulamaları ve yerel ekonomilerin desteklenmesi bakımından da büyük önem taşımaktadır. Doğru zamanda doğru besinleri tercih etmek, vücudun ihtiyaç duyduğu vitamin ve mineralleri en doğal ve besleyici halleriyle almasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra mevsiminde yetişen ürünler daha az işleme tabi tutulduğundan tat, aroma ve besin değeri açısından daha zengindir. Aynı zamanda gıda israfının önüne geçilmesine ve karbon ayak izinin azaltılmasına da katkı sağlamaktadır. Geleneksel mutfak kültürleri yüzyıllardır mevsimsel beslenmeye dayalı bir anlayışı benimsemiş ve doğanın sunduklarını en verimli şekilde değerlendirmiştir. Unutulmamalıdır ki doğanın sunduğu her mevsim, kendine özgü bir beslenme düzeni sunmaktadır. Bu düzenle uyum içinde yaşamak, sağlıklı ve sürdürülebilir bir yaşamın anahtarlarından biridir.

KAYNAKÇA

- Adachi, R., Oono, F., Matsumoto, M., Yuan, X., Murakami, K., Sasaki, S. & Takimoto, H. (2025). Seasonal variation in the intake of food groups and nutrients in Japan: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Epidemiology*, 35(2), 53-62.
- Akhtar, P., Ahmad, I., Jameela, A., Ashfaq, M., & Begum, Z. (2020). Energizing effectiveness of cucumber (khayrain) for health. A Review Article. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 7(11), 906-917.
- An, F., Sun, H., Wu, J., Zhao, C., Li, T., Huang, H., & Wu, R. (2021). Investigating the Core microbiota and its influencing factors in traditional Chinese pickles. *Food Research International*, 147, 110543.
- Arslan, M., & Aydemir, İ. (2020). The relationship between religious perceptions and nutrition; The case of Istanbul center. *Bati Karadeniz Tıp Dergisi*, 4(2), 91-99.

- Ay, S. (2022). Geçmişin nesnelerinin günümüz ve gelecek için tasarlanması: Gıda saklama yöntemlerinin etnografya ve endüstriyel tasarım bağlamında incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Aziz, A., Noreen, S., Khalid, W., Ejaz, A., Faiz ul Rasool, I., Maham & Uddin, J. (2023). Pumpkin and pumpkin byproducts: phytochemical constituents, food application and health benefits. *ACS Omega*, 8(26), 23346-23357.
- Bello, N.T., Walters, A.L., Verpeut, J.L., & Caverly, J. (2014). Dietary-induced binge eating increases prefrontal cortex neural activation to restraint stress and increases binge food consumption following chronic guanfacine. *Pharmacology Biochemistry and Behavior*, 125, 21-28.
- Boon, B., & Schifferstein, H. N. (2022). Seasonality as a consideration, inspiration and aspiration in food design. *International Journal of Food Design*, 7(1), 79-100.
- Borecka, O., Farrar, M.D., Osman, J.E., Rhodes, L.E. & Webb, A.R. (2021). Older adults who spend more time outdoors in summer and have higher dietary vitamin d than younger adults can present at least as high vitamin d status: A pilot study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7), 3364.
- Boukid, F., Folloni, S., Sforza, S., Vittadini, E., & Prandi, B. (2018). Current trends in ancient grains-based foodstuffs: Insights into nutritional aspects and technological applications. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 17(1), 123-136.
- British Association For Nutrition & Lifestyle Medicine (2025). https://bant.org.uk/wp-content/uploads/2022/02/BANT_FFYH_SEASONAL-INGREDIENTS.pdf Erişim Tarihi: 19.02.2025.
- Brooks, M., Foster, C., Holmes, M. & Wiltshire, J. (2011). Does consuming seasonal foods benefit the environment? Insights from recent research. *Nutrition Bulletin*, 36(4), 449-453.
- Brug, J., Debie, S., van Assema, P., & Weijts, W. (1995). Psychosocial determinants of fruit and vegetable consumption among adults: Results of focus group interviews. *Food Quality and Preference*, 6(2), 99-107.
- Burri, B.J. (2011). Evaluating Sweet potato as an intervention food to prevent vitamin a deficiency. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 10(2), 118-130.
- Butnariu, M., & Butu, A. (2015). chemical composition of vegetables and their products. *Handbook of Food Chemistry*, 627-692.
- Carvalho, F.P. (2006). Agriculture, pesticides, food security and food safety. *Environmental Science & Policy*, 9(7-8), 685-692.
- Chambers, S., Lobb, A., Butler, L., Harvey, K., & Traill, W.B. (2007). Local, national and imported foods: A qualitative study. *Appetite*, 49(1), 208-213.
- Cunningham-Rundles, S., McNeeley, D.F., & Moon, A. (2005). Mechanisms of nutrient modulation of the immune response. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 115(6), 1119-1128.
- Çavuşoğlu, M., & Çavuşoğlu, O. (2022). *Geleneksel Kıbrıs Gastronomi Kültüründe Sokakta Satılan Mevsimsel Yiyecekler Üzerine Bir Araştırma*. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Çetinkaya, N. & Yıldız, S. (2018). Erzurum'un yenilebilir otları ve yemeklerde kullanım şekillerine yönelik bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 482-503.
- DeClerck, F. (2013). Harnessing Biodiversity: From Diets to Landscapes. (Eds. Fanzo, J., Hunter, D., Borelli, T. & Mattei, F.) *Diversifying Food and Diets* (17-34). Routledge.
- DeClerck, F.A., Fanzo, J., Palm, C., & Remans, R. (2011). Ecological approaches to human nutrition. *Food and Nutrition Bulletin*, 32(1_suppl1), 41-50.

- Demirel, B., Yavuz, F.K., Karadere, M.E., Şafak, Y., & Türkçapar, M.H. (2014). Duygusal iştah anketinin Türkçe geçerlik ve güvenilirliği, beden kitle indeksi ve duygusal şemalarla ilişkisi. *Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi*, 3, 171-181.
- Denissen, J.J., Butalid, L., Penke, L. & Van Aken, M.A. (2008). The effects of weather on daily mood: A multilevel approach. *Emotion*, 8(5), 662-667.
- D'Imperio, M., Durante, M., Gonnella, M., Renna, M., Montesano, F.F., Parente, A. & Serio, F. (2022). Enhancing the Nutritional value of portulaca oleracea l. by using soilless agronomic biofortification with zinc. *Food Research International*, 155, 111057.
- Dimitri, C. (2002). *Recent Growth Patterns in the US Organic Foods Market* (No. 777). US Department of Agriculture, Economic Research Service.
- El Sheikha, A. F. (2022). Why fermented foods are the promising food trends in the future?. *Current Research in Nutrition and Food Science Journal*, 10(3), 827-829.
- Elmadfa, I., & Weichselbaum, E. (2005). *European Nutrition and Health Report 2009* (Ed. Elmadfa, I.). Karger Medical and Scientific Publishers.
- Erdal, L. (2024). Yenilebilir otlar ve mutfakta kullanım şekilleri: Sinop örneği. *Yönetim, Turizm ve Uzgörü Dergisi*, 1(1), 13-23.
- FAO, (2025). *Carbohydrate Food Intake and Energy Balance*. <https://www.fao.org/4/W8079E/w8079e0m.htm#TopOfPage> (Erişim Tarihi: 19.02.2025).
- Fırat, Y. Y., Tunçil, E., Çelebi, N., Çevik, S., & Öner, N. (2018). Kadınların baharat kullanımına yönelik alışkanlıkları, inanışları ve bilgi düzeyleri. *ERÜ Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(1-2), 24-35.
- Gül, İ. & Arı, B. (2024). Hatay-İskenderun bölgesinde kış hazırlıkları. *BELLEK Uluslararası Tarih ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 95-110.
- Hirvonen, K., Taffesse, A. S., & Hassen, I.W. (2016). Seasonality and household diets in Ethiopia. *Public Health Nutrition*, 19(10), 1723-1730.
- Karaçıl, M. Ş., & Tek, N. A. (2013). Dünyada üretilen fermente ürünler: Tarihsel süreç ve sağlık ile ilişkileri. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(2), 163-174.
- Karlsson, H. (2012). *Seasonal Vegetables; An Environmental Assessment of Seasonal Food* (Master's thesis), Norwegian University of Life Sciences.
- Knez, E., Kadac-Czapska, K., Dmochowska-Ślęzak, K. & Grembecka, M. (2022). Root vegetables-composition, health effects, and contaminants. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23), 15531.
- Kocadağ, S., Çelikay, N., Kelat, Z., Aykul, F., Yardım, N., Karahan, S., & Pekcan, A. G. (2021). Türkiye'de yenilebilir ot tüketim durumu. *Sağlık ve Toplum*, 31(2), 195-203.
- Koçhan, N. Z., & Arslan, M. (2021). Mevsimsel değişimin duygusal iştah ve yeme tutumu üzerine ilişkisinin incelenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir çalışma. *Batı Karadeniz Tıp Dergisi*, 5(2), 210-217.
- Kök, A., Kurnaz, A., Kurnaz, H.A. & Karahan, S. (2020). ege otlarının yöresel mutfaklarda kullanımı. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 3(2), 152-168.
- Krug, D. (2015). *Simple, Seasonal Meals*. Kansas State University Agricultural Experiment Station and Cooperative Extension Service.
- Kucukerdonmez, O., & Rakıcıoğlu, N. (2018). The effect of seasonal variations on food consumption, dietary habits, anthropometric measurements and serum vitamin levels of university students. *Prog Nutr*, 20(2), 165-175.

- Kuhnlein, H.V., Soueida, R. & Receveur, O. (1996). Dietary nutrient profiles of Canadian Baffin Island inuit differ by food source, season, and age. *Journal of the American Dietetic Association*, 96(2), 155-162.
- Kumar, R., & Reddy, K.M. (2021). Impact of climate change on cucurbitaceous vegetables in relation to increasing temperature and drought. *Advances in Research on Vegetable Production Under a Changing Climate Vol. 1*, 175-195.
- La Peña, M.M.D., Odriozola-Serrano, I., Oms-Oliu, G., & Martín-Belloso, O. (2020). Dietary fiber in fruits and vegetables. *Science and Technology of Fibers in Food Systems*, 123-152.
- Lad, V. (2012). *The Complete Book of Ayurvedic Home Remedies: Based on the Timeless Wisdom of India's 5,000-Year-Old Medical System*. Harmony.
- Latocha, P. (2017). The nutritional and health benefits of kiwiberry (*Actinidia arguta*)- A review. *Plant Foods for Human Nutrition*, 72, 325-334.
- L'Esperance, C. (2002). *The Seasonal Detox Diet: Remedies from the Ancient Cookfire*. Simon and Schuster.
- London, C. (2010). Functional foods that boost the immune system. *Functional Food Product Development*, 293-321.
- Macdiarmid, J. I. (2014). Seasonality and dietary requirements: Will eating seasonal food contribute to health and environmental sustainability?. *Proceedings of the Nutrition Society*, 73(3), 368-375.
- Majdan, M., & Bobrowska-Korczak, B. (2022). Active compounds in fruits and inflammation in the body. *Nutrients*, 14(12), 2496.
- Marco, M.L., Heeney, D., Binda, S., Cifelli, C. J., Cotter, P.D., Foligné, B. & Hutkins, R. (2017). Health benefits of fermented foods: Microbiota and beyond. *Current Opinion in Biotechnology*, 44, 94-102.
- Miles, E.A. & Calder, P.C. (2021). Effects of citrus fruit juices and their bioactive components on inflammation and immunity: A narrative review. *Frontiers in Immunology*, 12, 712608.
- Mozaffarian, D., Angell, S.Y., Lang, T. & Rivera, J.A. (2018). Role of government policy in nutrition-barriers to and opportunities for healthier eating. *BMJ*, 361, 1-11.
- Oğan, Y., & Cömert, M. (2022). Artvin yöre gastronomisinde tıbbi ve aromatik bitkiler. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 29-38.
- Ortakçı, A. (2023). Halk mutfağında kış hazırlığı: Çorum örneği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi*, 12(4), 1872-1889.
- Oyawoye, O.M., Olotu, T.M., Nzekwe, S.C., Idowu, J.A., Abdullahi, T.A., Babatunde, S. O. & Faidah, H. (2022). Antioxidant potential and antibacterial activities of allium cepa (onion) and allium sativum (garlic) against the multidrug resistance bacteria. *Bulletin of the National Research Centre*, 46(1), 214.
- Öney, H., Dönmez, M.D., & Ünlü, D. (2012). Yiyecek Üretim Temelleri. (Ed. Yüncü, H.R.), Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2601, Açıköğretim Fakültesi Yayını: 1569.
- Özekinci, A., & Türker, P. (2019). Üniversite öğrencilerinde mevsimsel değişimin duygu durumu, beslenme durumu ve fiziksel aktivite üzerine etkisinin değerlendirilmesi. *Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(3), 173-187.
- Parker, G., Parker, I. & Brotchie, H. (2006). Mood state effects of chocolate. *Journal of Affective Disorders*, 92(2-3), 149-159.
- Penckofer, S., Kouba, J., Byrn, M., & Estwing Ferrans, C. (2010). Vitamin D and depression: Where is all the sunshine?. *Issues in Mental Health Nursing*, 31(6), 385-393.
- Petropoulos, S. A., Sampaio, S.L., Di Gioia, F., Tzortzakos, N., Roupheal, Y., Kyriacou, M.C., & Ferreira, I. (2019). Grown to be blue-antioxidant properties and health effects of colored vegetables. Part I: Root vegetables. *Antioxidants*, 8(12), 617.
- Rabiee, F., Rabiee, S., Ghaffari, F., Heydarirad, G., Nasrabadi, A.N., & Khoddoost, M. (2024). Fruit selection based on seasonality: Integrating principles of persian medicine and nutrition science. *Onkologia i Radioterapia*, 18(9).

- Rana, N., Ghabru, A., & Vaidya, D. (2019). Defensive function of fruits and vegetables. *Journal of Pharmacognosy and Phytochemistry*, 8(3), 1872-1877.
- Regmi, A., & Meade, B. (2013). Demand side drivers of global food security. *Global Food Security*, 2(3), 166-171.
- Reisch, L., Eberle, U. & Lorek, S. (2013). Sustainable food consumption: An overview of contemporary issues and policies. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 9(2), 7-25.
- Renfrew, J., & Sanderson, H. (2012). *Herbs and Vegetables. In The Cultural History of Plants (101-135)*. Routledge.
- Rose, J.B., Epstein, P.R., Lipp, E.K., Sherman, B.H., Bernard, S.M., & Patz, J.A. (2001). climate variability and change in the United States: potential impacts on water-and foodborne diseases caused by microbiologic agents. *Environmental Health Perspectives*, 109(suppl 2), 211-221.
- Ross, R. P., Morgan, S. & Hill, C. (2002). Preservation and Fermentation: Past, Present and Future. *International Journal of Food Microbiology*, 79(1-2), 3-16.
- Russell, L.B. (2014). *Brassicas: Cooking the World's Healthiest Vegetables: Kale, Cauliflower, Broccoli, Brussels Sprouts and More [A Cookbook]*. Ten Speed Press.
- Sağlık Bakanlığı, (2010). *Türkiye Obezite (Şişmanlık) ile Mücadele ve Kontrol Programı: (2010-2014)*. Ankara: Kuban Matbaacılık Yayıncılık.
- Shao, T., Verma, H.K., Pande, B., Costanzo, V., Ye, W., Cai, Y., & Bhaskar, L.V.K.S. (2021). Physical activity and nutritional influence on immune function: An important strategy to improve immunity and health status. *Frontiers in Physiology*, 12, 751374.
- Slavin, J.L., & Lloyd, B. (2012). Health benefits of fruits and vegetables. *Advances in Nutrition*, 3(4), 506-516.
- Spence, C. (2021). Explaining seasonal patterns of food consumption. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100332.
- Stroebele, N. & De Castro, J. M. (2004). Effect of ambience on food intake and food choice. *Nutrition*, 20(9), 821-838.
- Sultana, S., Iqbal, A. & Islam, M.N. (2014). Preservation of carrot, green chilli and brinjal by fermentation and pickling. *Int Food Res J*, 21(6), 2405-2412.
- Svaldi, J., Tuschen-Caffier, B., Trentowska, M., Caffier, D., & Naumann, E. (2014). Differential caloric intake in overweight females with and without binge Eating: Effects of a laboratory-based emotion-regulation training. *Behaviour Research and Therapy*, 56, 39-46.
- Swain, M. R., Anandharaj, M., Ray, R.C., & Parveen Rani, R. (2014). Fermented fruits and vegetables of Asia: A Potential Source of Probiotics. *Biotechnology Research International*, 2014(1), 250424.
- Şimşek, A., Durmuş, E.N.İ., & Dilekci Çakmak, S. (2020). Yenilebilir otlar ve yemeklerde kullanım şekilleri: Kastamonu örneği. *Tourism and Recreation*, 2(1), 8-12.
- The British Dietetic Association, (2025). <https://www.bda.uk.com/food-health/your-health/sustainable-diets/seasonal-fruit-and-veg-a-hand-y-guide.html> Erişim Tarihi: 19.02.2025.
- Tokyürek, H. (2014). Eski Uygurcada Āyurveda tıbbı ve beş unsur. *Türkiyat Mecmuası*, 24(2), 235-260.
- URL-1, (2025). https://mysourcepoint.org/app/uploads/2024/06/June-2024_Nut-Ed_Seasonal-Eating.pdf Erişim Tarihi: 19.02.2025.
- Uşak Üniversitesi Beslenme Şube Müdürlüğü, (2023). *Beslenme Takvimi*. <https://beslenme.usak.edu.tr/menu/35087> Erişim Tarihi: 19.02.2025.
- Vaclavik, V.A., Christian, E.W., & Christian, E.W. (2008). *Essentials of Food Science* (Vol. 42). New York: Springer.

- Valpiani, N., Wilde, P., Rogers, B. & Stewart, H. (2015). Patterns of fruit and vegetable availability and price competitiveness across four seasons are different in local food outlets and supermarkets. *Public Health Nutrition*, 18(15), 2846-2854.
- Van Ooijen, A.M.J., van Marken Lichtenbelt, W.D., Van Steenhoven, A.A. & Westerterp, K.R. (2004). Seasonal changes in metabolic and temperature responses to cold air in humans. *Physiology & Behavior*, 82(2-3), 545-553.
- Vicente, A. R., Manganaris, G. A., Darre, M., Ortiz, C. M., Sozzi, G. O., & Crisosto, C. H. (2022). Compositional Determinants of Fruit and Vegetable Quality and Nutritional Value. (Eds. Shewfelt, R.L., & Brückner, B.), *Postharvest handling* (565-619). Academic Press.
- Westerterp-Plantenga, M.S. (1999). Effects of extreme environments on food intake in human subjects. *Proceedings of the Nutrition Society*, 58(4), 791-798.
- Wilkins, J. L. (2002). Consumer perceptions of seasonal and local foods: A study in A US community. *Ecology of Food and Nutrition*, 41(5), 415-439.
- Yıldız, E. (2018). Sebze ve Meyveler. Zencir, E. (Ed.), *Temel Mutfak Teknikleri* (110-133). Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 2104, Eskişehir.
- Yolcu, M.A. (2018). Nevşehir yöresinde ailelerin geleneksel kış hazırlıkları. *Kültür Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 7-22.

KOLONYAL (SÖMÜRGE) YEMEK VE GASTRONOMİ

Samuray Hakan BULUT

Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

samuraybulut@atauni.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8368-1769

Gülseli EVLİYAĞLU

Arş. Gör., Avrasya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

gulseli.evliyaoglu@avrasya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9705-1263

1. GİRİŞ

Gastronomik öğelerin ya da daha genel bir ifadeyle yiyecek-içeceklerin sosyal bilim araştırmalarında kullanımı, toplumların kendi içindeki ve diğer toplumlarla olan ilişkilerini anlamlandırma noktasında ve tarihsel birçok kavramın, olayın, olgunun açıklanmasında önemli bir bakış açısı sunmaktadır (Mandala, 2005; Robins, 2010). Adalet, güç, egemenlik, diaspora, modernlik gibi hemen hemen tüm topluluk ve toplumları ilgilendiren sosyal bilim kavramlarının şeker, kakao, buğday, bira, baharat, jambon, Pekin ördeği gibi spesifik yiyecek-içecek maddeleri, yiyecek-içecek üretimi, tüketimi ve dağıtım/ticaret sistemleri odağında incelenmesi, bu duruma uygun örnekler sunmaktadır (Mintz, 1986; Kepkiewicz vd., 2015; Brisman ve South, 2017; Ozan, 2020; Cinotto, 2023; Song-Nichols ve Konstantopoulos; 2023; Kesselman, 2024). Bu yaklaşım gastronomik öğeleri gıda çalışmaları (food studies) alanında birer araştırma nesnesi olarak ele almayı ve bu yolla antropolojik, kültürel, sosyolojik bağlamlarda sonuçlar elde etmeyi (Levi-Strauss, 1978; Yenal, 1996; Beardsworth, 2011; Goody, 2013; Lee, 2019) ve/ya gıda rejimi teorisi gibi retrospektif teorileri (Friedmann, 1982; Friedmann ve McMichael, 1989; McMichael, 2009) kullanarak yiyecek sistemlerini ve bu sistemlerin işleyişi ile toplumsal sonuçlarını çözümlemeyi hedeflemektedir.

Diğer yandan, tarihsel süreçte gerek yerel gerek küresel bağlamda büyük değişimler yarattığı bilinen kıtlık, savaş, göç, kolonileşme politikaları gibi olayların, doğrudan yiyecek sistemleri üzerindeki etkileriyle şekillenen gastronomik kültürlerden bahsetmek, bir diğer deyişle, tarihsel kavramlar, olaylar, olgular üzerinden gastronomiye dair kavram, olay, olguları açıklamak da mümkündür (Friedmann, 2005; Janes, 2011; Edwards, 2011; Doğan ve Vatan-dost, 2023). Yenidünya lezzetleri olarak adlandırılan yiyecek-içecek ham

maddelerinin, üretildikleri topraklardan uzaktaki mutfaklara girişı ve bu mutfak kültürlerini önemli ölçüde etkilemesi (Samancı, 2019), mutfak kültürü kavramının yeniden yorumlanması noktasında temelde bu duruma dair bir örnektir. Kısaca gastronomik ögeler odağında tarihi anlamlandırmanın mümkün olması gibi tarihi olaylar üzerinden gastronomik bilgiyi geliştirmek de olasıdır.

Bahsedilen ikinci perspektif kapsamında bu bölümde, XV. ve XIX. yüzyıllar arasındaki egemen devletler tarafından uygulanan kolonileşme politikaları sonucunda ortaya çıkan kolonyal yemek/koloni mutfağı kavramı ele alınmakta; kolonileri oluşturan egemen devletlerin, kolonileri oluşturan toplulukların ve kolonileştirilen yerlilerin gastronomik kültürlerindeki değişimler literatür kapsamında incelenmektedir. Bu bağlamda öncelikle kolonileşme kavramının tanımlanması, ardından kolonileşme etkisinde şekillenen yemek kültürü olgusunun ele alınması hedeflenmektedir. Son olarak kolonyal yemek ve gastronomi ilişkisi incelenmekte ve kolonyal yemek/koloni/sömürge mutfağı olarak ifade edilen gastronomik kültür etkeninin, yerel yemek, gastronomik kimlik ve füzyon mutfak gibi temel gastronomi kavramlarıyla ilişkisine dair çeşitli yorumlar geliştirilmektedir.

2. KOLONİLEŞME/SÖMÜRGE KAVRAMI

Latince “*colonus*” (çiftçi, kiracı köylü, yeni bir toprakta yerleşen) sözcüğünden türetilen *colonia*, “*yerleşilmiş toprak, çiftlik, taşınmaz mülk*” sözcüğünün, modern zamanda kullanımına işaret eden koloni (*colony*) kelimesi, IVX. yüzyılda “*İtalya dışındaki antik Roma yerleşimi*” anlamında kullanılmıştır. Modern bağlamda “*anavatanına bağlı kalmak suretiyle, kendi ülkesinden göç ederek başka bir yerde toprak işleyip yerleşen insanlar topluluğu ya da şirket*” anlamıyla 1540’lı yıllardan itibaren kullanılmaya başlanmıştır. XVII. yüzyılda “*sömürgeleştirilmiş ülke ya da bölge*” anlamıyla kullanılır hale gelmiştir (Etymonline, 2025). Kolonizasyon, yabancı bir toprağın ele geçirilip, tarıma açılması; işgal edilen topraklara kolonistlerin yerleştirilmesidir ve koloni terimi bu şekilde tanımlandığında, olgunun kökeni Antik Yunan dönemine temellendirilebilir. Ancak batı tarihi kaynakları baz alındığında kavramın bugünkü anlamıyla XV. yüzyıldaki keşifler sonrasında kullanılmaya başladığı belirtilmektedir (Ferro, 2005).

Kolonileşme tarihi, “*Antik Yunan, Antik Roma, Modern Dönem ve Neo-Kolonyalizm*” olmak üzere dört döneme ayrılarak incelenmektedir. Tarihçesi mîlattan önceye dayandırılan kolonileşme olgusunun modern dönemdeki anlamı, Portekiz başta olmak üzere, İspanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve Hollanda gibi Avrupa devletlerinin XV. ve XX. yüzyıl tarihleri arasında sömürgeleştirilmiş ülkeler/bölgeler yaratmak amacıyla işgalci politikalar izlemesidir. Bu ülkelerin Afrika, Avustralya, Amerika ve Asya kıtalarında birçok koloni kurarak kendi medeniyetlerini geliştirmesi olarak açıklanmaktadır (Aryamanesh, 2024). Avrupalı devletlerin kolonileşme politikaları gerçekleşirken, yeni topraklarda yerli halklara karşı sınırların genişletilmesi, kendilerine gelişmişlik konusunda rakip olmasını hedefledikleri kendi diasporalarından oluşan yeni devletlerin kurulması ve Avrupa’nın yoksul topluluklarına yeni bir yaşam ve geçim kapısı sunacak genişleme hedefleri esas alınmakta (Friedmann, 2005) ve bu yerleşimci kolonileşme durumu Avrupalılar ile sömürgeleştirilen yerli halklar arasında kültürel temasların daha uzun vadeli olması ve artması anlamına gelmektedir.

Kısaca kolonileşme kavramı ele alındığında, Avrupalı egemen devletlerin halklarından oluşan yeni yerleşimciler, kolonileştirilen bölgenin yerli halkı ve kolonileştiren Avrupa devletinin halkı olmak üzere mecburi bir şekilde kültürel paylaşıma başlayan üç taraftan bahsetmek mümkündür. Sömürgecilik politikaları kapsamında Avrupalılar tarafından, Avrupalıların refahı için yürütülen kolonileşme faaliyetlerinin hem gerçekleştirildikleri topraklardaki yerli halkların ve yeni Avrupalı yerleşimcilerin hem de gerçekleştiren devletlerin yemek kültürlerinde ve küresel yiyecek sistemlerinde çeşitli değişimleri yaratması da bu temele ve bahsi geçen taraflara dayanmaktadır (Cinotto, 2023). Dolayısıyla çeşitli ülke mutfaklarına yönelik araştırmalar, zaman zaman kolonileşme öncesi ve kolonileşme sonrası olmak üzere iki farklı tarihsel dönemle ilişkilendirilerek, sarsıcı bir paradigma değişimine sebebiyet veren kolonileşme kavramı merkezinde incelenmektedir (Üner ve Durlu Özkaya, 2023).

3. KOLONİLEŞME ETKİSİNDE YEMEK KÜLTÜRÜ

Kolonileşme faaliyetlerinin etkisinde yemek kültürünün genel perspektifte üç farklı taraf için üç farklı sonuç ortaya çıkardığından bahsedilebilir. Öyle ki kolonileşme, kolonileştiren egemen güçler açısından bolluk, çeşitlilik ve zenginliği (Janes, 2011; Kuipers, 2022), kolonileştirilen toprakların yerli halkları açısından üretime ve dolayısıyla kültüre yabancılaşmayı (Johnson-Jennings, 2010; Kesselman, 2024) ve koloni yerleşimcileri açısından ise kendi mutfak kültürünü, mecburi kültürel paylaşım içerisinde yerli halkın yemek kültürünü ve bölgedeki kolonileşme politikası dahilinde sınırlanan şartları kapsayan ve kolonyal yemek adı verilen bir gastronomik kavramı (Robins, 2010; Edwards, 2011; Newling, 2018; Kennedy vd., 2019; Cevasco, 2021; Mastropietro vd., 2023; Moran, 2024) ortaya çıkarmıştır. Dünya genelinde sömürgecilik, beyazların sağlığını ve itibarını korumaya yönelik olarak yiyecekleri ve yemek kültürlerini şekillendirmiştir. Ancak sömürge mutfak, yerli yiyecekleri bütünüyle ortadan kaldırmamış, yiyeceğe yönelik sömürgeci tutumlar da tekdüze olmamıştır (Robins, 2010).

Örneğin gıda rejimi teorisi içerisinde ele alınan (Friedmann, 2005; Mcmichael, 2009), özellikle XIX. yüzyılda gerçekleştirilen kolonileşme faaliyetlerinde yemek/gıda üretimi ve ticaretinin küresel çapta kontrolü, başlıca hedeflerden birisi olarak görülmüş ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesi, gıda rejimi teorisi kapsamında ele alındığı üzere, küresel düzeyde birçok toplumun yiyecek üretim, tüketim ve dağıtım kültürlerini değiştirip, dönüştürürken; *“sömürge topraklarından gelen tropikal ve egzotik ürünler—şeker, çay, kahve, muz, palmiye yağı ve yer fıstığı gibi— ile yerleşimci sömürgelerde (ABD, Avustralya, Kanada, Uruguay, Arjantin ve Güney Afrika) üretilen temel gıda maddeleri olan tahıl ve et ürünleri, serbest ticaret emperyalizmi yoluyla Britanya ve Avrupa’ya akmıştır”* (Torun Atış, 2022: 17). Başka bir deyişle, beyazların (Avrupalıların) sağlığı ve itibarını korumak üzere gerçekleştirilen kolonileşme faaliyetlerinin mutfak kültürlerine etkisi, egemen güçlerin mutfak kültürlerine dahil edilen onlarca yeni yiyecek-içecek ham maddesi sayesinde Avrupa mutfak kültüründe bolluğu, çeşitliliği ve zenginliği getirmiştir. Bu durum, zaman zaman yerli yiyecekleri ortadan kaldırmak yerine yerli mutfaklarının temel ürünleri olan egzotik ve tropikal ürünlerin tüm dünyaya yayılmasını gerçekleştirmiş, diğer yandan tarihte uzunca bir süre köylünün/yerlinin kendisi ve köyü/topluluğu için yiyecek ürettiği, yerel yiyeceğin tek seçenek olduğu gıda üretim sistemi, kolonileşme sonrasında hızla kalkınan gelişmiş ülkelerin nüfusunu

doyurmak ve ticari mallar üretmek temelinde yeniden kurgulanmıştır (Doğan ve Vatandost, 2023). Böylelikle kolonileşme sonrasında yerli halkın mutfak kültürünün izleri tüm dünyaya yayılmış ancak yerli halkın özgürce mutfak kültürünü yaşatamadığı ve köleleştirilerek, kendisi adına üretim yapmadığı bir döneme girilmiş, diğer bir ifadeyle yerli halk değişen üretim anlayışı nedeniyle kendi mutfak kültürüne yabancılaşmaya başlamıştır (Johnson-Jennings, 2010; Kesselman, 2024).

Kolonileşme faaliyetlerinde bulunan Avrupalı devletlerin mutfak kültürleri, ele geçirdikleri yeni yerleşim yerlerinden elde ettikleri yiyecek-içecek ham maddeleriyle ve her ne kadar tarihte uzun bir süre boyunca alt kültür olarak görseler de ele geçirdikleri yeni topraklarında yaşayan yerli halkların mutfak kültürleriyle ve mutfak egzotizmi anlayışıyla zenginleşmiştir. Örneğin Fransa, köri baharatı ve tropik meyveleri XIX. yüzyıldan itibaren, pirinci ise I. Dünya Savaşı ile ortaya çıkan kıtlık durumlarıyla mücadele içerisinde, mutfak kültürünün parçaları haline getirmiştir (Janes, 2011). Bir diğer örnekte, yiyecek-içecek ham maddelerinin Avrupalı egemen devletin mutfak kültürüne eklenmesinden öteye, Hollanda'nın, kolonileştirdiği devletlerden olan Endonezya'ya ait bir yemeği, Rijsttafel ismiyle kendi mutfak kültürüne kattığı ve dahası bu yemeği Hollanda Ulusal Komitesinin UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirası olarak ilan ettiği görülmektedir (Kuipers, 2022). Yine bir başka örnekte, XX. yüzyılda Etiyopya'da kolonileşme faaliyetleri gösteren İtalya'nın kahve ve çikolata kalitesini artıracak ham maddelere erişimi ve bu sayede mutfak kültürünü ham madde kalitesi bakımından zenginleştirmesinden bahsedilebilir (Mastropietro vd., 2023). Kısaca kolonileşme faaliyetleri gösteren Avrupalı devletlerin mutfak kültürü, yiyecek-içecek ham madde çeşitliliği, kalitesi ve yeni yemekler açısından zenginleşmiştir.

Sömürgeleştirme süreci, yerli halkların topraklarından zorla çıkarılmalarını, geleneksel beslenme biçimlerinden koparılmalarını ve nihayetinde vergi yoluyla ücretli emek ve nakit ekonomisine zorla dâhil edilmelerini içermektedir (Wylie, 2001; Kesselman, 2024). Bu kapsamda kolonileştirilen toplulukların üretim temelinde kendi mutfak kültürlerine yabancılaşmaya başlamaları, güncel gastronomik tüketim alışkanlıklarının market ürünlerine bağımlı bir yapıyı sergilemesi ile kolonileşme döneminde koloni yöneticisi Avrupalıların dahi tükettiği yerel yemeklerinin yerini, endüstriyel üretime ham madde olarak sundukları kültürel yiyecek-içecek maddelerinin Avrupalı ül-

kelerde işlendikten sonra parayla satın alınan işlenmiş gıdalara bırakmış olması üzerinden açıklanabilir. Öyle ki Nijerya XX. yüzyılın başında Britanya tarafından kontrol edilen bir koloni bölgesiyken, yerel yemekleri Britanyalı koloni yöneticileri tarafından da tüketilmekte; palm yağıyla yapılan yemekler koloni yöneticileri tarafından, çeşitli Avrupalı revizyonlara tabi tutulduktan sonra da olsa beğenilmekteydi (Robins, 2010). Ancak günümüzde sağlığa zararı konusunda tartışmalı bir durumda olduğu bilinen palm yağı ve yüksek miktarda tuz içeren bulyon küpleri, Nijeryalılar için günlük diyetin önemli bir parçası olarak mecburi şekilde kullanılmakta ve dönemin egemen güçlerinin ülkelerinde üretilen bu ürün Nijerya mutfak kültürünün yabancılaşma kapsamındaki değişimini yansıtmaktadır (Uyehara, 2023). Aksi bir örnekte, koloni yerleşimcilerinin kolonileştiren egemen devletin politikaları kapsamında yerli halkın tarım arazilerini yok ettiği ve Avrupalı ulusların şirketlerini ve halklarını beslemek adına darı ve sorgum gibi yerel tahıllar yerine mısır üretiminde yerli halkı köleleştirerek çalıştırdığından bahsedilmekte; kolonileşme faaliyetlerinin, *“yalnızca yerli gıdaların yerine yeni gıdaları ikame etmekle kalmayıp aynı zamanda geleneksel, topluluk temelli gıda üretim pratiklerini ve bu pratiklerin dayandığı karşılıklılık ve doğayla bağ kurma gibi değerleri de bozduğu”* (Kesselman, 2024: 798) belirtilmektedir. Bu kapsamda, yerlilerin mutfak kültürlerine yabancılaşması, kolonileşmenin ılımlı ya da sert fark etmeksizin her türlü stratejik hamlesinden kaynaklanan ortak bir sonuç olduğu açıktır.

Özetle, kolonileşme etkisinde yemek kültürü, kolonileştiren Avrupalı egemen devletler açısından zenginlikle, kolonileştirilen yerli halklar açısından yabancılaşmayla sonuçlanmıştır. Yeni topraklara yerleşerek Avrupalı yöneticileri gibi refah içerisinde yaşamayı hedefleyen, bu vaatlerle yeni topraklara yerleştirilen ya da yeni topraklara yerleşmek zorunda bırakılan koloni yerleşimcilerinin kolonileşme etkisindeki yemek kültürlerine dair çıkarımlar ise bahsi geçen diğer iki tarafta olduğu kadar net açıklamalarla ele alınamamaktadır.

4. KOLONYAL YEMEK VE GASTRONOMİ İLİŞKİSİ

Kolonileşme etkisinde, koloni yerleşimcilerinin anlamlandırdığı yeni bir yemek kültürünü ifade eden kolonyal yemek kavramı, ilgili literatür kapsa-

mında ağırlıklı olarak koloni yerleşimcilerinin sahiplendiği gastronomik alışkanlıkları (Moran, 2024), kolonileştirilen yerli halkların alt kültür olarak görülen mutfak kültürlerini (Lee, 2019) ve kolonileştiren egemen gücün egemenliğinde yaratılan yeni yiyecek sistemlerini (Friedmann, 2005; Janes, 2011; Cinotto, 2023) ifade etmektedir. Kolonyal yemek, yönetenler ile yönetilenler arasında bir sınır çizmek için yönetenler tarafından yerli toplulukların ve koloni yerleşimcilerinin gastronomik alışkanlıklarına yapılan müdahaleler ve gastronomik kültür paylaşımında yönetenlerin, yönetilenlerin gastronomik öğeleri üzerindeki tek taraflı yargılama ve kültürel paylaşımında tek taraflı kabul etme/reddetme özgürlüğü olarak düşünülmektedir (Robins, 2010).

Friedmann (2005) kolonyal yemek (colonial food) kavramını, diasporik-kolonyal gıda/yemek rejimi ve yerleşimci-kolonyal gıda/yemek rejimi olarak isimlendirdiği, XIX. yüzyıl sonu ve XX. yüzyıl başlarını kapsayan küresel yiyecek sistemini tanımlamak için kullanırken, Avrupalı devletler tarafından kolonileştirilmiş bölgelere göçe zorlanan Avrupa diasporasının pazarın ihtiyaçları kapsamında monokültür tarım ürünleri üreten, sömürge topraklarındaki koloni yöneticilerinden/elitlerden ayrılan ve yerli halkla benzer şartlarda çalışan ve yaşayan topluluklara değinmektedir. Çalışmada bu toplulukların gastronomik tercihlerine dair spesifik bulgulara yer verilmese de kolonyal yemeğin ne yerleşimci kolonistlere ne de kolonileştirilmiş topluluklara yerel mutfaklarını yaşatma fırsatı sunmayan; bunun yerine metalaşmış yiyecek üretimine, hayatta kalmak için yemek yemekten başka gastronomik seçenekleri olmayan topluluklara işaret eden bir kavram olduğu öne sürülebilir.

Robins (2010), XIX. yüzyılın başında Nijerya’da kolonileşme faaliyetleri gösteren Britanyalıların anlam kazandırdığı kolonyal mutfak (colonial cuisine) kavramını, yerleşimci Avrupalıların, yerli halkların yerel gıdaya bağımlı mutfağına aynı derecede bağımlı olarak sürdürdükleri mutfak kültürünü tanımlamak amacıyla kullanmaktadır. Çalışmada, Nijerya’ya yerleşen kolonistlerden erkek Britanyalıların, Nijeryalı aşçılar tarafından yapılan yemekleri olduğu gibi tükettiği ancak Britanyalı kadınların ise yerel mutfağı uyarlamak, İngiliz bahçeleri/bostanları oluşturmaya çalışmak, Nijerya’daki yemek kültürünü “iyileştirme” çabalarına girişmek gibi hedeflerle hareket ettiklerinden bahsedilmekte; yam, mısır ve bazı yeşil sebzelerin İngiliz yemeklerine entegre edilerek kullanıldığı, yerel ekmeğin beğenildiği ve olduğu gibi tüketildiği, darı gibi tahılların tüketimi için ekşi tada sahip bu ürüne zamanla

damak tadının alışmasının beklenmesi gerektiği yorumları öne çıkarılmıştır. Ancak olumlu yorumlara rağmen genel olarak Britanyalıların Nijerya mutfak-
ğını kendi mutfak kültürlerine uyarlamaya çalıştıkları ve alt kültür olarak
gördükleri belirtilmektedir. Özetle Robins'in çalışmasına göre kolonyal mut-
fak/kolonyal yemek kavramı, gastronomik açıdan kolonistlerin üstenci bir
bakış açısıyla mecburi bir kültürel paylaşım içerisinde yarattıkları bir nevi
füzyon mutfak anlayışına işaret etmektedir.

Edwards (2011) kolonyal yemek kültürü/tercihi (colonial foodways) kav-
ramını kullanırken, Virginia Jambonu olarak adlandırılan ve günümüz jam-
bonunun ortaya çıkmasında öncül rol oynayan bir yiyeceğin, Chesapeake sa-
hilini kolonileştiren İngilizlerin, bölgenin yerlisi Algonquian halkının, Kara-
yipler üzerinden bölgeye getirilen Afrikalı kölelerin mutfak kültürlerinden
izler taşıyarak üretilmiş oluşuna vurgu yapmaktadır. Çalışmaya göre kolon-
yal yemek için başlıca bir örnek olarak gösterilen Virginia Jambonu, koloni-
leştiren, kolonileşen ve koloni yerleşimcisi olarak bölgede yaşam sürmüş top-
lulukların ortak gastronomik bir mirasıdır. Bu kapsamda kolonyal yemek
yine bir füzyon mutfak ürünü olarak yorumlanıp, tanımlanabilir.

Newling (2018), kolonyal gastronomi (colonial gastronomy) kavramını
kullandığı çalışmasında, Sidney'de bulunan Yaşayan Müzeler (Sydney Li-
ving Museums) için küratörlüğünü yaptığı etkileşimli bir gastronomi sergi-
sinden bahsetmekte; sergide Avustralya'daki kolonileşme faaliyetleri kapsa-
mında XIX. yüzyıldaki yemek kültürünün yansıtıldığını belirtmektedir. Çä-
lışmada kolonyal gastronomi kavramı, Avustralya özelinde, Britanya ve İr-
landa kökenli her toplumsal sınıftan kolonistin, az sayıda Avrupa kökenli
göçmenin ve Aborjinlerin bir arada yaşadığı bir dönem baz alınarak, *“sö-
mürge yerleşimcileri beraberlerinde kendi yiyecek kültürlerini getirmiş (bu kültürler
yeni yerel koşullara uyarlanmak zorundaydı) ve çoğunluk Britanya-İrlanda kökenli
olduğundan, bu müzelerde temsil edilen yiyecek kültürü büyük ölçüde Anglo-Keltik-
tir”* (Newling, 2018: 47), sözleriyle anlamlandırılmıştır. Bu bağlamda kısaca
kolonyal gastronomi, yerel koşullar sınırlılığında, güçlünün baskın yemek
kültürü ve alt kültürden kendi kültürüne dâhil etmeyi uygun bularak sahip-
lendiği gastronomik alışkanlıklar, olarak tanımlanabilir.

Lee (2019), post-kolonyal sinemada kolonyal yemek metaforlarını ince-
lediği çalışmasında, kolonyal yemeği, sömürgeci egemen güçlerin kolonileş-

tirilen yerlilerin mutfak kültürlerine yönelik küçümseyici bakış açısı üzerinden değerlendirmektedir. Lee (2019: 40), Fransa sömürgesindeki Karayipler için kolonyal yemeği; *“Karayipler’in sömürgecilik tarihi, sömürgeci iktidar dinamiklerinin tanımlanmasında ve sömürgeleştirilmiş ile köleleştirilmiş nüfusların temsillerinde yiyecek imgelerinin kullanımıyla özellikle yakından bağlantılıdır. Sömürgeci ve yeni-sömürgeci söylemler, Karayip öznelerini “patolojik yeme davranışlarını çağrıştıran figürlere” indirger: “kan dökmeye susamış yamyam”dan “obur, bulimik, görgüsüz yiyici, aç, aç kalmaktan memnun” figürlerine kadar”* ifadesiyle açıklamakta ve daha önce bahsedilen gastronomik aşağılamaya dair somut örnekler sunmaktadır. Bu bağlamda kolonyal yemek, Robins (2010) tarafından Ni-jerya adına verilen örneğin çok daha çarpıcı bir boyutuna işaret eden, hiç var olmamış ya da var olan haliyle yok edilmesi gereken yerli mutfaklarını ima eden bir anlamda kullanılmaktadır.

Kennedy ve arkadaşları (2019), kolonyal yemek kültürü/tercihi kavramını kullanırken, Peru’da İspanyol kolonileştirmesi öncesindeki yerel yemek kültürünün korunması konusunu ele almış; yerli halkın elinden alınan tarım arazileri yerine verimsiz topraklarda üretim yapmaya zorlanmaları, vergilendirmeler ve üretilecek tarım ürünlerinin egemen güç tarafından belirlenmesi gibi nedenlerle yerlilerin gastronomik alışkanlıklarından vazgeçmeye zorlanmasına işaret etmiştir. Yazarlar çalışmalarında, yerlilerden üretip sunması beklenen buğday, tavuk ve domuz gibi bitkisel/hayvansal ürünleri kolonileştirilen tüm yerlilerin sunduğunu ancak bazı toplulukların mısır yerine fasulye yetiştirmeye devam ettiklerini, beklenen balık üretimini sadece mevsimsel olarak gerçekleştirdiklerini ve beklenen yumurta üretimini hiç yapmadıklarını; bu eksik üretim yerine egemen güçlere para verdiklerini ve bu kapsamda sınırlı da olsa yerel mutfakları üzerinde söz sahibi olma durumlarını sürdürebildiklerini bildirmektedir. Bu kapsamda kolonyal yemek kavramı, yiyeceğe yönelik sömürgeci tutumların tekdüze olmadığı yönündeki tespiti paralel olarak (Robins, 2010), yerleşimci kolonistlerin ve yerli halkların birbirleriyle etkileşim içerisinde olmadan ancak aynı topraklarda kendi mutfak kültürlerini sürdürdüğü bir düzeni ifade etmektedir.

Johnson-Jennings ve arkadaşları (2020: 291) tarafından Amerika Birleşik Devletleri’nde yaşayan yerli halkların beslenme ve sağlık durumu ilişkisinin incelendiği çalışmada, kolonyal yemek pratikleri (colonial food practices) ifadesi kullanılmış, günümüze dek süren kolonileşme faaliyetleri ve geçmiş-

ten bugüne bu faaliyetlerin etkileri kapsamında yiyecek egemenliği ve yiyecek odaklı topluluk sağlığı konularına değinilmiş; en genel haliyle, kolonileştirme faaliyetleri için *“yerli halkların topraklarına ve kaynaklarına el konulması yoluyla yerli gıda sistemlerini sekteye uğratmış ve bazı durumlarda tamamen yok etmiştir”* çıkarımıyla kolonyal yemeğin yıkıcı etkisine vurgu yapılmıştır. Çalışmaya göre kolonyal yemek, istilacı ve asimile edici bir kültürün yemek pratikleridir.

Cevasco (2021), kolonyal yemek kültürü/tercihi ifadesini kullandığı, XVII ve XVIII. yüzyıl Kuzey Amerika’sında yerli halkların yemek kültürleri içerisinde tikslenme/iğrençlik kavramını incelediği çalışmasında, fermente gıda ve bozuk/çürümüş gıda ayrımı üzerinden kolonyal yemeği anlamlandıracak ipuçları sunmaktadır. Çalışmaya göre kolonyal yemek, fermente ürünleri içeren gelişmiş gastronomik niteliklere sahip koloni yerleşimcilerinin yemeklerini ifade ederken; yerli yemekleri, fermente tekniğini bilinçli şekilde kullanmayan, bozuk/çürümüş yiyeceklerle beslenen ve bu durumdan tiksinti duymadığı öne sürülen yerli toplulukların yemeklerini tanımlamakta ve bahsi geçen iki kültür birbirlerinden bu şekilde ayrıştırılmaktadır.

Cinotto (2023), kolonyal yemek kavramını, XX. yüzyılın ilk yarısında bir faşist proje içerisinde Mussolini yönetimindeki İtalya’nın Etiyopya’yı tahıl ambarına dönüştürmek amacıyla kurduğu koloni ve yok edilmeye çalışılan yerli mutfaklarının yerli halk tarafından savunulma süreci üzerinden betimlemektedir. Çalışmada yerli halkın gastronomik egemenlik mücadelesi, *“sömürgeci kurtuluş süreci sadece toprağın silahla geri alınmasını değil, aynı zamanda İtalyan sömürge gıda sisteminin yok ettiği sömürge öncesi ve anti-sömürgeci tarımsal ve mutfak pratiklerinin, kültürlerinin ve mekânlarının geri kazanımını da içermek zorundaydı”* (Fanon 2004; Cinotto, 2023: 300), ifadesiyle açıklanmaktadır. Bu kapsamda kolonyal yemek, Rotz ve arkadaşları (2023) tarafından hazırlanan çalışmada olduğu gibi, gıda egemenliğinin ve yerel mutfak kültürünün karşıtı bir kavram olarak tanımlanan; Mastropietro ve arkadaşlarının (2023) çalışmasında bahsedildiği üzere, günümüz İtalyan halkının anılarında suçluluk duygusuna dayalı olumsuz izler taşıyan tarihsel bir olgudur.

Deen ve arkadaşları (2025: 2), yerli toplulukların gıda güvencesizliğine dair bir ölçüm aracı geliştirilmesi konusundaki çalışmalarında, kolonyal yemek sistemi (colonial food system) kavramını kullanırken, günümüzde halen gıda güvencesi gibi gastronomik gelenekleri de kapsayan konularda politika

belirleyicilerin *“yerli bilgi sistemlerini ve bu sistemlerin gıda güvencesini destekleyen kültürel uygulamalarını göz ardı ettiği”* hususundan bahsetmekte; kolonyal yemek sistemini kapitalist ve sömürgeci bir yemek sistemi olarak tanımlamaktadır. Çalışma kapsamında, Avustralya’da yaşayan Maori halkı özelinde hem gastronomik/kültürel hem de ekonomik açıdan gıda/yiyecek güvencesizliğinin ana sebebi olarak kolonyal yemek sistemi ve bu sistemin yerli halkların gastronomik bilgilerini göz ardı eden kapitalist politikalar sınırlılığında kalması gösterilmektedir.

Son olarak hem Janes (2011)’in Fransa özelinde hem de Kuipers (2022)’in Hollanda özelindeki çalışmalarında kullandıkları kolonyal yemek ve/ya kolonyal mutfak kültürü (colonial cuisine) kavramları incelendiğinde, kolonileştiren egemen güçlerin metropollerini açısından kavramın ele alındığı görülmektedir. İlgili çalışmalarda günümüzde etnik yemek/etnik restoran olarak öne çıkan ve özellikle tarihte bir dönemde kolonileştirilmiş toplulukların veya günümüzde göçmenlerin, Avrupalı devletlerin kentlerinde yaşattıkları gastronomik mirasa işaret eden kavramların tarihçesi kolonyal yemeğe dayandırılmakta, kolonileşme döneminde kolonileştirilen bölgelerden Avrupa’ya getirilen yiyecek-içecek ham maddelerinin ve yemeklerin egemen güçlerin halkı tarafından benimsenme durumu incelenmektedir. Bu bakış açısıyla kolonyal yemek, egemen gücün yarattığı yeni yiyecek sistemlerini ve bu sistemler kapsamında yeniliklerle karşılaştığında farklı tepkiler veren Avrupa mutfak kültürünü açıklamak için kullanılan bir kavramdır.

5. SONUÇ

Tarihin akışını değiştiren ve bu değişimde kültürel açıdan çok taraflı biçimde sarsıcı etkilere sahip olan kolonileşme faaliyetleri, gastronomi araştırmaları kapsamında önem arz eden tarihsel bir olguya işaret etmektedir. Kolonileşme faaliyetleri, kolonileştirilen yerli halkları, kolonileştiren Avrupalı devletlerin Avrupa’da yaşayan halkını ve koloni yerleşimcisi olarak isimlendirilen Avrupa diasporasını, mutfak kültürleri açısından etkilemiş ve bu kapsamda literatürde sıkça bahsedilen kolonyal yemek kavramını doğurmuştur.

Avrupalı egemen güçlerin farklı düzeylerde ve stratejilerle hayata geçirdiği sömürgeci faaliyetler sonucunda ortaya çıkan kolonyal yemek kavramı/olgusu, ağırlıklı olarak yerli mutfaklarının ve birçok yerel yemeğin kay-

bolmasına ve egemen güçlerin kendi faydalarını öncelik haline getirerek yarattıkları yiyecek sistemine işaret etmektedir. Kavram nadiren füzyon mutfak uygulamaları içerisinde değerlendirilerek günümüze kadar korunmuş, egemen güçlerin mutfak kültürlerini etkilemiş, küresel ticaret sistemi içerisinde yerel mutfağının temel ham maddelerini endüstriyel düzeyde dünya pazarında sergilemiş ve bu yolla mutfak kültürüne dair izleri koruyabilmiş yerli mutfaklarıyla da ilişkilendirilmektedir. Ancak kavramın gıda egemenliği, gıda güvencesi, kapitalizm, yabancılaşma, alt/üst kültür kavramlarıyla olan açık ilişkisi, kolonyal yemeğin, kültürel paylaşım sağlasa bile bu durumu bir mecburiyet ve hayata tutunma direnişi kapsamında gerçekleştirdiğini ve bu nedenle kavramın daha çok olumsuz bir anlamı ifade ettiğini göstermektedir.

Kolonyal yemek, kolonileştiren/yöneten gastronomisi açısından zenginleştirici ve çeşitlilik sağlayıcı bir olguyken, kolonileştirilen/yönetilen gastronomisi açısından yabancılaştırıcı ve yok edici bir olgu olarak literatürde ele alınmaktadır. Bu iki çıkarımla birlikte, koloni yerleşimcilerinin koloni topraklarının sunduğu şartlar sınırlılığında hareket etmek zorunda kaldığı durumlarda kültürel paylaşımın gerçekleştiği örneklerden de bahsedilebilir. Ancak bu paylaşım yine olumsuz bir anlamı içerir şekilde yerleşimcilerin tek taraflı yargısına bağlı olarak gerçekleşmiştir.

Son olarak ilgili literatürde ele alınan kolonyal yemek kavramı tarihsel incelemeler içerisinde değerlendirilen ve etkisi devam eden bir kavramdır. Günümüzde etkileri devam eden kolonyal yemek, hala birçok yerli halkın gastronomik tercihlerinde bağımsız olamama durumunu ve hala egemen güçlerin baskın gastronomik politikalarının yiyecek sistemlerini şekillendirdiğini ifade eden bir kavram olarak kullanılmaktadır. Bu kapsamda, yerli mutfakların korunması ve kültürel paylaşıma dayalı füzyon mutfak uygulamalarında azınlık mutfaklarının üstenci bir bakışla tek taraflı olarak yargılanmaması için gastronomik değerlerde eşitlik anlayışının yaygınlaştırılmasının önem arz ettiği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Aryamanesh, S. (2024). The beginnings of colonization. *Sinus Persicus*, 1(2), 63-77.
- Atış, N. T. (2022). *Food at the intersection of sovereignties: tracing the loss of food sovereignty for Turkish state and farmers*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Middle East Technical University, Ankara, Türkiye.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi*, (Çev. Abdulkaki Dede), Ankara: Phoenix.
- Brisman, A., & South, N. (2017). Food, Crime, Justice and Security: (Food) Security for Whom?. Werkheiser, I. & Piso, Z. (Ed.), *Food Justice in US and Global Contexts: Bringing Theory and Practice Together* (185-200). Springer, Cham, Switzerland.
- Cevasco, C. (2021). Nothing which hunger will not devour. *Early American Studies*, 19(2), 264-293.
- Cinotto, S. (2023). The fascist breadbasket: food, empire, and modernity in Italian East Africa, 1935–1941. *Journal of Modern Italian Studies*, 28(3), 296-322.
- Deen, C., Sherriff, S., Shelling, M., Gall, A., Cubillo, B., Te Morenga, L., ... & Matthews, V. (2025). Measuring Indigenous food security—A case for Indigenous designed tools. *Health Promotion Journal of Australia*, 36(1), 1-3.
- Doğan, M., & Vatandost, E.G. (2023). Gıda çalışmalarında yeni yaklaşım: Gıda egemenliği. *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi (Turkic Culinary Culture Research)*, 3(1), 1-12.
- Edwards, M.E. (2011). Virginia ham: The local and global of colonial foodways. Benjamin, L. & Carolyn, P. (Ed.), *Local Foods Meet Global Foodways: Tasting History* içinde (ss. 60-77). Routledge.
- Etymonline, (2025). <https://www.etymonline.com/search?q=colony>, Erişim Tarihi; 12.05.2025.
- Ferro, M. (2005). *Colonization: A Global History*. London & New York: Routledge.
- Friedmann, H. (1982). The political economy of food: The rise and fall of the postwar international food order. *American Journal of Sociology*, 88, 248-86
- Friedmann, H. (2005). From Colonialism to Green Capitalism: Social Movements and Emergence of Food Regimes. Buttel, F.H., & McMichael, P.D. (Ed.), *New Directions in the Sociology of Global Development* (227-264). Emerald Group Publishing Limited.
- Friedmann, H., & P. McMichael. (1989). Agriculture and the state system: The rise and fall of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, 29(2), 93-117
- Goody, J. (2013). *Yemek, Mutfak, Sınıf: Karşılaştırmalı Sosyoloji Çalışması*. Güran, M.G. (Çev.), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Janes, L.R.H. (2011). *The Taste of Empire: Colonial Food in Interwar Paris*. University of California, Los Angeles.
- Johnson-Jennings, M. D., Jennings, D. R., Paul, K., & Little, M. M. (2020). Identifying needs and uses of digital Indigenous food knowledge and practices for an Indigenous Food Wisdom Repository. *AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples*, 16(4), 290-299.
- Kennedy, S. A., Chiou, K. L., & VanValkenburgh, P. (2019). Inside the reducción: crafting colonial foodways at carrizales and mocupe Viejo, Zaña Valley, Peru (1570–1700). *International Journal of Historical Archaeology*, 23(4), 980-1010.
- Kepkiewicz, L., Chrobok, M., Whetung, M., Cahuas, M., Gill, J., Walker, S., & Wakefield, S. (2015). Beyond inclusion: Toward an anti-colonial food justice praxis. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 5(4), 99-104.
- Kesselman, B. (2024). Transforming South Africa's unjust food system: an argument for decolonization. *Food, Culture ve Society*, 27(3), 792-809.
- Kuipers, M. (2022). Food and Indifference: A Cultural History of the Rijsttafel in the Netherlands. Matthijs, K. (Ed.), *Metropolitan History of the Dutch Empire: Popular Imperialism in the Netherlands, 1850-1940*, Amsterdam University Press.
- Lee, V. (2019). Colonial food metaphors in postcolonial cinema: The case of Michelange Quay's eat, for this is my body (2007). *Global Media Journal: Canadian Edition*, 11(1), 39-48.

- Levi-Strauss, C. (1978). *The Origin of Table Manners, Introduction to a Science of Mythology*. London: Jonathan Cape.
- Mandala, E.C. (2005). *The end of Chidyerano: A history of food and everyday life in Malawi, 1860-2004*. Portsmouth, NH: Heinemann.
- Mastropietro, A., Migliorisi, S., Sessa, I., Borgogno, F., D'Errico, F., Licata, L., & Leone, G. (2023). Decolonising reactions to material traces of the european past: The Case of an Italian Colonial Food. *Psychology and Developing Societies*, 35(1), 43-68.
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy. *Journal of Peasant Studies*, (36), 139-169.
- Mintz, S.W. (1986). *Sweetness and power: The place of sugar in modern history*. Penguin.
- Moran, F. (2024). Java coffee, French Sardines and Malaga Raisins: Marketing place in Colonial Australian food culture. *Journal of Social History*, 57 (Special Issue), 1-18.
- Newling, J. (2018). The 'eeeuw' factor: The viscerally sensorial realities of being the colonial gastronome. *Locale: The Australasian-Pacific Journal of Regional Food Studies*, 7(1). 45-81.
- Ozan, V. (2020). *Kokular Kitabı-IV Lezzetler*. İstanbul: Everest Yayınları
- Robins, J. (2010). Colonial cuisine: Food in British Nigeria, 1900-1914. *Cultural Studies-Critical Methodologies*, 10(6), 457-466.
- Rotz, S., Xavier, A., & Robin, T. (2023). It wasn't built for us: The possibility of Indigenous food sovereignty in settler colonial food bureaucracies. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 12(3), 93-110.
- Samancı, Ö. (2019). İstanbul mutfağında Yeni dünya lezzetleri: domates, biber, patates. *Meltem İzmir Akdeniz Akademisi Dergisi*, (5), 86-89.
- Song-Nichols, K., & Konstantopoulos, K. (2023). Duck ve diaspora: eating dialectically in a settler-colonial food system. *Food, Culture ve Society*, 26(4), 945-963.
- Uyehara, M. (2023). *The History of Bouillon Cubes*, <https://www.seriousseats.com/bouillon-cube-history>. Erişim Tarihi: 16.05.2025.
- Üner, E. H., & Durlu Özkaya, F. (2023). Avustralya mutfak kültürünün tarihsel gelişimi ve Avustralya'nın gastronomi imajına yönelik çalışmalar. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 205-216.
- Yenal, N. Z. (1996). Bir araştırma alanı olarak yeme-içmenin tarihi ve sosyolojisi. *Toplum ve Bilim*, 71, 195-225.
- Wylie, D. 2001. *Starving on a Full Stomach: Hunger and the Triumph of Cultural Racism in Modern South Africa*. Charlottesville and London: University Press of Virginia.

AFET YÖNETİMİ VE GASTRONOMİ

Ecem AKAY

Öğr. Gör., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kaman Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

akay_ecem@outlook.com, ORCID: 0000-0001-8618-7248

İlkay YILMAZ

Doç. Dr., Baskent Üniversitesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ilkayyilmaz@baskent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5938-3112

1. GİRİŞ

Afetler, sadece fiziksel yıkımlarla sınırlı kalmayıp, toplumların temel yaşamsal ihtiyaçlara erişimini de ciddi şekilde sekteye uğratmaktadır. Bu ihtiyaçların başında, güvenli ve sürdürülebilir gıdaya erişim gelmektedir. Dünya Gıda Programına göre afetler sonrasında yaşanan en temel sorunlardan biri, gıda arz zincirinin çökmesi ve bu durumun doğrudan halk sağlığını tehdit eder hale gelmesidir (FAO, 2015). Gıda güvencesi, sadece gıdanın varlığını değil, aynı zamanda hijyenik, besleyici ve erişilebilir olması anlamına gelmektedir (Sphere Association, 2018). Bu bağlamda, afet sonrası dönemde gıda temininin sağlanması yalnızca lojistik bir mesele değil, aynı zamanda etik ve toplumsal bir sorumluluk olarak değerlendirilmelidir (Akarçay, 2023).

Afet anlarında kamu kurumları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörün koordinasyon içinde çalışarak sürdürülebilir bir gıda tedarik sistemi kurmaları zorunludur. Afet sonrası yaşanan örnekler bu durumu desteklemektedir. Örneğin 2023 Kahramanmaraş depremlerinde, ilk günlerde yeterli gıda sunulamamış; ancak sektörel iş birlikleriyle yalnızca beş gün içinde 20 adet konteyner mutfak devreye alınarak günde ortalama 7.200 kişiye sıcak yemek sunulmuştur (Gastronomi Dergisi, 2023). Bu uygulama hem afet lojistiği hem de yerel kapasitenin etkin kullanımı açısından örnek bir model olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca iklim değişikliğinin yol açtığı afet sıklığındaki artış, bu sistemlerin kalıcı ve dirençli yapılar halinde tasarlanmasını her zamankinden daha kritik hale getirmiştir (Aleffi ve Cavigchi, 2020).

Afet sonrası gıda güvenliği konusu, son yıllarda afet yönetimi ve gıda bilimi literatüründe giderek daha çok yer bulmaktadır. Özellikle COVID-19

pandemi süreciyle birlikte gıda tedarik zincirlerinin ne kadar kırılgan olduğu küresel ölçekte görünür hâle gelmiştir (FAO, 2015). Akarçay (2023), afet sonrası dönemde gıda sistemlerinin kırılganlığına karşı dayanıklı ve toplum temelli modeller geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca Sphere Association (2018), afet yardımlarında yalnızca kalori ihtiyaçların değil, besin değeri, hijyen, kültürel uygunluk ve erişim adaleti gibi ilkelerin de gözetilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu kapsamda afetlerde gıda güvenliği, gıda tedariki, gıda risk yönetimi kavramları açıklanarak afetlerde gıdalara ilişkin yenilikçi yaklaşımlar ve uygulama örneklerine yer verilmektedir.

2. AFETLERDE GIDA GÜVENLİĞİ

Gıda güvenliği, yalnızca gıdanın mevcut olması değil, aynı zamanda bu gıdanın besin değeri açısından yeterli, hijyenik koşullarda sunulması ve adil erişilebilir olmasıdır (FAO, 2015). Afet sonrasında bu kriterlerin büyük ölçüde zarar gördüğü bilinmektedir. Özellikle alt yapının zarar gördüğü, ulaşımın kısıtlandığı durumlarda hem gıda hem de suya erişim sekteye uğrar (Sphere Association, 2018).

Afet koşullarında gıda güvenliği, sadece bireysel sağlığın korunması açısından değil, aynı zamanda toplumun genel dayanıklılığının sürdürülmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Afet sırasında su ve sanitasyon hizmetlerinin kesintiye uğraması, lojistik altyapının zarar görmesi ve güvenli gıdaya ulaşımın zorlaşması gibi etkenler, bireylerin gıda kaynaklı hastalıklara maruz kalma riskini artırmaktadır (Sphere Association, 2018). Güvenli olmayan gıdalar, özellikle çocuklar, yaşlılar, hamileler ve kronik hastalığı olan bireyler için ciddi sağlık tehditleri oluşturur. Bu nedenle afet durumlarında dağıtılan gıdaların uygun koşullarda saklanması, hijyenik olarak hazırlanması ve yeterli besin değerine sahip olması hayati önemdedir (Çakır vd., 2025).

Afetlerin hemen ardından yaşanan ilk saatler ve günler, gıda güvenliği açısından en kritik dönemlerdir. Bu süreçte hızlı hareket edilmesi, güvenilir gıda kaynaklarının devreye sokulması ve organizasyonel olarak etkili bir dağıtım mekanizmasının kurulması gerekmektedir. Türkiye’de 2023 Kahramanmaraş depremleri sonrasında yapılan saha çalışmaları, afet bölgelerinde dağıtılan gıdaların büyük kısmında ambalaj bütünlüğünün sağlanmadığını ve son kullanma tarihi geçmiş ürünlerin sıklıkla tüketime sunulduğunu ortaya koymuştur (Çakır vd., 2025). Bu durum, sadece fiziksel sağlık açısından

değil, aynı zamanda afet sonrası psikososyal iyileşme sürecinde toplumun devlete ve kurumlara olan güvenini de zedeleyebilecek sonuçlar doğurmaktadır.

Gıda güvenliğinin sağlanması, sadece acil müdahale döneminde değil; uzun vadeli iyileşme süreçlerinde de önem arz etmektedir. Sağlıklı beslenme, bireylerin yeniden yapılanma ve toparlanma sürecine fiziksel ve zihinsel olarak katkıda bulunur. Bu bağlamda, afet öncesi hazırlık planlarında gıda güvenliği konusuna özel önem verilmesi ve bu alanda çalışan kamu kurumları, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşlarının rollerinin net şekilde tanımlanması gereklidir. Ayrıca afetlere özgü gıda güvenliği protokollerinin oluşturulması, personel eğitimlerinin verilmesi ve gıda zincirinde izlenebilirliğin sağlanması afet yönetim sistemlerinin kalitesini artıracaktır (FAO, 2020). Özetle, afet koşullarında gıda güvenliği sadece bir halk sağlığı sorunu değil, aynı zamanda afet dayanıklılığı, sosyal adalet ve etik sorumluluk perspektifinden ele alınması gereken çok boyutlu bir konudur.

2.1. Afetlerde Gıda Tedarik Zinciri

Türkiye’de meydana gelen büyük çaplı depremler ve benzeri afetler, acil durumlarda gıda tedarik zincirinin sürekliliğini sekteye uğratarak, afet mağdurlarının yeterli ve güvenli besine ulaşmasını ciddi biçimde riske atmaktadır. Örneğin, 6 Şubat 2023 tarihlerinde yaşanan Kahramanmaraş-Hatay merkezli depremler sonrasında bu illerde faaliyet gösteren 40 gıda dağıtım kuruluşu üzerinde yapılan bir incelemede, kurumların %41,6’sında belirgin gıda güvenliği sorunları saptanmıştır (Çakır vd., 2025). Bu araştırma, gıda sağlayıcı kuruluşların önemli bir kısmının ürünlerin son kullanma tarihi, bozulma belirtileri veya ambalaj bütünlüğü gibi kritik kontrol noktalarını göz ardı ettiğini ortaya koymuştur (Çakır vd., 2025). Benzer şekilde Ulugergerli’nin (2021) Van Depremi (2011) bağlamında gerçekleştirdiği nitel çalışmada, afet öncesi, esnası ve sonrasındaki süreçlerde hem kamu kurumları hem de sivil toplum örgütlerinin tedarik zinciri yönetimine dair uygulamaları analiz edilmiştir. Bu çalışmada, kriz anlarında gıda ve yardım malzemelerinin etkili bir biçimde planlanması ve koordinasyonunun sağlanmasının hayati olduğu vurgulanmıştır. Tüm bu bulgular, afet koşullarında lojistik süreçlerin, depolama altyapısının ve denetim sistemlerinin sistematik şekilde yapılandırılmasının gerekliliğine işaret etmektedir.

Afet sonrası dönemde gıda güvenliğini teminat altına alabilmek için afet öncesi dönemde kapsamlı bir stok yönetimi yapılması, temizlik ve hijyen standartlarının yükseltilmesi gibi önleyici stratejilerin uygulanması önem arz etmektedir (FAO, 2020; Kızılay, 2023). Depremi ardından ortaya çıkan lojistik aksamalar ile birlikte yakıt ve temiz suya erişimde yaşanan sıkıntılar, besin hazırlama süreçlerini zorlaştırmaktadır. Bu durum, afet öncesinde dayanıklı, uzun raf ömrüne sahip ve yüksek besin değerine sahip ürünlerin stoklanmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır (FAO, 2020). Ayrıca, afet ortamlarında bulaşıcı hastalıkların (örneğin kolera, tifüs vb.) yayılma riski arttığından, dağıtımı yapılan gıdaların hijyenik koşullarda sunulması yaşamsal bir zorunluluk haline gelmektedir (Sphere Association, 2018).

Etkili bir afet sonrası gıda tedarik sistemi için, alternatif tedarikçi ağlarının önceden oluşturulması, bölgesel depo ve lojistik merkezlerinin planlanması ve bu sistemin dijital platformlarla entegre edilmesi gerekmektedir. Ayrıca yerel üreticilerle iş birliği kurulması, tarımsal kooperatiflerin desteklenmesi ve kısa tedarik zinciri modellerinin teşvik edilmesi, bölgesel dirençliliği artıran önemli stratejiler arasındadır (Altay ve Okumuş, 2023). Blokzincir gibi dijital teknolojiler, gıdanın kaynağından tüketiciye kadar olan tüm sürecin kayıt altına alınmasına ve afet sırasında bu zincirin denetlenebilir hale gelmesine olanak tanımaktadır (Arslanhan ve Delice, 2025). Böylece, afet bölgelerine ulaşan yardımların ne kadarının hangi yollarla ulaştırıldığı net bir şekilde izlenebilir ve oluşabilecek sorunların önüne geçilebilir.

Afet sonrası gıda güvenliği ve sürdürülebilir tedarik zinciri, sadece teknik bir lojistik mesele değil, aynı zamanda insan onurunu, kamu güvenliğini ve sosyal adaleti ilgilendiren çok yönlü bir konudur. Bu nedenle afet yönetim planlarının merkezine alınmalı ve çok paydaşlı bir yaklaşımla yürütülmelidir. Afet sonrasında gıda güvenliği ve sürdürülebilir tedarik zinciri, kriz yönetimi ve halk sağlığının korunması açısından temel öncelikler arasında yer almaktadır. Özellikle büyük ölçekli afetlerde lojistik ağların zarar görmesi, ulaşımın kesintiye uğraması ve altyapının tahrip olması nedeniyle, güvenli gıdaya erişim ciddi oranda zorlaşır (Uluggergerli, 2021). Bu bağlamda, etkili bir gıda tedarik zinciri planlaması, sadece kısa vadeli yardımın değil, aynı zamanda uzun vadeli iyileşme süreçlerinin başarısı için de gereklidir.

Afet sonrası gıda zincirinde en büyük zorluklardan biri, güvenilir tedarikçilerin ve lojistik altyapının hızla devreye alınmasıdır. Türkiye’de 2023

depremleri sonrasında yapılan bir araştırma, afet bölgelerine ulaştırılan gıdaların yaklaşık %40'ının güvenlik standartlarını karşılamadığını, ambalaj bütünlüğü, son kullanma tarihi ve saklama koşulları gibi kriterlerin büyük oranda ihmal edildiğini ortaya koymuştur (Çakır vd., 2025). Bu tür sorunlar, sadece fiziksel sağlık açısından değil; aynı zamanda güven krizine ve toplumsal huzursuzluklara da yol açmaktadır. Etkili bir afet sonrası gıda tedarik sistemi için, afet öncesinde alternatif tedarikçi ağlarının oluşturulması, bölgesel depo ve lojistik merkezlerinin planlanması ve bu sistemin dijital platformlarla entegre edilmesi gerekmektedir. Ayrıca yerel üreticilerle iş birliği kurulması, tarımsal kooperatiflerin desteklenmesi ve kısa tedarik zinciri modellerinin teşvik edilmesi, bölgesel dirençliliği artıran önemli stratejiler arasındadır (Altay ve Okumuş, 2023).

Tedarik zincirinde şeffaflığın ve izlenebilirliğin sağlanması da gıda güvenliğinin korunması açısından önemlidir. Blokzincir gibi dijital teknolojiler, gıdanın kaynağından tüketiciye kadar olan tüm sürecin kayıt altına alınmasına ve afet sırasında bu zincirin denetlenebilir hale gelmesine olanak tanımaktadır (Arslanhan ve Delice, 2025). Böylece, afet bölgelerine ulaşan yardımların ne kadarının hangi yollarla ulaştırıldığı net bir şekilde izlenebilir. Sonuç olarak, afet sonrası gıda güvenliği ve sürdürülebilir tedarik zinciri, sadece teknik bir lojistik mesele değil; aynı zamanda insan onurunu, kamu güvenliğini ve sosyal adaleti ilgilendiren çok yönlü bir konudur. Bu nedenle afet yönetim planlarının merkezine alınmalı ve çok paydaşlı bir yaklaşımla yürütülmelidir.

2.2. Afetlerde Gıda Riskleri Yönetimi

Afetlerin yol açabileceği olumsuz etkileri en aza indirmek ve afet öncesi hazırlık sürecinde gıda tedarikini güvence altına almak amacıyla çeşitli risk yönetimi stratejileri geliştirilmiştir. Altay ve Okumuş (2023) tarafından gerçekleştirilen bibliyometrik analiz, afet bağlamında gıda tedarikine ilişkin risk çalışmalarının üç temel temada toplandığını ortaya koymuştur: (1) genel gıda tedarik zinciri riskleri, (2) sürdürülebilir veya yeşil gıda tedarik zinciriyle ilişkili riskler ve (3) tarım temelli gıda tedarik zinciri riskleri. Bu çalışmada öne çıkan başlıca risk faktörleri arasında, tedarikçilerin güvenilirliği, stok düzeyleri, teslimatın sürekliliği ve operasyonel süreçlerde yaşanabilecek aksamalar yer almaktadır (Altay ve Okumuş, 2023).

Afet öncesinde yapılan hazırlıklar, bu risklerin etkilerini azaltmak adına büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda, alternatif tedarikçi ağlarının oluşturulması, merkezi ve bölgesel düzeyde stratejik gıda depolarının kurulması ve düzenli denetimlerle stok yönetiminin sağlanması gerekmektedir. Ayrıca, gıda güvenliği açısından riskli grupların (çocuklar, yaşlılar, hamileler, özel diyeti olan bireyler) ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik planlamalar yapılmalıdır. Bu planlamaların, afet yönetimiyle entegre çalışacak şekilde ulusal düzeyde standartlara bağlanması, müdahale sürecinin etkililiğini artıracaktır.

Öte yandan, literatürde afet anlarında oluşabilecek gıda krizlerine karşı çeşitli uygulamalı müdahale yöntemleri önerilmektedir. Bu yöntemler arasında mobil aşevleri ve sahra fırınları gibi taşınabilir gıda üretim sistemleri dikkat çekmektedir. Türkiye’de yaşanan büyük çaplı afetlerde bu tür mobil mutfaklar ve çadır fırınlar aracılığıyla hizmet verilmiş; özellikle risk grubunda yer alan yaşlı bireyler, çocuklar, bebekler ve hamile kadınlar için özel beslenme ihtiyaçlarını karşılayacak menüler hazırlanmıştır (Kızılay, 2023). Bu uygulamalar, yalnızca gıda temini sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda hijyen ve besin değeri açısından güvenli koşullar sunmayı hedeflemektedir.

Risk yönetiminin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için kamu kurumlarının, yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği içinde hareket etmesi, görev ve sorumluluklarının önceden belirlenmiş olması gerekir. Ayrıca, afet anında hızlı karar alınabilmesi adına senaryo bazlı tatbikatlar, eğitim programları ve teknolojik altyapıların hazır hale getirilmesi önerilmektedir. Böylelikle, gıda krizine karşı dirençli ve sürdürülebilir bir müdahale kapasitesi oluşturmak mümkün olacaktır.

3. YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

3.1. Mobil Mutfaklar ve Konteyner Aşevleri

Afet anlarında en temel insani ihtiyaçlardan biri olan beslenme, genellikle mevcut altyapının zarar görmesi nedeniyle sekteye uğrar. Bu gibi durumlarda mobil mutfaklar ve konteyner aşevleri, esnek yapıları sayesinde hızlı müdahale imkânı sunar. Özellikle sahra koşullarında sıcak ve hijyenik yemek hazırlanabilmesi, bu sistemleri afet yönetiminin vazgeçilmez bir parçası haline getirmiştir. Türkiye’de 6 Şubat 2023 depremleri sonrasında Kızılay ve çeşitli yerel yönetimler, mobil mutfaklar ve konteyner aşevleri kurarak

binlerce kişiye günlük sıcak yemek hizmeti sunmuştur (Kızılay, 2023). Bu uygulamalar, yalnızca fiziksel doyum değil, aynı zamanda psikososyal destek sağlama açısından da önemli görülmektedir.

Uluslararası örnekler de bu sistemlerin etkililiğini göstermektedir. Japonya'da 2011 Tōhoku depremi ve tsunamisi sonrasında, Japon Kızılhaçı ve sivil gönüllü kuruluşlar tarafından kurulan mobil mutfaklar, etkilenen bölgelerde haftalar boyunca sıcak yemek sağlayarak ciddi bir boşluğu doldurmuştur (Shaw, 2014). Benzer şekilde, FEMA'nın ABD'deki afet planlamalarında mobil gıda hizmetlerine öncelik verdiği ve afet sonrası 48 saat içinde dağıtımına hazır sistemlerin hazır bulundurulduğu bilinmektedir (FEMA, 2022). Bu sistemlerin başarısında dikkat çeken faktörlerden biri, önceden planlanmış lojistik ve koordinasyon kapasitesidir. Gıda malzemelerinin önceden paketlenmiş olarak sevkiyatı, enerji ihtiyacını karşılayacak jeneratörlerin ve su temini sistemlerinin mobil aşevleriyle birlikte düşünülmesi, müdahale kapasitesini artırmaktadır (Sphere Association, 2018). Ayrıca bu mutfakların, farklı beslenme gereksinimlerine göre özelleştirilmiş menüler hazırlayabilmesi de önemlidir. Yaşlı, çocuk ve hastaların beslenme ihtiyaçları gözetilerek hazırlanan menüler hem sağlık risklerini azaltmakta hem de afet mağdurlarının daha hızlı toparlanmasına katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, mobil mutfaklar ve konteyner aşevleri, afet sonrası gıda hizmetlerinde hem hızlı hem de güvenilir çözümler sunmaktadır. Ancak bu sistemlerin başarısı, önceden yapılmış planlama, yeterli kaynak, eğitilmiş personel ve toplumsal katılım ile doğrudan ilişkilidir.

3.2. Gıda Bankacılığı ve Yerel Tarım Ağları

Gıda bankacılığı ve yerel tarım ağları, afet sonrasında gıda güvenliğini sağlamak için dayanıklılığı yüksek ve sürdürülebilir çözümler sunmaktadır. Gıda bankacılığı, tarihsel olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde 1960'larda başlamış ve günümüzde yetmişden fazla ülkede faaliyet göstermektedir. Bu sistem, fazla gıdanın toplanarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını sağlar (Feeding America, 2023). Türkiye'de ise TİDER (Temel İhtiyaç Derneği) ve çeşitli belediyeler aracılığıyla kurulan gıda bankaları, afet dönemlerinde etkin yardım ağları haline gelmiştir.

Afet sonrası koşullarda gıda bankalarının rolü, sadece yardım amaçlı değil, aynı zamanda israfı önleme ve yerel ekonomiyi destekleme açısından da

kritiktir. Gıda bankalarının yerel üreticiler, marketler ve restoranlar ile kurdukları iş birlikleri sayesinde tedarik zincirinde oluşan kırılmaları azaltabilir. Bu yönüyle sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle de uyumludur (FAO, 2021). Yerel tarım ağları ise özellikle kırsal bölgelerde afet sonrası toparlanma süreçlerine büyük katkı sağlamaktadır. Toplum Destekli Tarım (TDT) sistemleri, üretici ve tüketici arasında doğrudan bağ kurarak güvenli gıdaya erişimi kolaylaştırır. Demircan Yıldırım (2024), İzmir’deki bir TDT örneğini analiz ettiği çalışmada, bu sistemlerin kriz zamanlarında hem üreticiyi hem de tüketiciyi koruyan etkili bir model sunduğunu belirtmektedir. Ayrıca TDT, küçük çiftçilerin afet sonrası gelir kaybı yaşamasını engellemekte ve yerel ekonominin yeniden canlanmasına katkı sunmaktadır.

Uluslararası literatürde de bu ağların afet sonrası toparlanma kapasitesini artırdığına dair bulgular yer almaktadır. Örneğin, Hindistan’da Kerala eyaletinde yaşanan 2018 sel felaketi sonrasında yerel kooperatifler ve TDT grupları, afet sonrası gıda dağıtımını hızlı ve düşük maliyetli bir şekilde gerçekleştirmiştir (Patel vd., 2020). Gıda bankacılığı ve yerel tarım ağları, afetlere dirençli gıda sistemlerinin inşasında tamamlayıcı roller üstlenmektedir. Bu yapılar, sadece afet zamanında değil, normal dönemlerde de sosyal adalet, gıda güvencesi ve israfı önleme hedeflerine hizmet eden çok yönlü araçlardır.

3.3. Dijital Lojistik ve Akıllı Dağıtım Platformları

Afet zamanlarında hızlı, şeffaf ve izlenebilir yardım süreçleri oluşturmak için dijital teknolojiler giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Özellikle blokzincir, yapay zekâ ve IoT (nesnelerin interneti) destekli sistemler, gıda tedarik zincirinin takibini kolaylaştırmakta ve güvenilirliği artırmaktadır. Arslanhan ve Delice (2025), blokzincir teknolojisinin gıda tedarikinde izlenebilirliği sağladığını, tedarik zincirindeki her aşamanın şeffaf biçimde kaydedilmesine olanak tanıdığını belirtmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Programı (WFP), *"Building Blocks"* adlı blokzincir tabanlı sistemini Ürdün’deki mülteci kamplarında başarıyla uygulamış; bu sistem sayesinde hem nakit transferleri hem de gıda alımları güvenli ve hızlı şekilde gerçekleştirilmiştir (World Food Programme, 2019). Bu tür örnekler, afet bölgelerinde dijital çözümlerle kaynakların izlenebilirliğini artırmanın mümkün olduğunu göstermektedir. Türkiye özelinde, afetlerde

kullanılan dijital platformlar genellikle bağış yönetimi, yardım koordinasyonu ve kaynak tahsisi odaklıdır. Ancak son yıllarda mobil uygulamalar aracılığıyla sahadaki ihtiyaçlara yönelik hızlı lojistik yönetimi yapılmasına olanak sağlayan örnekler artmaktadır. Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD) ve yerel belediyelerin geliştirdiği mobil sistemler, yardım çağrılarını merkezi olarak toplayarak dağıtımı hızlandırmaktadır.

Akıllı dağıtım platformları malzeme lojistiğinin yanı sıra ihtiyaç sahiplerinin önceliğini ve gıdaların türüne göre ayrıştırılmasını sağlamaktadır. Yapay zekâ tabanlı tahminleme sistemleri, afet bölgesinde hangi ürünlere ne ölçüde ihtiyaç duyulacağını hesaplayarak gereksiz yığılmaların ve israfın önüne geçebilir (Fatima, 2021). Bu sistemlerin sürdürülebilir biçimde çalışabilmesi için güçlü bir dijital altyapı, veri güvenliği, kullanıcı dostu arayüzler ve yerel kapasite inşası büyük önem taşır. Dijital lojistik sistemleri, afetlerin karmaşık yapısına uyum sağlayabilen esnek ve ölçeklenebilir çözümler sunduğu için geleceğin afet yönetim stratejilerinde merkezi bir rol oynamaya adaydır.

3.4. Toplumsal Sorumluluk Perspektifiyle Gıda Yardımı

Afet sonrası dönemlerde yerel gıda tedarikinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla Toplum Destekli Tarım (TDT) ve kooperatif temelli yapılar, dayanıklı ve katılımcı çözümler olarak ön plana çıkmaktadır. Demircan Yıldırım (2024), İzmir'de yürütülen bir TDT girişimini incelediği vaka analizinde, bu modeli dayanışma ekonomilerine ilham veren bir alternatif olarak tanımlamaktadır. Yazar, TDT'nin özellikle kapitalist gıda sistemlerinin neden olduğu yapısal sorunlara karşı, yerel üretici ile tüketici arasında doğrudan bir bağ kurarak güvenilir gıdaya erişimi mümkün kıldığını ifade etmektedir. Bu yönüyle TDT uygulamaları, afet gibi olağanüstü durumlarda hızla organize olabilen topluluk temelli dağıtım sistemlerinin kurulmasına zemin hazırlayabilmektedir (Demircan Yıldırım, 2024). Aynı şekilde, gıda kooperatifleri ile üretici birliklerinin de afet dönemlerinde önemli roller üstlenebileceği vurgulanmaktadır. Bu tür yapılanmalar, üyeleri arasında dayanışmayı teşvik ederken, aynı zamanda kriz koşullarında lojistik destek sağlayarak temel gıda ihtiyaçlarının karşılanmasında işlevsel avantajlar sunmaktadır (Ekoiq, 2023).

4. SONUÇ

Bu çalışmanın temel bulguları, afet sonrası gıda güvenliğinin sağlanmasında çok katmanlı ve iş birlikçi stratejilerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından sağlanan rehberler, afet bölgelelerinde ihtiyaç duyulan gıdanın etkin biçimde ulaştırılabilmesi için mevcut tedarik zincirlerinin hızlıca yeniden kurulması gerektiğini vurgulamaktadır (Sphere Association, 2018; FAO, 2020). Benzer şekilde, literatürde topluluk temelli katılımcı programların gıda erişimini ve besin çeşitliliğini iyileştirmede etkin olduğu bulunmuştur (Demircan Yıldırım, 2024; Patel vd., 2020). Çalışma kapsamında incelenen yenilikçi teknolojiler ise tedarik zincirinde şeffaflık ve verimlilik sağlayarak gıda güvenliğini desteklemektedir; örneğin blockchain tabanlı izlenebilirlik sistemleri, kirlenmiş parti tespiti ve geri çağırma süreçlerini hızlandırarak sağlık risklerini azaltmaktadır (Arslanhan ve Delice, 2025; World Food Programme, 2019). Ayrıca yerel üretim ağları ve farklılaşmış tarımsal uygulamalar (kentsel tarım, dikey tarım, kooperatif çiftçilik vb.) kriz dönemlerinde gıda arzının sürekliliğini sağlamada önemli avantajlar sunmaktadır (FAO, 2021; Feeding America, 2023).

Kamu Kurumları: Kamu yönetimleri, afet planlarına gıda güvenliği stratejilerini entegre etmeli; afet öncesi stratejik gıda rezervleri oluşturmali ve lojistik altyapıyı güçlendirmelidir (Altay ve Okumuş, 2023; Kızılay, 2023). Erken uyarı sistemleri kurmak ve dijital izlenebilirlik teknolojilerini (örneğin sensör ağları, veri tabanları) tedarik zincirine dâhil etmek, müdahale süreçlerinin verimliliğini artıracaktır (Arslanhan ve Delice, 2025). Ayrıca politika yapıcılar, yerel üretimi teşvik eden programlar ve kurumsal destek mekanizmaları ile topluluk bahçeleri, kırsal kalkınma projeleri ve tarımsal kooperatifleri destekleyerek esnek ve dayanıklı tedarik ağları oluşturmali (Demircan Yıldırım, 2024).

Sivil Toplum Kuruluşları: STK'lar, afet sonrasında topluluk temelli müdahale kapasitesini güçlendirmeli ve gıda erişimini destekleyecek programlar uygulamalıdır (Feeding America, 2023; Patel vd., 2020). Topluluk destekli tarım projeleri, yemek bankaları ve gönüllü ağları aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine doğrudan gıda yardımı ve bilgi desteği sağlanarak yerel dayanışma artırılabilir. Afet öncesi eğitim ve kapasite geliştirme çalışmalarıyla halk hazırlıklı hale getirilmeli ve afet planlamasına sivil toplum temsilcileri de dâhil

edilerek ihtiyaçların doğru belirlenmesi sağlanmalıdır. Bu yaklaşım, kaynakların etkin dağıtımını ve gıda güvenliğinin sürdürülebilirliğini destekleyecektir (Sphere Association, 2018).

Özel Sektör: Özel sektör kuruluşları, tedarik zincirinde şeffaflığı artıracak dijital teknolojileri (blockchain vb.) benimseyerek afet hazırlıklarına yatırım yapmalıdır (World Food Programme, 2019). Üretim ve dağıtım süreçlerinde yerel tedarikçilere öncelik vererek tedarik ağının esnekliği güçlendirilebilir. Dikey tarım, taşınabilir soğuk hava üniteleri ve mobil uygulamalar gibi yenilikçi teknolojiler için Ar-Ge çalışmalarına destek sağlanmalı; kriz anında hızlı gıda ulaştırmayı mümkün kılan lojistik iş birlikleri ve dağıtım ağları kurulmalıdır (FEMA, 2022).

Akademi: Akademik çevreler, afet sonrası gıda güvenliği alanında araştırma ve eğitim faaliyetlerini artırmalıdır (Altay ve Okumuş, 2023). Özellikle gıda güvenliğinin “istikrar” boyutu ile topluluk temelli yaklaşımların uzun vadeli etkisi üzerine deneysel ve karşılaştırmalı çalışmalar yapılmalı; katılımcı yöntemlerin etkinliği analiz edilmelidir. Akademisyenler, afet modellemeleri, senaryo analizleri ve saha çalışmaları ile elde ettikleri verileri politika yapıcılarla paylaşmalı; iklim bilimleri, tarım teknolojileri ve sosyo-ekonomik araştırmaları bir araya getirerek disiplinler arası çözümler geliştirmelidir.

Sonuç olarak, çalışmada gıda güvenliğinin tüm boyutlarını kapsayan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Özellikle istikrar boyutunu (tüketilebilir gıdanın srekliiliğini) doğrudan ölçen veri eksikliği ve karşılaştırmalı metodolojik çalışmaların yetersizliği önemli bir araştırma boşluğu oluşturmaktadır (FAO, 2021; Zhou vd., 2022). Gelecekteki alışmalar, farklı afet senaryolarında ve topluluk yapılarında çok değişkenli analizler ile saha deneyleri içermelidir. Ayrıca yenilikçi teknolojilerin ve yerel üretim modellerinin uygulamadaki etkinliğini inceleyen alan araştırmalarıyla bilgi tabanı zenginleştirilmelidir. Bu sayede afet sonrası gıda tedariki için daha sağlam stratejiler geliştirilebilecek ve uygulamalara dönük bilimsel temelli öneriler oluşturulabilecektir.

KAYNAKÇA

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), (2023). *Afet Bilgi Sistemleri ve Dijital çözümler*. <https://www.afad.gov.tr>
Erişim Tarihi: 20.05.2025

Altay, B.C., & Okumuş, A. (2023). Afetlere hazırlık ve müdahale aşamalarında gıda tedarikinde tedarikçilerle ilgili riskler ve risk yönetimi. *Journal of Transportation and Logistics*, 8(2), 303–311.

Akarçay, E. (2023). *Afet Koşullarında Gıda Güvencesi*. Gaziantep: Özgür Yayınları.

- Aleffi, C., & Cavicchi, A. (2020). The Role of Food and Culinary Heritage for Post-Disaster Recovery. Leitch, M. & Santos, C.E. (Ed.), *Gastronomy and Local Development: The Quality of Products, Places and Experiences* (201–216). Routledge.
- Arslanhan, H., & Delice, Y. (2025). Blok zincir teknolojisinin ilaç ve gıda tedarik zincirindeki rolü: Karşılaştırmalı bir bibliyometrik literatür taraması. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(2), 749–776.
- Çakır, M.A., Mercan, Y., İçyer, N.C., & Bozkurt, F. (2025). Post-disaster food safety and food security: An example of the Türkiye earthquake. *Food Security*, 17, 671–685 (2025).
- Demircan Yıldırım, P. (2024). Dayanışma ekonomilerinde topluluk destekli tarım: İlham verici bir model. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 510–527.
- FAO, (2015). The State of Food Insecurity in the World 2015. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org/agrifood-economics/publications/detail/en/c/288368/> Erişim Tarihi: 20.05.2025
- FAO, (2020). *Nutrition in Emergencies: A Resource for Professionals*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <http://www.fao.org/emergencies> Erişim Tarihi: 20.05.2025
- FAO, (2021). *The state of food and agriculture 2021: Making agrifood systems more resilient to shocks and stresses*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org> Erişim Tarihi: 20.05.2025
- Fatima, S. (2021). AI For Disaster Management: Predicting Natural Disasters and Optimizing Emergency Responses. *International Journal of Arts & Education Research* 10(2):2278-9677.
- Feeding America. (2023). *What is a Food Bank?* <https://www.feedingamerica.org/our-work/food-bank-network> Erişim Tarihi: 04.05.2025
- FEMA, (2022). *Disaster Logistics: Planning and Response Strategies*. Federal Emergency Management Agency. <https://www.fema.gov.tr> Erişim Tarihi: 20.05.2025
- Gastronomi Dergisi. (2023). 2023 Kahramanmaraş depremlerinde beslenme yönetimi: Konteyner mutfak ve toplu yemek dağıtımı uygulamaları. *Gastronomi ve Kriz*, 5(2), 45–53.
- Kızılay, (2023). *2023 Türkiye Depremi İhtiyaç ve Müdahale Raporu*. Ankara. Türk Kızılayı Yayınları. <https://www.kizilay.org.tr/Upload/Dokuman/Dosya/turkiye-kizilay-dernegi-2023-yili-faaliyet-raporu--24052024-30-05-2024-99286421.pdf> Erişim Tarihi: 27.05.2025.
- Patel, A., Rajagopalan, A., & Thomas, J. (2020). Community-supported agriculture as a post-disaster food system recovery strategy: Lessons from Kerala, India. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50, 101723.
- Shaw, R. (2014). Community Practices for Disaster Risk Reduction in Japan. *International Environment and Disaster Management*. ISBN 978-4-431-54246-9 (ebook)
- Sphere Association. (2018). *The Sphere Handbook: Humanitarian Charter and Minimum Standards in Humanitarian Response*. Practical Action Publishing.
- Uluggerli, F.G. (2021). Afet tedarik zinciri yönetimi: Nitel bir araştırma. *Resilience Dergisi*, 5(1), 1–20.
- World Food Programme, (2019). *Building Blocks: Blockchain for Zero Hunger*. <https://innovation.wfp.org/project/building-blocks>. Erişim Tarihi: 20.05.2025
- Zhou, Y., Liu, Y., & Lin, P. (2022). Artificial intelligence-enabled demand prediction and resource optimization in disaster logistics. *Expert Systems with Applications*, 187, 115942.

TASARIM DİSİPLİNİ VE GASTRONOMİ EĞİTİMİ

Sedef ÖZGÖNÜL DONUKTAN

Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, Uygulamalı Yönetim Bilimleri Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

sedefozgonul@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9573-3535

1. GİRİŞ

Son yıllarda, tasarım odaklı düşünme yaklaşımı insan merkezli, yaratıcı ve yinelemeli problem çözme süreçlerini vurgulayan yapısıyla çeşitli akademik disiplinlerde dönüştürücü bir teknik olarak öne çıkmıştır ve günümüz eğitim yöntemlerini önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi alanında yaratıcılık, duyuşsal deneyim ve sürekli yenilik gerektiren doğası sayesinde tasarım odaklı düşünme ilkelerinin uygulanması için özgün bir bağlam sunulmaktadır. Uygulamalı sanatlar ve mühendislik alanlarının kökeninden tarihsel olarak evrilerek gelişen tasarım disiplini; zamanla endüstriyel, grafik, etkileşim ve hizmet tasarımı gibi belirli teknolojik gelişmelere ve toplumsal taleplere yanıt veren alt alanlara sahip özerk bir akademik disiplin hâline gelmiştir. Bu çalışma, gastronomi ve mutfak sanatları eğitiminde tasarım odaklı düşünmenin kuramsal temellerini, tarihsel gelişimini ve pratik uygulamalarını incelemektedir. Tasarım odaklı düşünmenin entegre edildiği küresel müfredat örneklerini analiz etmekte, bu metodolojiler ile mutfak pedagojileri arasındaki uyumu değerlendirmekte ve uygulamaya ilişkin avantajları, zorlukları ve eleştirel bakış açılarını ele almaktadır. Kapsamlı bir derleme yoluyla, bu çalışma tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimine entegrasyonunun öğrencilerin yaratıcı yeterliliklerini sistematik olarak geliştirebileceğini ve onları çağdaş gastronomik uygulamaların değişen taleplerini karşılamaya hazırlayabileceğini ortaya koymaktadır.

2. TASARIM VE EĞİTİMDE TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME

Tasarımın mühendislik ve uygulamalı sanatlardan ayrı, özgün bir disiplin olarak evrimi sanayileşmenin ortaya çıkışıyla başlamış ve zaman içerisinde tasarım okullarının kurulması ve tasarım yöntemlerinin resmileştirilmesi gibi tarihsel ve kurumsal faktörlerden etkilenmiştir. Özellikle XIX. yüzyılın sonları ve XX. yüzyılın başlarındaki tarihsel dönüm noktaları, tasarımın

sanat ve teknolojiyle birlikte akademikleşmesine tanıklık etmiş ve tasarım yeniliğine elverişli bir ortam oluşturmuştur (Hargadon ve Douglas, 2001).

Tasarımın meşru bir çalışma alanı olarak tanınmasını sağlayan başlıca kurumsal değişiklikler arasında, uzmanlaşmış tasarım programlarının oluşturulması ve tasarım metodolojilerinin benimsenmesi yer almaktadır. Bauhaus ve Arts and Crafts hareketi gibi etkili figürler ve akımlar, tasarımın işlevsel ve estetik entegrasyonunu daha geniş toplumsal bağlamlarda savunmuş, böylece onun geleneksel mühendislik ve uygulamalı sanatlardan ayrılmasını desteklemiştir (Hargadon ve Douglas, 2001; Murtagh vd., 2016). Mesleki kuruluşların ve akademik ağların kurulması, tasarımın özgün metodolojilerini ve mühendislik uygulamalarından farklı teorik temellerini vurgulayarak onun akademik bir disiplin olarak sağlamlaşmasına daha da katkıda bulunmuştur. Özellikle çağdaş tasarım eğitimi üzerine yapılan değerlendirmeler, yaratıcılığın, problem çözmenin ve toplumsal sorumluluğun teşvik edilmesinin önemine dikkat çekmiş ve yükseköğretimde tasarımın rolünü daha da belirginleştirmiştir (Murtagh vd., 2016).

Tasarım disiplini, her biri kendine özgü odak noktalarına ve metodolojilere sahip çeşitli alt dallara evrilmiştir. Başlıca alt alanlar arasında endüstriyel tasarım, grafik tasarım, etkileşim tasarımı, hizmet tasarımı, moda tasarımı ve iç mekân tasarımı bulunmaktadır. Bu alanların her biri, büyük ölçüde toplumsal ihtiyaçlardaki değişimler, teknolojideki ilerlemeler ve kullanıcıların ürünler ve hizmetlerle olan etkileşimlerinin giderek karmaşıklaşması nedeniyle ortaya çıkmış ve ayrılmıştır (Hargadon ve Douglas, 2001). Tarihsel olarak, endüstriyel tasarım XX. yüzyılın başlarında seri üretimin ortaya çıkışıyla önem kazanmış ve tüketici ürünlerinde işlevsellik ile estetiğe vurgu yapmıştır (Murtagh vd., 2016). Grafik tasarım, basılı medya ve dijital teknolojilerin yükselişiyle birlikte gelişirken, etkileşim tasarımı dijital platformların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmış ve kullanıcı deneyimi ile arayüz tasarımına odaklanmıştır (Susko vd., 2019). Hizmet tasarımı ise daha yakın bir dönemde, kullanıcı odaklı ve verimli hizmet etkileşimleri yaratma ihtiyacına yanıt olarak gelişmiştir (Li vd., 2024).

Tasarım odaklı düşünme, özellikle tasarım ve mühendislik alanlarında geleneksel problem çözme yöntemlerinin sınırlılıklarına bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır. Temelleri, 1960'lar ve 1970'lerde tasarımcıların kullanıcı mer-

kezli bir yaklaşıma odaklandıkları, empati ve yinelemeyi temel unsurlar olarak entegre ettikleri tasarım uygulamalarına kadar uzanır. Tasarım odaklı düşünmenin resmileştirilmesinde kilit bir figür, “*The Sciences of the Artificial*” adlı kitabında insan ihtiyaçlarını önceliklendiren sistematik bir problem çözme yaklaşımını tanıtan Herbert Simon’dur (Ospina ve Sánchez, 2022). Bu öncü çalışma, Richard Buchanan ve Donald Norman gibi akademisyenler tarafından daha da geliştirilmiş ve tasarım odaklı düşünmenin yinelemeli süreçleri ile iş dünyası, sağlık hizmetleri ve eğitim gibi çeşitli alanlardaki uygulanabilirliği açısından ayrıntılı hale dönüştürülmüştür (Martins vd., 2019; Svalina vd., 2022).

Tasarım odaklı düşünme kavramı, David Kelley tarafından Stanford Üniversitesi’nde kurulan IDEO adlı tasarım danışmanlık firmasının çabaları sayesinde büyük ölçüde ilgi görmüş; özellikle Tim Brown’ın liderliğinde, 2000’li yılların başlarında yayımlanan etkili yayınlar ve atölye çalışmaları aracılığıyla farklı sektörlerde yeniliği teşvik etme konusunda etkinliği gösterilmiştir (Mahmoud vd., 2016). Brown ve Katz (2011), empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme aşamalarını içeren aşamalı bir tasarım odaklı düşünme çerçevesi ortaya koyarak uygulayıcılar için netlik sağlamışlardır. Zamanla, tasarım odaklı düşünme profesyonel tasarım içinde özel bir yöntem olmaktan çıkarak çeşitli alanlara uygun geniş bir disiplinlerarası yaklaşıma dönüşmüştür. Bu dönüşüm büyük ölçüde, yaratıcılığı ve eleştirel düşünmeyi teşvik eden bir öğretim yöntemi olarak eğitim bağlamlarında yaygın şekilde kabul görmesinden kaynaklanmaktadır (Santos vd., 2023). Tasarım odaklı düşünmenin son dönem uygulamaları karmaşık toplumsal sorunlara odaklanmakta; bu da sağlık hizmetleri ve kamu politikası gibi alanlarda onun geçerliliğini vurgulamakta ve çok yönlülüğünü ortaya koymaktadır (Yedra ve Aguilar, 2021; Ziegler vd., 2020).

Kısacası tasarım odaklı düşünme; yaratıcı fikir üretimi, yinelemeli problem çözme ve deneyimsel öğrenmeyi birleştirerek karmaşık sorunlara çözüm üretmeyi amaçlayan, insan merkezli bir yenilik metodolojisidir (Benson ve Dresdow, 2015; Frow vd., 2015). İnsan merkezli ilke, kullanıcı ihtiyaçlarını ve arzularını anlamaya odaklanırken; yaratıcı düşünme, alışılmışın dışında çözümleri keşfetmeyi teşvik eder (Benson ve Dresdow, 2015; Glen vd., 2014). Yinelemeli problem çözme, fikirlerin prototipleme ve test etme yoluyla dönüşel olarak geliştirilmesiyle sağlanır ve çözümlerin gerçek dünya geri bildirimlerine dayalı olarak evrilmesine olanak tanır (Benson ve Dresdow, 2015;

Frow vd., 2015). Temel ilkelerden biri olan deneyimsel öğrenme ise, katılımcıları uygulamalı etkinlikler ve yansıtıcı pratikle sürece dâhil ederek kavrayış ve anlayışlarını derinleştirir (Frow vd., 2015). Bu süreci yapılandıran standart aşamalar “*empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme*” olarak sıralanmaktadır (Şekil 1).

Şekil 1. Tasarım odaklı düşünmenin aşamaları



Kaynak: Brown ve Katz, (2011)

Şekil 1’de yer alan aşamalar kullanıcılarla derin empati kurarak başlar; sorunun doğru çerçevelenmesini, çok sayıda fikir üretilmesini, somut prototipler oluşturulmasını ve bu prototiplerin sıkı biçimde test edilerek daha fazla geliştirme için yinelemeli geri bildirim elde edilmesini içerir (Benson ve Dresdow, 2015; Glen vd., 2014). Ancak, tasarım odaklı düşünmenin geleneksel tasarım alanları dışındaki uygulamalarıyla ilgili çeşitli eleştiriler gündeme getirilmiştir. Önemli bir endişe, bu yaklaşımı destekleyecek sağlam bir teorik temelin eksik olmasıdır; bu da farklı disiplinlerde tasarım odaklı düşünme ilkelerinin yanlış yorumlanmasına yol açabilmektedir (Verganti vd., 2021). Eleştirmenler, tasarım odaklı düşünmenin bazı alanlardaki karmaşıklıkları aşırı basitleştirebileceğini, özellikle tıp veya kamu politikası gibi derin uzmanlık gerektiren alanlarda yetersiz kalabileceğini savunmaktadır (Loewe, 2019). Bağlamın ve hedef kitlenin ihtiyaçlarının gerçek anlamda anlaşılma-dan yüzeysel bir şekilde uygulanma ihtimali de vurgulanan bir başka sorundur (Baldassarre vd., 2024; Figueiredo, 2021).

Tasarım odaklı düşünmenin geleneksel tasarım uygulamalarından iş dünyası, eğitim ve sağlık gibi daha geniş alanlara taşınması, onun çok yönlülüğünü ve geçerliliğini ortaya koymaktadır. Tasarım odaklı düşünmeyi temel alan disiplinlerarası çerçeveler, karmaşık toplumsal sorunlara yönelik yenilikçi çözümler üretme potansiyeline sahiptir. Ancak, bu yöntemin uygu-

lanmasına ilişkin eleştiri ve sınırlılıkların dikkate alınması, yöntemin düşünceli ve bağlamsal bir şekilde kullanılmasını sağlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Tasarım odaklı düşünme, öğrenciler arasında yenilikçilik, eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirme potansiyeli nedeniyle, çeşitli disiplinlerdeki eğitim müfredatlarına giderek daha fazla entegre edilmektedir. Birçok üniversite, müfredatlarında tasarım odaklı düşünme ilkelerine açıkça yer vermekte ve karmaşık sorunlara insan merkezli yaklaşımları inceleyen dersler yapılandırmaktadır. Örneğin, sanat ve mühendislik programlarında tasarım odaklı düşünmeye odaklanan dersler, yaratıcı çözümleri teşvik etmek amacıyla tasarım odaklı düşünmenin pratik uygulamalarını entegre etmektedir (Li ve Wang, 2024; Kanova vd., 2024).

İşletme eğitimi alanında, üniversiteler tasarım odaklı düşünmeyi girişimcilikle ilişkilendiren yenilikçi metodolojilere vurgu yapmaktadır. Örneğin, derslerde tasarım odaklı düşünmenin iş modeli yeniliğini nasıl yönlendirdiği incelenmekte ve öğrencilerin yaratıcı problem çözme gerçek dünya bağlamlarında uygulamalarına olanak tanıyan proje tabanlı öğrenme yöntemleri entegre edilmektedir (Kanova vd., 2024). Benzer şekilde, hukuk eğitimi de tasarım odaklı düşünmeyi benimsemeye başlamış; senaryo temelli pratik projeler aracılığıyla hukuk öğrencilerinde analitik beceriler ve yaratıcılık gibi yetkinlikleri geliştirmeyi amaçlamaktadır (Danylchenko-Cherniak, 2024).

Sınıf içi uygulamalarda tasarım odaklı düşünmenin entegrasyonunu destekleyen pedagojik çerçeveler arasında deneyimsel öğrenme ve işbirlikli öğrenme modelleri bulunmaktadır. Çift elmas modeli gibi çerçeveler, keşfetme, tanımlama, geliştirme ve sunma aşamaları aracılığıyla tasarım odaklı düşünme sürecine yapılandırılmış bir yaklaşım sunmakta ve öğrencilerin gerçek dünya problemleriyle eleştirel bir şekilde ilgilenmelerini sağlamaktadır (Pasko ve Kravchenko, 2023). Bu çerçeveler içinde takım çalışmasına ve disiplinlerarası iş birliğine yapılan vurgu, eğitim deneyimini geliştirerek onu çağdaş zorluklarla daha ilişkili hale getirmektedir (Cochrane ve Munn, 2020). Özetle, çeşitli eğitim disiplinlerinde tasarım odaklı düşünmenin entegrasyonu; iş birliğini, yaratıcılığı ve pratik problem çözme yeteneklerini vurgulayan pedagojik çerçevelerin uygulanmasını ve yenilikçi ders tasarımı içerir.

3. GASTRONOMİ EĞİTİMİNDE TASARIM ODAKLI DÜŞÜNME

Tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimine entegrasyonu dünya genelinde ivme kazanmaktadır ve bu durum, mutfak programlarının öğrenci katılımını ve yaratıcılığını artıran yenilikçi pedagojileri benimsemelerine olanak tanımaktadır. Çeşitli akademik çalışmalar ve mutfak enstitüleri, gastronomi eğitiminde tasarım odaklı düşünmenin etkinliğini incelemiş ve bunun öğrenci öğrenmesi ile beceri gelişimi üzerindeki etkisini belgelemektedir.

Tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimine entegrasyonuna dair dikkat çekici örneklerden biri, mutfak sanatlarını tıp eğitimiyle birleştirerek sağlık profesyonellerine beslenme ve yemek hazırlama konularında eğitim vermeyi amaçlayan mutfak tıbbı – culinary medicine – programlarında görülebilir (Vasques vd., 2024; Wood vd., 2023; Thomas vd., 2024). Bu programlar genellikle uygulamalı yaklaşımlar kullanmakta; öğrencilerin sağlık sonuçlarını ve beslenme gereksinimlerini dikkate alarak doğrudan yemek pişirme ve yemek planlamaya katılmalarını sağlamaktadır.

Ayrıca, Traynor ve arkadaşlarının (2020) çalışması gibi araştırmalar, gastronomi eğitiminin öğrencilerin alışılmadık yiyecek eşleştirmelerine verdikleri tepkiler üzerindeki etkisini incelemekte ve sonuçları, gastronomi alanında yenilikçilik ve keşfi teşvik eden tasarım odaklı düşünme metodolojileriyle ilişkilendirmektedir. Buna ek olarak, Saskatchewan Üniversitesi gibi kurumlarda düzenlenen disiplinlerarası atölye çalışmaları, tasarım odaklı düşünme ilkelerini içeren işbirlikçi öğrenme deneyimleri sunmakta ve bu sayede mutfak sanatları öğrencilerinde yaratıcılığı ve problem çözme becerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir (Liefers vd., 2021). Daha ileri çalışmalar, gastronomi eğitimi teşvik eden programların, öğrencilerin beslenme bilgilerini ve gıda ile ilgili bağlamlarda eleştirel düşünme yetilerini etkili bir şekilde geliştirebileceğini göstermektedir (Amoah vd., 2024; D’Adamo vd., 2021).

3.1. Tasarım Odaklı Düşünmede Temel İlkeler ve Gastronomi Eğitimi

Tasarım odaklı düşünmenin temel ilkeleri “insan merkezlilik, yaratıcılık, yinleme ve deneyimsel öğrenme” ile gastronomi ve mutfak sanatları eğitimiyle kavramsal olarak çeşitli açılardan örtüşmektedir. Bu kapsamda tasarım odaklı düşünmenin temel ilkeleri ile gastronomi eğitimi arasındaki kavramsal uyum aşağıda detaylı olarak açıklanmaktadır.

İnsan Merkezlilik: Tasarım odaklı düşünmenin temelinde, son kullanıcının ihtiyaçlarını problem çözme sürecinin merkezine yerleştiren “*insan merkezli bir yaklaşım*” bulunmaktadır. Gastronomi eğitiminde bu odak noktası, yemeğin duysal, kültürel ve duygusal boyutlarına verilen öncelik olarak yansımaktadır. Şefler ve gastronomi öğrencileri yalnızca yemekler yaratmayı değil, aynı zamanda farklı kitlelerle duygusal olarak uyumlu, bütüncül gastronomik deneyimler tasarlamayı da öğrenirler. Bu da empatik anlayışı olan tasarım odaklı düşünmenin temel ilkelerinden biri olarak örneklemektedir (Kim vd., 2022; Dai vd., 2019). Bu yemeğe dair bakış açısı, eğitimcilerin müfredata müşteri geri bildirimi, kültürel araştırma ve duysal değerlendirmeleri dâhil etmelerini gerektirir. İnsan merkezli yöntemlerin benimsenmesiyle mutfak programları, gıda tasarımında yeniliğin halkın değişen tat ve sağlık beklentileriyle uyumlu ve güncel kalmasını sağlamaktadır (Kim vd., 2022).

Yaratıcı Düşünme: Tasarım odaklı düşünmenin bir diğer temel direğidir ve yeni fikirler üretmenin ön planda olduğu gastronomi eğitiminde kritik bir rol oynamaktadır. Gastronomi bağlamlarında yaratıcı düşünme, öğrencilerin geleneksel tarifleri yeniden hayal etmelerini, füzyon mutfakları icat etmelerini ve çağdaş eğilimleri ile kültürel mirasları yansıtan tamamen yeni gastronomik deneyimler geliştirmelerini mümkün kılar. Yapılandırılmış yaratıcı yöntemlerin, öğrencilerin farklı açılardan düşünme becerilerini ve karmaşık sorunlara birden fazla çözüm bulma yetilerini önemli ölçüde artırabileceği araştırmalarla gösterilmiştir (Fatmawati vd., 2022). Mutfak inovasyonu, bu serbest fikir üretme kapasitesinden fayda sağlar; çünkü şefler alışılmadık malzemeleri birleştirmeye, yeni tekniklerle denemeler yapmaya ve duysuları uyaran yenilikçi tabak sunumları geliştirmeye teşvik edilirler. Yaratıcı düşünmenin mutfak pratiğine dâhil edilmesi, yemeğin yalnızca bir besin kaynağı olmanın ötesine geçerek bir sanat formu hâline gelmesini sağlayan dönüştürücü bir yeniden düşünme sürecini davet eder (Fatmawati vd., 2022).

Yinelemeli Problem Çözme: Fikirlerin geri bildirim, test ve değişiklik döngüleri yoluyla sürekli olarak geliştirilmesi sürecidir. Bu ilke hem tasarım odaklı düşünmede hem de mutfak sanatlarında işlerlik kazanmaktadır. Mutfak sınıfında yinelemeli problem çözme, öğrencilerin tarifler ve sunumlar üzerinde denemeler yapması ve tat testleri sırasında arkadaşları ile öğretmenlerinden gelen geri bildirimleri entegre etmesiyle gerçekleşir. Bu döngüsel yaklaşım, başarısızlığın iyileşme yolunda kritik bir adım olarak kabul edil-

diği tasarım odaklı düşünmenin “*hızlı başarısız ol, çabuk öğren*” anlayışını yansıtır (Hu vd., 2016; Fatmawati vd., 2022). Öğrenciler bir yemeğin farklı varyasyonlarını prototipleyip test ettikçe, lezzet, doku ve görsel çekicilikteki ince iyileştirmeleri fark etmeyi öğrenir ve en iyi mutfak yaratımına ulaşırlar.

Deneyimsel Öğrenme: Tasarım odaklı düşünmenin temel taşlarından biri olan deneyimsel öğrenme, modern gastronomi eğitiminde merkezi bir rol oynamakta olup, yaparak öğrenme ve doğrudan katılımı vurgular. Bu yaklaşım, mutfak öğrencilerinin yemek pişirme pratiğine tamamen dâhil olmalarını sağlayarak, malzemeler ve teknikler hakkında bilgiyi uygulamalı deneyim yoluyla kazanmalarına imkân tanır. Tasarım odaklı düşünme çerçevesi, deneyimsel yöntemleri entegre eder; canlı mutfaklarda fikirlerin aktif olarak çözümlenmesini ve gerçek zamanlı test edilmesini, ayrıca tadım panellerinden gelen eleştirilerle desteklenmesini teşvik eder. Bu ortam, teknik yetkinlik kazandırırken aynı zamanda yenilikçi bir bakış açısı geliştirir ve öğrencilerin çalışmalarını değerlendirmelerine ve yinelemelerine olanak tanıyarak hem yaratıcı sezgilerini hem de mutfak uzmanlıklarını geliştirir (Hu vd., 2016; Batat ve Addis, 2021).

3.2. Tasarım Odaklı Düşünme Süreçleri ve Gastronomi Eğitimi

Tasarım odaklı düşünme süreci genellikle “*empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme*” aşamalarıyla özetlenir. Bu aşamaların her biri gastronomi eğitimiyle doğal olarak örtüşmektedir. Bu sistematik aşamalar, kullanıcı merkezli ve yinelemeli iyileştirme bakış açılarıyla karmaşık mutfak sorunlarının ele alınması için bir yol sunar. Örneğin, yemek yiyenlerin tercihleri üzerine empatik araştırmalarla başlamak, yaratıcı çözümler üretilmeden önce problemin tam olarak anlaşılmasını sağlar (Kim vd., 2022; Dai vd., 2019). Ardından gelen aşamalar, problem tanımlamasından çözüm geliştirme ve uygulama sürecine, prototipleme ve test etme yoluyla sorunsuz bir geçişi kolaylaştırır. Bu kapsamda tasarım odaklı düşünmenin süreçleri ile gastronomi eğitimi arasındaki kavramsal uyum aşağıda detaylı olarak açıklanmaktadır.

Empati Kurma: Bu aşamada, gastronomi ve mutfak sanatlarına özellikle uygulanabilir niteliktedir; çünkü şeflerin, yemeğin ortaya çıkardığı duysal ve duygusal tepkileri anlamasını gerektirir. Birçok program, öğrencilere odak grupları veya tadım etkinlikleri aracılığıyla yemek yiyenlerle etkileşim

kurma fırsatı sunarak tercihleri ve beslenme ihtiyaçlarına dair içgörüler toplamalarını sağlar. Bu etkinlikler sayesinde mutfak öğrencileri, başarılı yemekleri tanımlayan tat, doku ve sunum inceliklerini takdir etmeyi öğrenirler ve yaratıcı süreçlerini gerçek insan deneyimlerine dayandırır (Kim vd., 2022). Bu empatik araştırma, kültürel çeşitliliğe saygı gösteren ve beslenme gerekliliklerini karşılayan cazip yemekler ve kapsayıcı menüler tasarlamak açısından büyük önem taşır (Kim vd., 2022; Dai vd., 2019).

Tanımlama: Bu aşamada, toplanan içgörülerin sentezlenerek mutfakla ilgili zorlukları çerçeveleyen net bir problem ifadesine dönüştürülmesini sağlar. Empati aşamasında yapılan gözlemlerin analiz edilmesi, daha sağlıklı malzemelere duyulan ihtiyaçtan kültürel çeşitlilik arzusu gibi çeşitli sorunların belirlenmesine yardımcı olur. Bu zorlukların açıkça ifade edilmesi, mutfak öğrencilerinin yaratıcı çabalarını belirli hedef kitlelerin ihtiyaçlarını karşılayan özel çözümler geliştirmeye odaklamalarını sağlar (Hu vd., 2016; Kim vd., 2022).

Fikir Üretme: Bu aşamada, mutfak öğrencilerinin tanımlanmış zorluklarla başa çıkmak için çok sayıda fikir üretmesiyle yaratıcı enerjiyi serbest bırakır. Öğitmenler, tüm fikirlerin kabul edildiği açık beyin fırtınası oturumlarını teşvik ederek farklı açılardan düşünmeyi ve yeniliği destekler. Bu fikir üretme süreci, yeni tarifler oluşturmayı ya da geleneksel yemekleri yeniden hayal etmeyi içerebilir ve mutfakta yenilikçilik için hayati öneme sahip olan deneysellik ve risk alma tutumunu teşvik eder (Fatmawati vd., 2022; Arfandi vd., 2023).

Prototipleme: Bu aşamada, soyut fikirleri somut yemeklere dönüştürür; bu aşamada mutfak öğrencileri tariflerinin prototiplerini oluşturur ve lezzet, doku ve sunumu iyileştirmek için birden fazla versiyonu yineleyerek geliştirirler. Profesyonel mutfaklarda bu aşama, genellikle malzeme oranlarını ve yöntemlerini test etmek amacıyla yemeklerin küçük partiler hâlinde hazırlanmasını içerir. Prototipleme süreci, öğrencilerin kavramları değerlendirilebilir ve değiştirilebilir duyuusal deneyimlere dönüştürmeyi öğrenmeleriyle sanat ve bilimi birleştirir (Hu vd., 2016; Mitchell vd., 2013).

Test Etme: Bu aşamada prototipler geliştikçe mutfak yeniliklerinin uygulanabilirliğini ve çekiciliğini belirlemek açısından hayati önem kazanır. Tadım oturumları, lezzet dengesi, sunum ve genel memnuniyet hakkında değerli geri bildirimler sağlar (Mitchell vd., 2013). Elde edilen yapıcı eleştiriler,

sonraki yinelemeleri bilgilendirir ve nihai ürünlerin hem yenilikçi hem de hedef kitleye hitap eden nitelikte olmasını garanti eder.

Bu kapsamda empati kurmadan test etme aşamasına kadar uzanan tüm tasarım odaklı düşünme döngüsü, mutfak yenilikçiliğindeki zorluklarla başa çıkmak için bir çerçeve sunar. Bu model, mutfak öğrencilerinin gerçek dünya geri bildirimleriyle etkileşime geçmelerini ve yaratıcı yaklaşımlarını uyarlamalarını teşvik eder; ilk fikirlerden ziyade keşif ve deneySELLİĞE değER verir. Yinelemeli doğası sayesinde her geliştirilen yemek, sistematik bir iyileştirme ve analiz sürecinin sonucu olur ve bu da hem yaratıcı hem de teknik mutfak becerilerini geliştirir (Hu vd., 2016; Kim vd., 2022). Dolayısıyla tasarım odaklı düşünme ile gastronomi eğitimiNi ilişkilendiren kuramsal çerçeveler, sıklıkla disiplinlerarası modellerden yararlanmakta; deneyimsel öğrenme kuramı ve yenilik yönetimi unsurlarını birleştirerek, iş birliğine dayalı ve probleme dayalı öğrenmeyi vurgulayan mutfak müfredatlarını yapılandırmaktadır. Bu çerçeveler içinde mutfak öğrencileri, yiyecek inovasyonu ve hizmetle ilgili zorlukları çözmek üzere ekipler hâlinde çalışmakta ve gerçek dünya mutfak projelerine tasarım odaklı düşünme ilkelerini uygulamaktadır. Bu çok boyutlu yaklaşım, yaratıcı bir zihniyet geliştirirken teknik ustalığı da teşvik etmekte; bu da rekabetçi mutfak sektöründe başarılı olmayı hedefleyen öğrenciler için hayati bir sinerji oluşturmaktadır (Taşpınar, 2022; Hu vd., 2016; Mitchell vd., 2013).

3.3. Tasarım Odaklı Yaklaşımları Uygulayan Gastronomi Programları

Son yıllarda bazı gastronomi ve mutfak sanatları enstitüleri, tasarım odaklı düşünme metodolojilerini müfredatlarına açıkça entegre etmektedir. Örneğin, Culinary Institute of America (CIA), öğrencilerin uygulamalı yemek pişirme deneyimleri yoluyla yaratıcı problem çözmeye katılmalarını teşvik eden ve tasarım odaklı düşünmenin mutfakta yeniliğe uygulanmasına vurgu yapan dersler geliştirmiştir (Zampollo ve Peacock, 2016). Benzer şekilde, Johnson & Wales Üniversitesi Mutfak Sanatları Fakültesi de tasarım odaklı düşünme ilkelerini programına entegre etmekte; öğrencilerin müşterilerle empati kurmalarını ve yenilikçi mutfak çözümleri geliştirmelerini gerektiren işbirlikçi projelere odaklanmaktadır (Zampollo ve Peacock, 2016). Tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimindeki bir diğer örneği, Uni-

versity of California, Davis'in Mutfak ve Özel Gıdalar programında görülebilmektedir. Bu programda öğrenciler, karmaşık gıda sistemleriyle ilgili zorluklara tasarım odaklı düşünme metodolojilerini uygulayarak yaklaşmayı öğrenmektedir. Bu yaklaşım, onların sürdürülebilir ve yenilikçi mutfak çözümleri geliştirmelerine olanak tanımaktadır (Zampollo ve Peacock, 2016). Ayrıca Tulane Üniversitesi, gelecekteki sağlık hizmeti sağlayıcılarına mutfak becerileri ve beslenme bilgisi ile hasta odaklı pişirme uygulamalarını bir arada öğretmeye güçlü vurgu yapan öncü bir “*Mutfak Tıbbı*” programı oluşturmuştur (Vasques vd., 2024). Türkiye’de ise, daha geniş kapsamlı gastronomi programlarının bir parçası olan gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi, mutfak tekniklerinin ve yönetim uygulamalarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesinde tasarım odaklı düşünmenin uygulamalı biçimde kullanılmasını içermektedir (Cankül, 2019). Bu durum, öğrencilerin yalnızca tarifleri öğrenmekle kalmayıp, mutfak sanatlarını şekillendiren yaratıcılık ve yenilik ilkelerini de kavramaları gerektiğine dair bir anlayışı yansıtmaktadır (Özgönül ve Öztürk, 2022).

4. GASTRONOMİ EĞİTİMİNDE TASARIM ODAKLI ÖNERİLER

Bu bölüm, tasarım odaklı düşünme yaklaşımının gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine entegrasyonuna yönelik somut öğretim stratejileri ve sınıf içi uygulamaları kapsamlı biçimde ele almaktadır. Sunulan tartışma; teorik çerçevelerle desteklenen örnek uygulamaları, vaka analizlerini ve alan yazındaki güncel araştırmaları içermektedir. Amaç, tasarım odaklı düşünmenin temel ilkelerini “*insan merkezlilik, yaratıcı düşünme ve yinelemeli problem çözme*” müfredat düzeyinde nasıl etkili biçimde yapılandırılabilceğini göstermek ve bu yaklaşıma dayalı öğretim pratiklerinin gastronomi eğitimi bağlamında nasıl hayata geçirilebileceğini ortaya koymaktır.

Tasarım odaklı düşünmenin temel ilkelerinden insan merkezlilik, yaratıcı düşünme ve yinelemeli problem çözme becerileri stratejik olarak mutfak sanatları eğitimine dâhil edilebilecek uyarlanabilir bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, öğrencileri her yemeği kullanıcı ihtiyaçlarına göre uyarlanmış bir çözüm olarak görmeye teşvik ederken, aynı zamanda yemeğin kültürel, duyuşsal ve besinsel boyutlarını da dikkate almalarını sağlar. Eğitimciler, tasarım odaklı düşünmeyi uygulayarak öğrencilerin yalnızca tarifleri takip etmenin ötesine geçmelerini ve bunun yerine yapılandırılmış bir fikir üretme

ve geliştirme sürecine dâhil olmalarını sağlayabilirler. Bu tür bir yaklaşım, yemek yiyenlerle empati kurmayı vurgular, yenilikçi mutfak ifadelerini teşvik eder ve pratik beceri gelişimini destekler. Yapılan çalışmalar, bu metodolojilerin entegrasyonunun mutfak öğrencileri arasında daha yüksek düzeyde yaratıcılık ve katılım sağladığını göstermiştir (Mitchell vd., 2013; Hu vd., 2016).

Temel bir öğretim stratejisi, öğrencilerin tasarım odaklı düşünme sürecine aktif olarak katıldıkları deneyimsel öğrenme laboratuvarlarının—genellikle mutfak inovasyon laboratuvarları olarak bilinir—dâhil edilmesidir. Bu laboratuvarlarda öğrenciler, interaktif yöntemler aracılığıyla tüketicilerin ihtiyaçlarını ve kültürel tercihlerini araştırarak başlar, ardından destekleyici ve işbirliğine dayalı bir ortamda yeni tarif fikirleri üretir ve geliştirirler. Laboratuvarlar, öğrencilerin akran geri bildirimi doğrultusunda malzemeleri ve sunum tekniklerini ayarladıkları yemek prototiplerini yinelemeli olarak test etmelerini kolaylaştırarak uygulamalı denemeleri teşvik eder. Bu ortamlardaki öğretim üyeleri, genellikle tat, besin değeri ve estetik arasında denge kurmayı gerektiren senaryolar sunarak gerçek dünya mutfak zorluklarını simüle ederler. Bu yöntemin, dinamik ve çözüm odaklı öğrenmeyi teşvik etmede özellikle etkili olduğu belgelenmiştir (Bonacho, 2021).

Etkili bir diğer sınıf etkinliği ise, öğrencilerin tasarım odaklı düşünme aşamalarını uygulayarak geleneksel menüleri yeniden hayal etmeleri gereken menü tasarımı atölyeleridir. Eğitimciler bu atölyelere, öğrencileri potansiyel müşterilerden geri bildirim topladıkları, kültürel incelikleri ve duyuşsal beklentileri inceledikleri bir empati kurma aşamasına yönlendirerek başlar. Bunun ardından öğrenciler, dengesiz lezzetler veya eski sunum tarzları gibi zorlukları belirledikleri tanımlama aşamasına geçer. Fikir üretme aşamasında ise beyin fırtınası oturumları düzenlenir ve öğrencilerin füzyon yemeklerden sürdürülebilir malzeme tedarikine kadar uzanan yenilikçi fikirler önermeleri teşvik edilir. Yinelemeli döngü, menü öğelerinin hazırlandığı, tadıldığı ve yapıcı geri bildirimlere dayanarak geliştirildiği prototipleme ve test etme aşamalarıyla devam eder (Mitchell vd., 2013; Hu vd., 2016).

Duyuşsal öğretim programları, tasarım odaklı düşünmenin deneyimsel ve yinelemeli doğasıyla uyumlu sınıf etkinliklerinden biridir. Mutfak öğrencileri için hazırlanan bu programlarda, duyuşsal kelime dağarcığını geliştirmeye yönelik modüller ve tat farklarını ayırt etmeye yönelik pratik eğitimler

yer alır. Eğitimciler, öğrencileri malzemeleri değerlendirmeye, tat profillerini analiz etmeye ve duyuşal deneyimleri ifade etmeye yönelik egzersizlerden geçirir. Bu süreç, tüketici deneyimini anlama yoluyla empati kurma aşamasını yansıtır. Etkinliklerden elde edilen içgörüler, fikir üretme oturumlarında kullanılır ve fikirler hızlı prototipleme ve test yoluyla geliştirilir (Damsbo-Svendsen vd., 2022). Benzer biçimde, müfredata entegre edilen duyuşal değerlendirme panelleri, öğrencilerin yalnızca mutfak ürünlerini prototiplemesini değil, aynı zamanda çeşitli tatmacılardan tat, doku, görünüm ve genel deneyim hakkında ayrıntılı geri bildirim almasını sağlar. Bu yapılandırılmış süreç, tasarım odaklı düşünmenin test etme aşamasını yakından yansıtır. Panellerden elde edilen veriler, öğrencilerin geliştirilmesi gereken alanları belirlemesine yardımcı olur ve sonraki prototipleme döngülerine yön verir. Duyusal panellerin, gerçek tüketici içgörülerine dayalı yenilik geliştirerek teknik ve yaratıcı becerileri artırdığı bulunmuştur (Damsbo-Svendsen vd., 2022). Bir diğer uygulamalı strateji, “*duyuşal haritalama*” etkinlikleridir. Bu oturumlarda öğrencilere çeşitli malzemeler sunulur ve her bileşenin tat profilleri, duyuşal algıları ve dokusal katkıları haritalanır. Öğrenciler bu özellikleri belgeleyip görsel olarak temsil eder, bu da yemek yiyenlerin deneyimlerine yönelik empati geliştirmelerine katkı sağlar. Oluşturulan duyuşal haritalar, fikir üretme oturumlarına yön verir ve elde edilen veriler yaratıcı tarif reformülasyonlarında kullanılır. Bu etkinlik, mutfak sanatlarında bilimsel titizliği artırırken daha kullanıcı merkezli bir tasarım yaklaşımını da teşvik eder (Damsbo-Svendsen vd., 2022).

Gastronomi eğitimcileri, proje tabanlı öğrenme ve öğrenci merkezli gastronomik projeler aracılığıyla tasarım odaklı düşünmeyi öğretim rutinlerine entegre edebilir. Bu projelerde öğrenciler, örneğin yerel bir sokak lezzetini yeniden hayal etmek ya da belirli bir bağlam için sağlıklı ve cazip bir öğün tasarlamak gibi gerçek dünya mutfak sorunlarını çözmek üzere ekipler hâlinde çalışırlar. Süreç, lezzet tercihleri ve yeme alışkanlıklarına ilişkin içgörüler toplamak amacıyla yapılan empati temelli araştırmalarla başlar. Problemin tanımlanmasının ardından, ekipler beyin fırtınası yapar ve simüle bir mutfak ortamında yinelemeli prototipleme sürecine geçer. Nihai testler, profesyonel kalite güvence süreçlerini yansıtan geri bildirim döngülerinden faydalanır (Mitchell vd., 2013; Bonacho, 2021). Bu tür projelere disiplinlerarası bir boyut eklemek, öğrencilerin farklı bilgi alanlarını birleştirerek daha kapsamlı çözümler üretmesini sağlar. Tasarım odaklı düşünme, beslenme bilimi,

işletme yönetimi ve sürdürülebilirlik gibi alanlarla bütünleştirildiğinde, öğrenciler organik ve yerel malzemelere vurgu yapan ve gıda israfını ele alan restoran konseptleri geliştirebilir. Bu süreçte pazar araştırması ve duyu analizler yapılır, ardından yapılandırılmış tasarım süreciyle prototip menü ve iş modeli oluşturulur (Hu vd., 2016; Bonacho, 2021). Toplum temelli projeler ise proje tabanlı öğrenmenin sosyal boyutunu öne çıkarır. Bu tür projelerde öğrenciler, yerel kültürel etkinlikler için gastronomik deneyimler tasarlayarak hem bölgesel mutfak mirasını yansıtan hem de modern tasarım unsurları içeren pop-up yemek deneyimleri sunar. Tasarım odaklı düşünmenin tüm aşamalarında aktif rol alan öğrenciler, kendi uzmanlıklarını paylaşarak yaratıcı iş birlikleri geliştirir ve kültürel empati kazanır (Bonacho, 2021).

Tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimine entegrasyonunda etkileşimli medya önemli bir araçtır. Dijital platformlar ve video tabanlı öğrenme modülleri, öğrencilerin yemekleri fiziksel olarak hazırlamadan önce görselleştirmelerine ve sanal olarak prototiplemelerine imkân tanır. Bu araçlar sayesinde tüm tasarım odaklı düşünme döngüsü—araştırmadan prototiplemeye ve test etmeye kadar—esnek ve dinamik bir biçimde simüle edilebilir. Ayrıca, anlık geri bildirim ve veri analitiği sunarak yinelemeli öğrenmeyi destekler (Mutia vd., 2024). Bu yaklaşımı güçlendirmek amacıyla eğitimler, profesyonel mutfak ortamlarında tasarım odaklı düşünmenin uygulanışını gösteren video vaka çalışmalarından da yararlanmaktadır. Ünlü şeflerin yeni menü ve restoran konseptleri geliştirirken izledikleri süreçler, öğrencilerin ticari bağlamda empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme aşamalarını anlamalarına katkı sağlar. Video içerikler, teorik bilgiyi uygulama örnekleriyle pekiştirerek sınıf içi tartışmaları derinleştirir (Mutia vd., 2024). Bu dijital yaklaşımların bir diğer biçimi, öğrencilerin kendi yaratıcı süreçlerini belgeledikleri dijital hikâye anlatımıdır. Öğrenciler, tasarım odaklı düşünme aşamalarını video, görsel ve anlatımla harmanladıkları sunumlarla ifade ederler. Bu yöntem, teknik medya becerilerini geliştirmenin yanı sıra, sürecin arkasındaki düşünsel temelleri ortaya koymalarına olanak tanır. Hazırlanan hikâyeler, akranlar ve sektör profesyonelleriyle paylaşarak geri bildirim döngüsünü destekler ve yansıtıcı öğrenmeyi teşvik eder (Mutia vd., 2024).

Simülasyon yazılımları ve sanal gerçeklik (VR), gastronomi eğitimlerinin dijital ortamda tasarım odaklı düşünmeyi uygulamalarına olanak tanıyan yeni araçlardır. VR platformları aracılığıyla öğrenciler, profesyonel bir

mutfakta çalışma deneyimini simüle edebilir, sanal malzeme kombinasyonlarını deneyebilir ve farklı pişirme tekniklerinin etkilerini fiziksel bir laboratuvarın kısıtlamaları olmadan gözlemleyebilirler. Bu dijital prototipleme, hızlı yineleme ve anlık geri bildirim sağlar; bu da test etme aşamasının yinelemeli döngülerini yakından yansıtır. VR simülasyonlarının sınıf ortamına entegre edilmesiyle eğitmenler, öğrencilerine yaratıcı problem çözme pratiği yapabilecekleri ve mutfak tekniklerini geliştirebilecekleri risksiz bir ortam sunabilirler. Gastronomi eğitiminde bu tür dijital entegrasyonların başarısı, müfredata entegre edilmiş etkileşimli medya üzerine yapılan araştırmalarla desteklenmektedir (Mutia vd., 2024).

Rol yapma ve simülasyon oyunları, tasarım odaklı düşünmenin mutfak sanatları müfredatına entegrasyonu için etkili öğretim stratejileri arasında yer alabilir. Rol yapma senaryolarında öğrenciler, restoran işletmecisi, şef ve müşteri rollerini üstlenerek empati kurma ve tanımlama aşamalarını bağlamsallaştırılmış, gerçek dünya ortamında keşfederler. Müşteri geri bildirimi ve tedarik zinciri zorluklarını simüle ederek, öğrenciler menü tasarımlarını yenilikçi hâle getirecek gerçekçi kısıtlamaları ve fırsatları aktif biçimde belirlerler. Ardından bu simülasyonlar, öğrencilerin karşılaştıkları simüle edilmiş zorluklara dayalı olarak yaratıcı çözümler ürettikleri fikir üretme atölyelerine dönüşür. Bu yaklaşım yalnızca yaratıcı düşünmeyi geliştirmekle kalmaz; aynı zamanda karar verme becerilerini ve tasarım gereksinimlerini açık bir şekilde ifade edebilme yetisini de besler (Mitchell vd., 2013).

Öğretim elemanları, yansıtıcı günlük tutmayı düzenli bir sınıf etkinliği olarak dâhil ederek tasarım odaklı düşünme yaklaşımını pekiştirebilir. Her laboratuvar oturumu veya tasarım sprintinden sonra öğrencilerden, empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme aşamalarındaki yaratıcı süreçlerini, karşılaştıkları zorlukları ve edindikleri dersleri belgelemeleri istenir. Bu uygulama, öğrencilerin stratejilerini eleştirel olarak değerlendirmelerini sağlayarak üst düzey bilişi geliştirir ve fikirlerin evrimini kayıt altına alır. Yansıtmanın, tasarım odaklı düşünmenin içselleştirilmesinde ve sürekli gelişimin desteklenmesinde önemli bir rol oynadığı gösterilmiştir (Mitchell vd., 2013). Alternatif olarak, tasarım odaklı düşünme ilkeleri değerlendirme süreçlerine entegre edilebilir. Yazılı sınavlar yerine, öğrencilerin pazar araştırmasından son test sonuçlarına kadar tüm proje aşamalarını belgedikleri portfolyo temelli değerlendirmeler kullanılabilir. Eskizler, süreç

günlükleri ve video kayıtları aracılığıyla fikirlerin gelişimi izlenir. Bu yaklaşım, hem teknik yeterliliği hem de sürecin yinelemeli doğasını yansıtarak yaratıcı problem çözme becerilerini güçlendirir (Hu vd., 2016).

Tasarım odaklı düşünmenin uygulanmasında umut vadeden stratejilerden biri, mutfak sanatlarını sanat ve görsel tasarım unsurlarıyla birleştiren atölye çalışmalarının düzenlenmesidir. Bu atölyelerde öğrenciler, yemek sunumu ve estetik arasındaki ilişkiyi eskiz yapma, ilham panosu oluşturma ve tabak yerleşimi çalışmaları yoluyla keşfederler. Denge, kontrast ve doku gibi sanat tasarım tekniklerini uygulayarak hem tat hem de görsel açıdan daha çekici yemekler tasarlarlar. Bu yaklaşım özellikle ileri düzey tatlı tasarımı derslerinde etkili bulunmuştur (Chen, 2025). İleri düzey tatlı tasarımında mandala düşüncesi ve çoklu duyuşsal tekniklerin entegrasyonu, tasarım odaklı düşünmenin bir başka uygulamasıdır. Bu yöntem, öğrencilerin görsel estetiği tat, aroma ve doku ile birlikte değerlendirerek hem sanatsal hem de lezzetli tatlılar yaratmalarını sağlar. Öğitmenler, yaratıcı fikirleri yapılandırmak için mandala düşüncesini tanıtır ve çoklu duyuşsal egzersizler aracılığıyla duyuşlar arası etkileşime odaklanır. Bu yaklaşım, estetik yargıyı geliştirmenin yanı sıra duyuşsal uyarıların yemek deneyimine katkısını da derinlemesine kavratır ve yinelemeli geliştirmeyi teşvik eder (Chen, 2025).

Tasarım odaklı düşünmenin sınıf içinde uygulanabileceği bir diğer etkili yöntem, mutfak sektöründen alınan gerçek yaşam senaryolarının tasarım zorlukları olarak sunulduğu duruma dayalı (vaka temelli) öğrenmedir. Örneğin, öğrenciler, değişen tüketici zevkleri veya sağlık düzenlemeleri nedeniyle menüsünü yenilemek zorunda kalan bir restoran vakasını analiz eder. Yönlendirilmiş analizle temel sorunları tanımlar, çözümler üretir, yemek fikirlerini prototipler ve test aşamalarını simüle ederler. Bu yöntem, tasarım odaklı düşünmenin pratik uygulamalarını kavramalarına yardımcı olur ve mutfak işletmelerindeki inovasyon döngülerini yansıtır. Bu tür modüllerin, disiplinlerarası düşünmeyi geliştirdiği ve teori ile uygulama arasındaki boşluğu kapattığı rapor edilmiştir (Mitchell vd., 2013; Bonacho, 2021). Bu uygulamalı yaklaşımı tamamlayıcı bir başka strateji ise senaryo tabanlı rol yapma etkinlikleridir. Bu etkinliklerde öğrenciler, farklı tüketici profillerini—örneğin sağlıklı beslenmeye önem veren bireyler, geleneksel yemek tutkunları veya gurme meraklıları—temsil ederek her birine uygun yemek fikirleri geliştirir. Rol yapma, öğrencilerin farklı bakış açılarını dikkate alarak çözümler

üretmelerini sağlar ve insan merkezli tasarım yaklaşımını pekiştirir. Geri bildirimler, prototiplerin ve sunum stratejilerinin yinelemeli olarak iyileştirilmesinde kullanılır. Bu yöntem, mutfak ortamlarında empati geliştirmeyi ve yaratıcı problem çözme becerilerini artırmayı destekler (Mitchell vd., 2013).

Bu bölümde sunulan çeşitli öğretim stratejileri ve sınıf etkinlikleri, tasarım odaklı düşünmenin gastronomi ve mutfak sanatları eğitimine uygulanabilir ve uyarlanabilir olduğunu göstermektedir. Deneyimsel laboratuvar çalışmaları, duyuşsal analizler, dijital medya araçları, proje tabanlı öğrenme, vaka temelli uygulamalar, sanat ve estetik odaklı atölyeler ile mesleki gelişim seminerleri gibi yöntemler, öğrencilerin yaratıcı, empatik ve yinelemeli düşünme becerilerini geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Tüm bu uygulamalar, gastronomi eğitiminin yalnızca teknik bilgi aktarımıyla sınırlı kalmamasını; aynı zamanda yaratıcı problem çözme, kültürel farkındalık ve kullanıcı odaklı yenilik geliştirme gibi tasarım temelli yaklaşımlarla zenginleştirilmesini mümkün kılmaktadır.

5. SONUÇ

Tasarım odaklı düşünmenin gastronomi ve mutfak sanatları eğitime entegrasyonu, geleneksel mutfak pedagojisini dönüştürmek adına önemli bir fırsat sunmaktadır. Yaratıcılığı teşvik ederek, yinelemeli denemeleri cesaretlendirerek ve empati ile kullanıcı merkezli yeniliği ön plana çıkararak, tasarım odaklı düşünme metodolojileri, gastronomi öğrencilerinin eğitim deneyimlerini ve mesleki yeterliliklerini önemli ölçüde geliştirebilir. Her ne kadar ele alınması gereken bazı zorluklar ve eleştirel bakış açıları bulunsa da, tasarım odaklı düşünmenin disiplinler arası ve uyarlanabilir doğası, onu değerli bir eğitim yaklaşımı hâline getirmektedir. Gelecekteki araştırmalar ve eğitim uygulamaları, gastronomi bağlamlarında tasarım odaklı düşünme stratejilerini keşfetmeye, uyarlamaya ve geliştirmeye devam etmelidir; böylece yenilikçi, duyarlı ve dinamik bir gastronomi eğitiminin gelişimi sağlanabilir.

Ayrıca, tasarım odaklı düşünmenin temel aşamaları “*empati kurma, tanımlama, fikir üretme, prototipleme ve test etme*” ile mutfak öğreniminde doğası gereği var olan süreçler arasındaki uyum, gastronomi öğretmenleri için yapılandırılmış ama esnek bir çerçeve sunar. Tasarım stüdyosu gibi, mutfak atölyesi de keşif, yineleme ve yansıtma için dinamik bir alan işlevi görür; burada öğrenciler yeni tarifleri prototipleme, lezzet profillerini test etme ve anlık geri

bildirimlere yanıt verme fırsatı bulurlar. Bu ortak metodoloji, gastronomi uygulamasına bir tasarım ve kültürel ifade biçimi olarak daha derin bir katılımı teşvik eder.

Tasarım odaklı düşünme, yalnızca öğrencilerin teknik becerilerini geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda belirsizlikle başa çıkma, disiplinler arası iş birliği yapma ve hızla değişen tüketici talepleri ile küresel gıda sorunlarına yanıt verme yetilerini de geliştirir. Bu yaklaşım, tarif temelli öğretimden problem temelli öğrenmeye geçişi destekler; böylece öğrenciler gıdayla ilgili sorunları tanımlamayı, çoklu çözümler üretmeyi ve sonuçları eleştirel şekilde değerlendirmeyi öğrenirler. Sürdürülebilirlik, sağlık ve kültürel hassasiyetin giderek önem kazandığı bir dünyada, bu yetkinlikler hayati önemdedir.

Sonuç olarak, tasarım odaklı düşünmenin gastronomi eğitimine dâhil edilmesi, geleceğin şeflerinin yalnızca becerikli teknik insanlar değil, aynı zamanda yaratıcı yenilikçiler, empatik profesyoneller ve uyum yeteneği yüksek düşünürler olarak şekillenmesine katkıda bulunur. Bu yaklaşım, öğretmenleri mutfak pedagojisini yeniden hayal etmeye davet eder: karmaşık gıda sistemlerine yanıt verebilen ve mutfak içinde ve dışında kişisel ve toplumsal gelişimi teşvik eden, evrimsel, disiplinler arası ve öğrenci merkezli bir süreç olarak.

KAYNAKÇA

- Amoah, A.S., Twumwaa, N.A., Braimah, B.E., & Gadogbe, M. (2024). The role of culinary education in promoting nutritional awareness: a systematic review. *American Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 3(1), 29-34.
- Baldassarre, B., Calabretta, G., Karpen, I., Bocken, N., & Hultink, E. (2024). Responsible design thinking for sustainable development: critical literature review, new conceptual framework, and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 195(1), 25-46.
- Batat, W. & Addis, M. (2021). Designing food experiences for well-being: a framework advancing design thinking research from a customer experience perspective. *European Journal of Marketing*, 55(9), 2392-2413.
- Benson, J. & Dresdow, S. (2015). Design for thinking: engagement in an innovation project. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 13(3), 377-410.
- Bonacho, R. (2021). Design bites—design in culinary arts. the case study of the msc in innovation in science and culinary arts. *Transdisciplinary Case Studies on Design for Food and Sustainability*, 217-231.
- Brown, T., & Katz, B. (2011). Change by design. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 381-383.
- Cankül, D. (2019). Assessing the quality of gastronomy education: Turkey case. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 998-1013.
- Chen, Y. (2025). Enhancing aesthetic and creative skills through innovative pedagogical approaches: integrating mandala thinking and multisensory techniques in advanced dessert design. *The TQM Journal*, <https://doi.org/10.1108/TQM-09-2024-0342>

- Cochrane, T., & Munn, J. (2020). Integrating educational design research and design thinking to enable creative pedagogies. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(2), 1-14.
- D'Adamo, C. R., Workman, K., Barnabic, C., Retener, N. F., Siaton, B. C., Piedrahita, G., ... & Berman, B. (2021). Culinary medicine training in core medical school curriculum improved medical student nutrition knowledge and confidence in providing nutrition counseling. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 16(6), 740-752.
- Dai, D. Y., Cheng, H. T., & Yang, P. (2019). Qeosa: a pedagogical model that harnesses cultural resources to foster creative problem-solving. *Frontiers in Psychology*, 10.
- Damsbo-Svendsen, M., Karpantschov, B.M., Stovgaard, M., Christensen, J., & Frøst, M. B. (2022). Effects on skills and knowledge of a sensory teaching program for culinary students. *International Journal of Food Design*, 7(2), 119-141.
- Danylchenko-Cherniak, O. (2024). Applying design thinking principles to modern legal english education. *Filologični Traktati*, 16(2), 32-50.
- Fatmawati, B., Jannah, B.M., & Sasmita, M. (2022). Students' creative thinking ability through creative problem solving based learning. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 8(4), 2384-2388.
- Figueiredo, M. (2021). Design is cool, but ... a critical appraisal of design thinking in management education. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100429.
- Frow, P., Nenonen, S., Payne, A., & Storbacka, K. (2015). Managing co-creation design: a strategic approach to innovation. *British Journal of Management*, 26(3), 463-483.
- Hargadon, A. & Douglas, Y. (2001). When innovations meet institutions: edison and the design of the electric light. *Administrative Science Quarterly*, 46(3), 476-501.
- Hu, M.I.M., Horng, J., & Teng, C. (2016). Developing a model for an innovative culinary competency curriculum and examining its effects on students' performance. *The Journal of Creative Behavior*, 50(3), 193-202.
- Kanova, O., Kryvobok, K., & Zaslavskii, S. (2024). Design thinking in teaching management and entrepreneurship. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, 9(1), 355-360.
- Kim, H. J., Yi, P., & Ko, B. W. (2022). Deepening students' experiences with problem identification and definition in an empathetic approach: lessons from a university design-thinking program. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 15(3), 852-865.
- Li, S., & Wang, K. (2024). Innovative design of ideological and political education in art courses in higher education: a case study of "creative design thinking and methods". *Highlights in Art and Design*, 8(2), 9-12.
- Lieffers, J., Wolfson, E., Sivapatham, G., Lang, A., McEwen, A., D'Eon, M., ... & Henry, C.J. (2021). Interprofessional culinary education workshops at the university of saskatchewan. *Canadian Medical Education Journal*. 12(3), 159-162
- Loewe, S. (2019). Toward a critical design thinking: propositions to rewrite the design thinking process. *Dialectic*, 2(2).
- Mahmoud, S.J., Midler, C., & Silberzahn, P. (2016). Contributions of design thinking to project management in an innovation context. *Project Management Journal*, 47(2), 144-156.
- Martins, H., Oliveira, A., Canedo, E., Kosloski, R., Paldês, R., & Oliveira, E. (2019). Design thinking: Challenges for software requirements elicitation. *Information*, 10(12), 371.
- Mitchell, R., Woodhouse, A., Heptinstall, T., & Camp, J. (2013). Why use design methodology in culinary arts education? *Hospitality & Society*, 3(3), 239-260.
- Murtagh, N., Roberts, A., & Hind, R. (2016). The relationship between motivations of architectural designers and environmentally sustainable construction design. *Construction Management and Economics*, 34(1), 61-75.

- Mutiara, E., Anugerah, A. I., Dalimunthe, D. A., Sutanti, S., Sasmita, R. L., Fitria, R., . . . & Akmal, N. (2024). Utilizing interactive media in culinary arts education to enhance student learning outcomes. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 14(2), 180-193.
- Ospina, J. & Sánchez, D. (2022). Design thinking traits and cognitive passive resistance: mediating effect of linear thinking. *Management Research Review*, 45(9), 1155-1184.
- Özgönül, S., & Öztürk, B. (2022). Environmental factors that influence culinary creativity from the perspectives of turkish cuisine professionals. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET*, 12(1), 16.
- Pasko, O. & Kravchenko, M. (2023). The role of design thinking in modern professional education: fostering innovation and problem-solving. *Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University*, 4(358), 45-50.
- Santos, I., Hammersley, J., & Nerantzi, C. (2023). Uncovering people centred design in the context of curriculum and learning design in higher education. *International Journal of Management and Applied Research*, 10(2), 81-92.
- Susko, A., Marchetto, P., Heuschele, D., & Smith, K. (2019). Quantifying cereal crop movement through hemispherical video analysis of agricultural plots. *Plant Methods*, 15(1).
- Svalina, A., Tomiša, M., Čačić, M., & Hajdek, K. (2022). Synthesis of current knowledge and research on the design thinking methodology. *Tehnički Glasnik*, 16(4), 445-453.
- Taşpınar, Ş.E. (2022). Design thinking and art education. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 12(2), 379-398.
- Thomas, O., Reilly, J. M., Wood, N. I., & Albin, J. (2024). Culinary medicine: needs and strategies for incorporating nutrition into medical education in the united states. *Journal of Medical Education and Curricular Development*, 11.
- Traynor, M., Moreo, A., Cain, L., Burke, R., & Barry-Ryan, C. (2020). Exploring attitudes and reactions to unfamiliar food pairings: an examination of the underlying motivations and the impact of culinary education. *Journal of Culinary Science & Technology*, 19(2), 115-137.
- Vasques, A. C. J., Capitani, C. D., Eisenberg, D. M., Velloso, L. A., & Geloneze, B. (2024). Cooking for health: a comprehensive narrative review of culinary medicine as an educational tool in medical training in brazil and globally. *Archives of Endocrinology and Metabolism*, 68.
- Verganti, R., Dell'Era, C., & Swan, K. (2021). Design thinking: critical analysis and future evolution. *Journal of Product Innovation Management*, 38(6), 603-622.
- Wood, N.I., Stone, T.A., Siler, M., Goldstein, M.A., & Albin, J. (2023). Physician-chef-dietitian partnerships for evidence-based dietary approaches to tackling chronic disease: the case for culinary medicine in teaching kitchens. *Journal of Healthcare Leadership*, 15, 129-137.
- Yedra, R. & Aguilar, M. (2021). Design thinking: methodological strategy for the creation of a playful application for children with dyslexia. *Informatics*, 9(1), 1.
- Zampollo, F. & Peacock, M. (2016). Food design thinking: a branch of design thinking specific to food design. *The Journal of Creative Behavior*, 50(3), 203-210.
- Ziegler, E., Carroll, B., & Shortall, C. (2020). Design thinking in nursing education to improve care for lesbian, gay, bisexual, transgender, queer, intersex and two-spirit people. *Creative Nursing*, 26(2), 118-124.

ŞEFLERİN MEKÂNI: BOCUSE d’Or

Engin PULLUK

Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Yeşilova İsmail Akın MYO, Aşçılık Programı

epulluk@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7845-1392

1. GİRİŞ

Gastronomi dünyasının en saygın yarışmalarından biri olan Bocuse d’Or, yalnızca bir rekabet alanı değil, aynı zamanda mutfak sanatlarının sürekli olarak geliştirildiği bir laboratuvar niteliği taşımaktadır. Ünlü Fransız şef Paul Bocuse ve Lyon Fuarı yöneticisi Albert Romain’ın 1985 yılında bir asansör yolculuğu sırasında ortaya çıkan bu fikir, kısa sürede uluslararası çapta bir etkinliğe dönüşmüştür. Günümüzde Bocuse d’Or adı altında yenilikçiliğin, teknik ustalığın ve kültürel çeşitliliğin bir araya geldiği benzersiz bir platform haline gelmiştir (Rimai, 2015; Bocusedor, 2025a).

Şef Paul Bocuse, uzun yıllardır Fransız haute cuisine mutfak akımının en önemli temsilcilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Daha önce hiçbir şef, bu denli büyük bir takdir ve övgüyle anılmamıştır. Ona duyulan hayranlık ve saygı, olağanüstü boyutlara ulaşmıştır. Adına heykeller dikilmiş, mekânlar yeniden adlandırılmış ve Nice Karnavalında büyük bir heykel ile onurlandırılmıştır. Yine adına aşçılık dünya kupası olarak kabul gören bir yarışma düzenlenmektedir (Garval, 2017). Bocuse d’Or yarışması, 1987 yılında Fransız şef Paul Bocuse tarafından başlatılmıştır (Ferguson, 2010; Fox, 2010). Bocuse, bu yarışmayı iki yılda bir düzenlenecek şekilde kurgulamış ve olimpiyatlardaki madalya sisteminden ilham almıştır. Birinci, ikinci ve üçüncü olan yarışmacılar için sırasıyla altın, gümüş ve bronzdan yapılmış heykelcik ödülleri tasarlatmıştır. 1987’den 2001’e kadar verilen ilk kupa türü, ünlü Fransız heykeltıraş César Baldaccini (1921–1998) tarafından tasarlanmıştır. İlk Bocuse d’Or ödülleri, tıpkı César ödülleri gibi “kompresyon” tekniğiyle yapılmış olup, bu versiyon tuğla benzeri bir kompozisyon içinde çatal ve kaşıkların sıkıştırılmasından oluşmuştur (Teixeira, 2015). César’ın 1998’deki ölümünden sonra, 2003 yarışmasından itibaren ödül tasarımı değişmiş ve heykeller Lyon doğumlu sanatçı Christine Delessert tarafından yeniden tasarlanmıştır. Bu yeni tasarımda şef üniforması içinde kollarını göğ-

sünde bağlamış, kendine güvenli ve kararlı bir duruş sergileyen Paul Bocuse'u tasvir etmekte ve bir dünya küresi üzerinde durarak Fransız mutfağının küresel etkisini simgelemektedir (Garval, 2017).

Şef Paul Bocuse'un adıyla özdeşleşen Fransız kökenli bu yarışma, iki yılda bir düzenlenir ve "*Şeflerin Mekânı*" olarak dünyanın en prestijli aşçılık yarışması olarak kabul edilir (Sciolino, 2009). Yirmi dörtten fazla ülkenin katıldığı ve iki gün süren organizasyon mutfak dünyasının hem olimpiyatları hem de süper kupası olarak kabul edilir (Rodbard, 2015). Gastronomi sektöründe çalışan herkesin, özellikle de aşçılığı meslek olarak seçenlerin, Paul Bocuse'un ismini ve temsil ettiği değerleri bilmesi gerekmektedir. Bocuse d'Or, yalnızca en iyilerin yarıştığı bir platformdur ve burada yalnızca bir mutlak kazanan bulunmaktadır (Horváth, 2015). Bocuse d'Or kuralları, her ülkenin sunduğu yemeklerde kültürünü sergilemesi gerekliliğini şart koşmaktadır. Paul Bocuse'a göre şefler, ülkeleri için pasaport gibidir (Katz, 2009). Günümüzde teknolojik gelişmeler ve küreselleşme rağmen, ülkeler yerel mutfak kültürlerini korumaya ve tanıtmaya çalışmaktadır. Bocuse d'Or, her ne kadar Fransız tekniklerinin evrensel etkisini gösterse de hem prestij hem de mutfak kültürleri için ilham kaynağı taşımaktadır. (Ferguson, 2010). Bu bağlamda çalışmada Paul Bocuse ve Bocuse d'Or organizasyonu detaylı olarak açıklanmakta ve Türkiye'nin organizasyondaki durumu hakkında bilgi verilmektedir.

2. PAUL BOCUSE

Paul Bocuse, Fransız mutfak kültürünü geleneksel temellerinden koparmadan modernleştiren ve nouvelle cuisine (yeni mutfak) akımının öncülerinden biri olarak kabul edilen önemli bir şeftir (Garval, 2017). Lyon yakınlarındaki Collonges-au-Mont-d'Or'da bulunan restoranı, 1965 yılından yaşamının sonuna kadar kesintisiz olarak üç Michelin yıldızıyla ödüllendirilmiş ve bu yönüyle alandaki en uzun süreli başarıyı elde etmiştir. 1987 yılında kurduğu Bocuse d'Or yarışması aracılığıyla genç şeflerin gelişimini desteklemiştir. Böylece gastronominin küresel ölçekte tanınırlığına ve profesyonelleşmesine önemli katkılar sağlamıştır (Lacal, 1998; Czwiki, 2025).

Paul Bocuse, XX. yüzyılın en önemli şeflerinden biri olarak tanınmakta ve özellikle XXI. yüzyılda gastronomi dünyasında etkisi hala hissedilmektedir. Onun adı, "*nouvelle cuisine*" mutfak akımıyla özdeşleşmiştir. Bu akım,

modern gastronominin gelişiminde dönüm noktası olmuş ve geleneksel Fransız mutfağını daha hafif, yaratıcı ve sağlıklı bir yaklaşımla yeniden şekillendirmiştir. 1950'li yıllarda Fransa'da "star" şef olarak kabul edilen Bocuse, mutfak becerilerinin yanında aynı zamanda mutfak sanatıyla ilgili felsefi yaklaşımıyla da dikkat çekmiştir. Kendine has enerjisi ve felsefi bakışıyla, gastronomiyi sadece bir meslek değil, aynı zamanda yaratıcı bir ifade biçimi olarak görmüş ve yaklaşımıyla da gastronomi dünyasına katkı sağlamıştır (Horváth, 2015). Öyle ki Paul Bocuse ismi Fransız mutfağı ve yüksek gastronomi denince akla ilk gelen isimlerdendir. Bocuse, ilk Michelin yıldızını 1958'de, ikincisini 1962'de, üçüncüsünü ise 1965'te almıştır. 1989'da Gault Millau rehberi tarafından "Yüzyılın Şefi" seçilmiştir (Rimai, 2015).

Günümüzde dünyanın en prestijli aşçılık yarışmalarından biri olan Bocuse d'Or fikri, 1985 yılında ortaya çıkmıştır. Lyon Fuarı'nın direktörü Albert Romain ile ünlü şef Paul Bocuse uluslararası alanda tanınırlık sağlayacak özel bir aşçılık yarışması düzenleme fikrini düşünmüştür. İlk Bocuse d'Or yarışması, 1987 yılında Lyon'da düzenlenen bir gastronomi fuarı kapsamında, ünlü Fransız şef Paul Bocuse'un girişimiyle organize edilmiştir (Sirha-Lyon, 2025). Söz konusu fuar, daha sonra "Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation" (SIRHA) adını almış, yarışma ise kurucusunun anısını yaşatmak amacıyla Bocuse d'Or olarak adlandırılmıştır (Bulcsú vd., 2023). Yarışmanın en dikkat çekici özelliği ise seyircilerin etkin biçimde sürece katılım gösterebilmesidir. Seyirciler, yarışmacıları tribünlerden doğrudan destekleme imkânına sahip olmuşlardır. O döneme kadar düzenlenen birçok saygın gastronomi yarışması, mesleki çevrelerle sınırlı ve halka kapalı biçimde gerçekleştirilirken, Bocuse d'Or ile birlikte hazırlık aşamasından pişirme sürecine ve jüri tadımına kadar tüm aşamalar izleyicilerin doğrudan gözlemi altında gerçekleşmektedir (Rimai, 2015).

3. BOCUSE d'Or

Tek seferlik bir etkinlik olmanın ötesine geçen Bocuse d'Or, günümüzde iki yıla yayılan yaklaşık 60 ulusal ön eleme ve dört kıtasal seçmeden oluşan, dünya genelindeki şefleri bir araya getiren küresel bir gastronomi platformu haline gelmiştir. 2005 yılından itibaren yarışma, ulusal ön elemeleri takiben kıtasal seçmeleri de içerecek şekilde yeniden yapılandırılmıştır: Bocuse d'Or

Europe, Bocuse d'Or Americas, Bocuse d'Or Asia-Pacific ve Bocuse d'Or Africa aşamaları, kendi içinde birer final niteliği taşımakta ve Bocuse d'Or Grand Finalinde yarışacak 24 ülkeyi belirlemektedir. Bu yapı sayesinde yarışma, yalnızca iki yılda bir düzenlenen bir etkinlik olmaktan çıkmış; yaklaşık 60 ulusal ve 4 kıtasal ön seçmeden oluşan, geniş katılımlı bir gastronomi topluluğuna dönüşmüştür (Bocusedor, 2025a).

Bocuse d'Or, her ekibin 5 saat 35 dakika süren ve et ve balık üzerine birer yemek hazırladığı zorluk derecesi yüksek bir yarışmadır (Martin, 2015). Her iki yılda bir, dünyanın dört bir yanından şefler dostça bir mutfak mücadelesinde bir araya gelmekte ve yarışma sonunda üç ekip, altın, gümüş ve bronz heykelciklerle ödüllendirilerek podyuma çıkmaktadır. Bu yarışma, yalnızca sıradan bir rekabet değil, aynı zamanda çok katmanlı ve çok disiplinli engellerin aşılmasını gerektiren olağanüstü bir meydan okumayı temsil etmektedir. Teknik yeterlilikten yaratıcı ifade biçimlerine, duygusal dayanıklılıktan lojistik koordinasyona kadar uzanan bu zorluk düzeyi; katılımcının yalnızca mesleki becerilerini değil, aynı zamanda problem çözme kapasitesini, psikolojik direncini ve stratejik planlama yetkinliğini de sınamaktadır. (Bocusedor-winners, 2015a).

Yarışma katılımcıların sadece mutfak becerilerini değil, aynı zamanda malzeme seçimi, zaman yönetimi ve organizasyon becerilerini de sergilemelerini gerektirmektedir. Fransız mutfağı, bu yarışmanın temelini oluşturduğu için, yarışmacıların Fransız gastronomi geleneğini ve klasik yemek pişirme tekniklerini anlamaları son derece önemlidir. Ancak yarışma zamanla daha modern bir yön kazanarak, güncel gastronomi trendlerini de içine almıştır. Bu, özellikle malzeme seçiminde taze ve kaliteli ürünlerin öne çıkması, sürdürülebilirlik ilkelerinin uygulanması ve sunumların sanatsal bir biçime dönüştürülmesi gibi unsurlarla kendini göstermektedir (Bulcsú vd., 2023). Bocuse d'Or yarışmasında değerlendirme süreci "*Tadım paneli ve Mutfak paneli*" olmak üzere iki ayrı uzman jüri grubu aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Bocusedor, 2025b):

Tadım Paneli: Yarışmaya katılan ülkelerin her birinden seçilen toplam 24 jüri üyesinden oluşmaktadır. Bu kişiler, mesleki yeterlilikleri ve açık fikirli yaklaşımları temel alınarak seçilmekte ve adayların yaratıcı sunumlarını değerlendirme sorumluluğunu üstlenmektedirler. Tadım süreci, yüksek düzeyde konsantrasyon ve nesnellik gerektirdiğinden, jüri üyeleri açısından

son derece titiz bir değerlendirme sürecini oluşturmaktadır. Yarışmacılar, iki gruba ayrılmış jüri sistemi çerçevesinde değerlendirilir: Her biri 12 jüri üyesinden oluşan gruplar, yarışma temalarına uygun olarak hazırlanan tabakları tadıp puanlamaktadır. Bu değerlendirme sırasında tat saflığı, kullanılan ürüne gösterilen saygı, detaylara verilen önem ve yaratıcılık gibi unsurlar öncelikli kriterler arasında yer almakta; jüri, bu unsurlar arasında ideal dengeyi sağlayan gastronomik kreasyonları ödüllendirmeyi amaçlamaktadır (Bocusedor, 2025b).

Mutfak Paneli: 12 uluslararası şeften oluşmaktadır ve adayların yarışma kurallarına uygunluğunu ve tema bazlı teknik gereklilikleri ne derece karşıladıklarını gözlemleyerek değerlendirir. Bu panel, yarışmacıların mutfak içi organizasyon becerileri, hijyen kurallarına uyumları, malzeme israfını önlemeye yönelik tutumları ve genel profesyonellik düzeyleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Ayrıca, mutfak jürisi sadece denetleyici değil, aynı zamanda rehberlik edici bir rol de üstlenmektedir. Yarışmanın her aşamasında adaylara destek olmak, yapıcı geri bildirim sağlamak ve katılım süreçlerini daha iyi kavramalarına yardımcı olmak bu panelin temel işlevlerindendir. Bu etkileşim, yarışmacıların özgüvenlerini artırmakta ve yarışmadan en üst düzeyde fayda sağlamalarını teşvik etmektedir (Bocusedor, 2025b).

Yarışmanın dinamiklerini tam anlamının yanı sıra değerlendirme sürecinin ve puanlama sisteminin de detaylı bir şekilde kavranması da önem arz etmektedir. Tat, doku, renk, şekil, görsellik ve tasarım gibi unsurların her birine ne kadar önem verilmesi gerektiğinin anlaşılması, yarışmacılar için önemli bir avantaj sunmaktadır. Lezzet, değerlendirme sürecinde en belirleyici unsur olarak öne çıkmakta olup, bu alanda en yüksek puanı elde etmek yarışmacılar açısından temel hedef olmalıdır. Görsellik ve tasarım da önemli olmakla birlikte, son yıllarda milli çizginin sunumunun da değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Bu unsurların birbirleriyle uyum içinde sunulması gerekmektedir. Puanlama sisteminde, jüri üyeleri lezzet için 40, görsellik için 20, arka plan çalışması için 20 ve bölgesellik için 20 puan vermekte olup, her jüri üyesi toplamda 100 puan ile değerlendirme yapmaktadır (Bulcsú vd., 2023).

Yarışmada yiyeceklerin kalitesi toplam puanın üçte ikisini oluşturarak değerlendirilmektedir. Puan eşitliği durumunda ise organizasyon, ekip çalışması, hijyen ve israfın önlenmesi gibi kriterlere göre ek puan verilmektedir.

Ancak, yemeklerin tadına göre değerlendirme yapmak her zaman kolay olmamaktadır. Çünkü büyük tabaklardan jüri tabaklarına aktarım süreci sekiz ila on beş dakika sürebilir ve bu süreçte yemeklerin ideal sıcaklığı veya dokusu değişebilmektedir. Bu süreçte, yemeklerin jüriye sunulmadan önce gösterilmesi, fotoğraflanması ve jüri tarafından porsiyonlara bölünerek değerlendirilmesi gerekmektedir (Sciolino, 2009).

Jüri üyeleri, yemeklerin kalitesine ek olarak, şeflerin temizlik, ekip çalışması, malzeme kullanımında tasarruf gibi kriterlere de dikkat etmektedir. Bu da şeflerin sadece pişirme tekniklerini değil, aynı zamanda organizasyon ve sürdürülebilirlik konularındaki becerilerini de sergilemelerini gerektirmektedir. Bocuse d'Or, teknik becerinin yanı sıra, bir tür gastronomik sanatı da yansıtan yaratıcı bir süreçtir. Bu, sadece yemekle ilgili lezzeti değil, aynı zamanda sunumu, teknik doğruluğu ve yenilikçiliği içerir (Bulcsú vd., 2023).

İki kişilik takımlar (şef ve commis) her biri için üç özenle hazırlanmış garnitürle birlikte bir et ve bir balık tabağı hazırlamak zorundadır. Hazırlanan tabaklar, tat, karmaşıklık, hassasiyet, klasik teknik, yenilik ve yemeğin uyumu gibi unsurları değerlendiren jüri üyelerine sunulmaktadır (Hallock, 2013). Kurallar ve düzenlemeler, şeflerin sadece teknik becerilerini değil, aynı zamanda yaratıcı düşünme yeteneklerini zorlamaktadır. Örneğin, sınırlı sürelerde verilen doğaçlama görevler, şeflerin baskı altında nasıl yenilikçi çözümler üretebileceğini test etmektedir. Aynı zamanda, yarışmacılar, kendi kültürel kimliklerini yemeklerine yansıtmaya fırsatına da sahiptir, bu da her ülkenin mutfak geleneklerini ve tatlarını uluslararası bir platformda sergilemelerine olanak tanımaktadır (Bulcsú vd., 2023). Şefleri daha fazla yaratıcılık göstermeye teşvik etmek için, Bocuse d'Or yarışmasının kuralları şu şekilde güncellenmiştir (Rodbard, 2015):

- Yarışma öncesinde adaylar, beş ktıadan taze meyve ve sebzelerin yer aldığı bir pazardan (market, sponsor vb.), mevsimlik ürünleri seçmek üzere 30 dakikalık bir süreye sahiptir. Bu ürünler, yarışma gününde belirlenen üç garnitürden ikisinin hazırlanmasında kullanılacaktır.

- Yarışmanın temel hedeflerinden biri olan ulusal mutfak miraslarını görünür kılmak ve çeşitliliği teşvik etmek amacıyla, üçüncü garnitür ise adayların kendi ülkelerine özgü bir bileşen olarak tanımlanmıştır. Bu yeni uygulamanın, Bocuse d'Or tarihinde daha önce yer almamış olan yerel ürünlerin ve malzemelerin kullanılmasını teşvik etmesi beklenmektedir.

- Pazardan gerekli ürünleri temin ettikten sonra adaylar, koçları ve commis (yardımcı şef) eşliğinde, hazırlayacakları yemeğin reçetesini tasarlamak ve yazılı hale getirmek için bir saatlik hazırlık süresine sahiptir.

- Yarışma formatının profesyonel mutfak koşullarına daha uygun ve gerçek bir restoran ortamına yakın olabilmesi amacıyla, adaylardan hazırladıkları yemekleri 14 adet bireysel tabakta sunmaları istenmektedir.

Bocuse d'Or yarışmasında Fransa 9 kez altın madalya kazanırken, Norveç, Danimarka, Belçika ve İsveç sürekli olarak ilk üç sırada yer almıştır. Lüksemburglu Léa Linster, 1989'da yarışmayı kazanan ilk ve tek kadın olmuştur. Fransa'yı 5 altın madalya ile Norveç, 3 altın madalya ile Danimarka takip etmektedir. Gümüş madalya kategorisinde ise Danimarka ve İsveç, beşer kez kazandıkları ödülleri ön sıralarda yer almaktadır (Tablo 1).

Tablo 1. Bocuse d'Or yarışmalarında derece alan ülkeler

Yıllar	1. (Bocuse d'Or)	2. (Silver Bocuse)	3. (Bronze Bocuse)
1987	Fransa	Belçika	Almanya
1989	Lüksemburg	Belçika	Singapur
1991	Fransa	Norveç	Belçika
1993	Norveç	Danimarka	Belçika
1995	Fransa	İsveç	Almanya
1997	İsveç	Belçika	Norveç
1999	Norveç	Fransa	Belçika
2001	Fransa	İsveç	İzlanda
2003	Norveç	Fransa	Almanya
2005	Fransa	Norveç	Danimarka
2007	Fransa	Danimarka	İsviçre
2009	Norveç	İsveç	Fransa
2011	Danimarka	İsveç	Norveç
2013	Fransa	Danimarka	Japonya
2015	Norveç	Amerika	İsveç
2017	Amerika	Norveç	İzlanda
2019	Danimarka	İsveç	Norveç
2021	Fransa	Danimarka	Norveç
2023	Danimarka	Norveç	Macaristan
2025	Fransa	Danimarka	İsveç

Kaynak: Bocusedor-winners, 2025b

Bocuse d'Or organizasyonunun yanı sıra dünya genelinde "(IKA/Culinary Olympics (IKA Mutfak olimpiyatları), S. Pellegrino Young Chef Academy Award (S. Pellegrino Genç Şef Akademi Ödülü), Master Chef: The Professionals, The World Chocolate Masters (Çikolata Ustaları) ve Global Chefs Challenge (Küresel Şefler Yarışması)" gibi uluslararası düzeyde pek çok yarışma yer almaktadır (Worldchefs, 2024; Escoffier, 2025). Bu tür organizasyonlar, yalnızca profesyonel becerilerin değil, aynı zamanda ekip çalışmasının, doğal ve yerel malzemelerin kullanımının ve yaratıcı bakış açılarının da vurgulandığı platformlar haline gelmiştir. Dünyanın en büyük ve en gelişmiş yiyecek ve mutfak sanatları fuarlarından biri haline gelen SIRHA, Coupe du Monde de la Pâtisserie (Dünya Pasta Kupası) gibi mutfak becerisi gerektiren diğer yarışmalar da düzenlemektedir. Ürün tedariki ve hassas teknik hareketler bir araya geldiğinde, pastacılık artık sadece tat duyusuna hitap eden bir deneyim olmaktan çıkıp, aynı zamanda yoğun bir görsel ve duygusal deneyim yaratma potansiyeline sahip bir sanat dalı olarak kendini yeniden şekillendirmektedir (Cmpatisserie, 2025). Bocuse d'Or yarışmasından hemen önce aynı mekânda gerçekleştirilen Dünya Pastacılık Kupası'nda (Ferguson, 2010), her ülkeyi temsilen dört kişilik ekipler görev almaktadır. Takım üyelerinden biri jüri olarak tadım sürecine katılırken, kalan üç aday dokuz saatlik yoğun bir çalışma süresince çeşitli tatlıların yanı sıra biri çikolatadan, diğeri ise şekerden olmak üzere iki heykel üretmekle sorumludur. Bu ürünler hem estetik nitelikleri hem de teknik yeterlilikleri açısından ayrıntılı biçimde değerlendirilmektedir (Norohy, 2025). Pasta Dünya Kupasında Japonya, Fransa ve İtalya'nın öne çıktığı görülmektedir. Fransa 8 kez altın madalya kazanırken, Japonya 4 altın ve İtalya 3 altın madalya almıştır. Gümüş madalya kazananlarda ise 8 madalya ile Japonya ön sırada yer almaktadır. Japonya toplamda 13 madalya, Fransa 12 madalya ve İtalya da 10 madalya kazanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Coupe du Monde de la Pâtisserie yarışmalarında derece alan ülkeler

Yıl	1. (Altın madalya)	2. (Gümüş madalya)	3. (Bronz madalya)
1989	Fransa	Hollanda	Avusturya
1991	Japonya	Fransa	Kanada
1993	Fransa	Belçika	Lüksemburg
1995	Belçika	Japonya	Amerika
1997	İtalya	Amerika	Japonya
1999	Fransa	Belçika	Amerika
2001	Amerika	Japonya	İtalya
2003	Fransa	Japonya	Belçika
2005	Fransa	Hollanda	Amerika
2007	Japonya	Belçika	İtalya
2009	Fransa	İtalya	Belçika
2011	İspanya	İtalya	Belçika
2013	Fransa	Japonya	İtalya
2015	İtalya	Japonya	Amerika
2017	Fransa	Japonya	İsviçre
2019	Malezya	Japonya	İtalya
2021	İtalya	Japonya	Fransa
2023	Japonya	Fransa	İtalya
2025	Japonya	Fransa	Malezya

Kaynak: Cmpatisserie, 2025

3. TÜRKİYE VE BOCUSE d'Or

Bocuse d'Or, bir yemek yarışması olmanın ötesinde, katılımcı şeflere uluslararası alanda saygınlık kazandıran, mesleki ağlarını genişleten ve onları global mutfak sahnesine taşıyan önemli bir platformdur. Yarışmanın formatı, içerdiği teknik gereklilikler ve yüksek beklenti düzeyi nedeniyle son derece zorlu bir yapıya sahiptir. Bu prestijli yarışmaya katılım, iki temel yeterlilik gerektirmektedir. İlk olarak, yarışmacıların üst düzey mutfak becerilerine ve profesyonel deneyimlerine sahip olmaları beklenmektedir. Ancak, teknik yeterlilik tek başına yeterli değildir. İkinci olarak, yarışmacıların kendi

ulusal mutfak kültürlerini ve bu kültüre özgü pişirme tekniklerini derinlemesine bilmeleri, bu bilgiyi çağdaş gastronomi teknikleriyle yaratıcı bir şekilde harmanlayarak özgün ve anlamlı bir tabak ortaya koyabilme yeteneğine sahip olmaları gerekmektedir (Food Magazine, 2022).

Bocuse d'Or yarışma sisteminin çok katmanlı yapısı, gastronomi alanında küresel düzeyde bir kalite standardı oluşturmayı hedeflerken, aynı zamanda ulusal mutfak kültürlerinin uluslararası düzlemde temsil edilmesine olanak tanımaktadır. Yarışma süreci, ulusal seçmeler ile başlamakta ve ardından yarışmaya katılmaya hak kazanan ülkeler, kıtasal elemelerde yer almaktadır. Bu elemeler; Asya-Pasifik, Avrupa, Amerika ve Afrika olmak üzere dört ana kıta düzeyinde organize edilmektedir. Türkiye ön elemelerde Avrupa seçmelerine katılmaktadır (Tartıcı, 2024).

Türk mutfağının uluslararası düzeyde tanınırlığının artırılması, kültürel değerlerinin korunması ve şefleriyle birlikte küresel gastronomi sahnesinde hak ettiği konuma ulaşması için çok sayıda stratejik yatırım gerçekleştirilmektedir. Bocuse d'Or Türkiye Takımı, ülkemizi uluslararası gastronomi sahnesinde temsil etmekte olup, bu süreç yalnızca temsil sorumluluğunu değil, aynı zamanda geleneksel mutfak kültürünün ve pişirme tekniklerinin derinlemesine kavranarak, bunların çağdaş gastronomi teknikleriyle yaratıcı bir biçimde harmanlanmasını da zorunlu kılmaktadır (Gastronomiturkey, 2024a).

Türkiye Bocuse d'Or yarışmasına elemelerde sadece Avrupa seçmelerine 2014 Stockholm, 2016 Budapeşte, 2018 Torino, 2022 Budapeşte ve 2024 Trondheim olmak üzere 5 kez katılabilmektedir. Avrupa elemelerinde 20 ülke yarışmaktadır. Bocuse d'Or Avrupa Finalleri'nde, yarışmaya katılan tüm ülkelerin akademi başkanlığı görevini üstlenen şefler ile uluslararası yarışma komitesi üyelerinden oluşan seçkin bir jüri heyeti görev almaktadır. Bu prestijli platformda, farklı ülkelere gelen yetenekli şefler, 5 saat 30 dakikalık sınırlı sürede, yüksek tempolu ve zamanla yarışan bir performans sergileyerek jüri değerlendirmesine sunulacak tabaklarını hazırlamaktadır. En yüksek puanı alan 10 ülke Lyon'da düzenlenecek Bocuse d'Or finali için bileti kapmaktadır (Gastronomiturkey, 2024b).

Yarışmaya katılan ülkelerin büyük bir kısmı uzun yıllardır bu prestijli platformda yer almakta olup hem güçlü sponsorluk ilişkilerine hem de kapsamlı devlet desteklerine sahiptir. Bu yapısal avantajlar, söz konusu ülkelerin

takımlarına önemli ölçüde maddi güç kazandırmakta; dolayısıyla ihtiyaç duyulan ekipmanlara ve yüksek kaliteli ürünlere erişimi büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. Bu durum, yarışma koşulları açısından belirli bir asimetri yaratarak, katılımcı ülkeler arasındaki rekabetin sadece teknik yeterlilikle değil, aynı zamanda finansal altyapıyla da şekillendiğini göstermektedir. Metro Türkiye, Türk mutfak kültürünün özgün değerlerini koruyarak bu kültürün taşıdığı gerçek potansiyeli görünür kılmak ve aynı zamanda Türk şeflerinin mesleki gelişimlerine katkı sunarak onları uluslararası gastronomi sahnesinde hak ettikleri konuma taşımak amacıyla faaliyetlerini sürdürmekte ve sponsor olmaktadır (Food Magazine, 2022; Gastronomitürkiye, 2024b; Tartıcı, 2024).

4. SONUÇ

Paul Bocuse'un öncülüğünde kurulan ve dünya gastronomisinin en prestijli yarışmalarından biri haline gelen Bocuse d'Or iki yılda bir düzenlenmekte ve bu organizasyon, yenilikçilik, teknik ustalık ve kültürel çeşitliliği bir araya getirerek şefler için bir vitrin görevi görmektedir. Yarışma, katılımcıların kendi mutfak kültürlerini yansıttığı ve yalnızca bir kazananın belirlendiği zorlu bir mücadeledir. Bu sistem, sadece teknik yeterliliğin değil, aynı zamanda kültürel temsil yetisinin de değerlendirilmesine imkân sunar. Böylece Bocuse d'Or, yalnızca bir yarışma değil, küresel gastronomi diplomasisinin de etkin bir aracı hâline gelmektedir.

Bocuse d'Or yarışması, küresel ölçekte ulusal ve kıtasal ön elemelerle şekillenen çok aşamalı bir sürece sahiptir. Yarışmanın değerlendirme sürecinde lezzet, sunum, hijyen, malzeme kullanımı ve teknik yeterlilik gibi kriterler üzerinden jüriler puanlama yapar. Jüriler tadım paneli ve mutfak paneli olmak üzere iki gruba ayrılmakta ve yerel mutfak miraslarını öne çıkarma hedefiyle özgün malzeme kullanımını teşvik etmektedir. Katılımcıların yaratıcı yetenekleri ve profesyonellikleri, yarışmanın ana değerlendirme ölçütlerini oluşturmaktadır.

Bocuse d'Or ile benzer prestije sahip Coupe du Monde de la Pâtisserie (Dünya Pasta Kupası) da pastacılığın sanatla birleştiği bir yarışmadır. Estetik ve teknik becerilerin değerlendirildiği bu yarışma, ekip çalışmasını ve yaratıcılığı ön plana çıkarır. Her iki yarışmada da Fransa, Japonya, İtalya ve İs-

kandinav ülkeleri sürekli olarak ön sıralarda yer almaktadır. Türkiye ise henüz bu yarışmalarda üst sıralarda yer edinememiştir ancak Bocuse d'Or gibi platformlar, Türk şefler için uluslararası tanınırlık ve deneyim kazanma açısından büyük bir fırsat sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Bocusdor-winners, (2025a). *The association-Story*. <https://www.bocusedor-winners.com/en/the-association/> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Bocusdor-winners, (2025b). *Winners*. <https://www.bocusedor-winners.com/en/chefs/> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Bocusedor, (2025a). *Bocuse d'Or, labotary of excellence*. <https://www.bocusedor.com/en/bocuse-dor-labotary-excellence> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Bocusedor, (2025b). *Bocuse d'Or finale*. <https://www.bocusedor.com/en/finale> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Bulcsú, R., László, D., László, G., & Melinda, G. (2023). A magyarországi Bocuse D'or versenyek hatása a vendéglátásra. *THE Eszencia–Bor és Tudomány, Sárospatak*
- Cmpatisserie, (2025). *Révolution Pâtisserie*. <https://www.cmpatisserie.com/fr/le-concours> Erişim tarihi: 04.04.2025.
- Czwiki (2025). *Paul Bocuse*. https://czwiki.cz/Lexikon/Paul_Bocuse Erişim tarihi: 04.04.2025.
- Escoffier, (2025). *5 most prestigious cooking competitions in the world*. <https://www.escoffier.edu/blog/world-food-drink/most-prestigious-cooking-competitions-in-the-world/> Erişim tarihi: 27.04.2025
- Ferguson, P.P. (2010). Culinary Nationalism. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 10(1), 102-109
- Food Magazine, (2022). *Bocuse d'Or Avrupa finali için geri sayım başladı*. Erişim: <https://www.foodmoodmagazine.com/bocuse-dor-avrupa-finali-icin-geri-sayim-basladi/> Erişim tarihi: 27.03.2025
- Fox, N. (2010). *Eleven Madison Park Chef Will Compete at Bocuse d'Or*. <https://archive.nytimes.com/dinersjournal.blogs.nytimes.com/2010/02/06/eleven-madison-park-chef-will-compete-at-bocuse-dor/?searchResultPosition=12> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Garval, M. (2017). Bocuse and beyond. *Contemporary French Civilization*, 42(3-4), 347-372.
- Gastronomiturkey, (2024a). *Bocuse d'Or'da hedefimiz dünya finali*. <https://www.gastronomiturkey.com/haber/bocuse-d-or-da-hedefimiz-dunya-finali-h16180> Erişim tarihi: 06.04.2025.
- Gastronomiturkey, (2024b). *Gözler Norveç'te! Bocuse d'Or Avrupa Finali başladı*. <https://www.gastronomiturkey.com/haber/gozler-norvec-te-bocuse-d-or-avrupa-finali-basladi-h16225> Erişim tarihi: 06.04.2025.
- Hallock, B. (2013). *French Laundry team will compete in Bocuse d'Or 2015 competition*. <https://www.latimes.com/food/dailydish/la-dd-french-laundry-team-will-compete-in-bocuse-dor-20131226-story.html> Erişim tarihi: 04.04.2025.
- Horváth, Á. (2015). *Bocuse d'Or és hatása a magyar gasztronómiára*. (Yayımlanmamış Lisans Tezi), Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest.
- Katz, B. (2009). *How International Is the Bocuse d'Or?*. <https://archive.nytimes.com/dinersjournal.blogs.nytimes.com/2009/01/28/howinternational-is-the-bocuse-dor/?searchResultPosition=7> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Lacal, A. F. (1998). Grandes impulsores del turismo: Paul Bocuse. *Cuadernos de turismo*, 2, 169-173.
- Martin, R. (2015). *Bocuse USA Winner: We're Gonna Bring It!* <https://www.foodrepublic.com/2012/01/30/bocuse-usa-winner-were-gonna-bring-it/> Erişim tarihi: 02.04.2025.

- Norohy, (2025). *Résultats coupe du monde patisserie 2025*. <https://www.norohy.com/resultats-coupe-du-monde-patisserie-2025/> Erişim tarihi: 04.04.2025.
- Rimai, Z. (2015). Gömböc formájú gyöngytyúkkal veszik be a magyarok Lyont. <https://www.travelo.hu/cucc/20150117-bocuse-dor-2015.html> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Rodbard, M. (2015). *Bocuse d'Or Competition Announces Fish Course, Other Top Cheffian Changes*. <https://www.foodrepulic.com/2012/11/26/bocuse-dor-competition-announces-fish-course-other-top-cheffian-changes/> Erişim tarihi: 02.04.2025.
- Sciolino, E. (2009). *Norway Wins the Bocuse d'Or Competition*. <https://www.nytimes.com/2009/01/28/dining/28bocuse.html?searchResultPosition=23> Erişim tarihi: 19.03.2025.
- Sirha-Lyon, (2025). *L'évènement, 'aujourd'hui-demain*. <https://www.sirha-lyon.com/fr#:~:text=Sirha%20Lyon%20est%20'%C3%A9v%C3%A8nement,'aujourd'hui%20et%20demain>. Erişim tarihi: 27.03.2025.
- Tartıcı, R. (2024). *Bocuse d'Or 2024'de hedefimiz dünya finali*. <https://www.gercekgundem.com/yazarlar/reha-tartici/bocuse-dor-2024de-hedefimiz-dunya-finali-453866> Erişim tarihi: 27.03.2025.
- Teixeira, L. (2015). *Le Bocuse d'Or. Thuriès Gastronomie Magazine*, 266, 96–99.
- World Chefs, (2024). *Global chefs challenge 2024 results are in: Celebrating the world's top culinary talent*. <https://worldchefs.org/global-chefs-challenge-2024-results-are-in/> Erişim tarihi: 27.04.2025.

ULUSLARARASI RESTORAN DERECELENDİRME SİSTEMLERİ

Samet Can AKSU

Arş. Gör., Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

sametcnaksu@odu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9977-9768

1. GİRİŞ

Yiyecek içecek sektörü, XX. yüzyıldan itibaren giderek kendini yenileyen ve geliştiren dinamik bir alandır. Bu durum günümüzde yiyecek içecek işletmesi sınıflandırmalarının ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve güncel trendler ile kendini sürekli olarak büyüten yiyecek içecek sektöründe farklılaşma sadece sınıflandırma ile değil, kalite olarak da karşımıza çıkmaktadır (Chiang ve Guo, 2021). Bu kalite farklılıklarının tespiti yeni bir durum olmayıp, yaklaşık bir asrı aşkındır süregelen restoran derecelendirme sistemlerini ortaya çıkarmıştır. Son yıllarda yeni ve prestiji yüksek olan yeni restoran derecelendirme sistemleri de bu önemli ağa katılarak yiyecek içecek işletmelerini çeşitli kategorilerde değerlendirip ödüllendirmektedir (Cumhur ve Altaş, 2023). Bu ödüllendirme işletmelere hem prestij kazandırmakta hem de gelirlerini artırma avantajları sağlamaktadır. Uluslararası düzeyde değerlendirme yapan derecelendirme sistemleri Türkiye sınırları içerisindeki restoranları değerlendirmeye son birkaç yıl içerisinde başlamıştır. Geçmişi çok eskiye dayanmamakla birlikte uluslararası derecelendirme sistemlerinin Türkiye’deki mutfak uygulamalarının tanıtımı ve gelişimi için büyük katkısı olacağı düşünülmektedir (Çetin vd., 2020). Bu kapsamda çalışma, Türkiye’yi değerlendirme kapsamına alan ve uluslararası açıdan önde gelen restoran derecelendirme sistemlerini incelemektedir.

2. MICHELIN GUIDE

Michelin Guide, diğer bir ifadeyle Michelin Rehberi, günümüzde uluslararası anlamda en bilinen ve prestijli olarak görülen restoran derecelendirme sistemi olarak faaliyet göstermektedir. Günümüzdeki kullanım amacından bağımsız olarak rehberin ilk ortaya çıkışı XIX. yüzyılın sonlarına doğru tarihlenmektedir. Araba lastiği üreticisi olan Andre ve Edouard Michelin kardeşler, o yıllarda ülke genelinde sayısı az olan arabaların satışını artırmak ve

araçlarla kat edilen mesafenin artışı sağlamak amacıyla hazırladıkları haritalarda benzin istasyonu bilgilerinin yanında yemek yenilebilecek işletmeleri ve konaklama yapılabilecek yerlerin de işaretlendiği bir rehber geliştirilmiştir (Özdoğan, 2014). Rehber ilk olarak Fransa sınırları içerisinde 35.000 adet olarak basılmış ve 1900-1920 yılları arasında ücretsiz olarak dağıtılmıştır. Ülke sınırları dışındaki ilk rehber dağıtımı ise 1904 yılında Belçika’da gerçekleştirilmiştir. Rehberin ilk yayımlandığı ülkeler arasında Cezayir, Tunus, Mısır, Hollanda, İsviçre, Almanya, İspanya ve Portekiz bulunmaktadır (Yazıcı Ay-yıldız ve Kuday, 2023). 1920 yılında Andre Michelin’in yayımladıkları rehberin bir lastik bayisinde masa sabitlemek için kullanıldığını görmesi, rehberin daha değerli algılanmasını sağlamak amacıyla ücretli hale gelmesiyle sonuçlanmıştır. Rehber o dönem 7 franktan satışa çıkarılmaya başlanmıştır (Michelin Guide, 2025). Rehberin 1923 yılında yenilenmesiyle birlikte rehberde yemek yenecek yerlerin bulunduğu “*Önerilen Oteller ve Restoranlar*” bölümü eklenmiştir (Martin, 2022). İlerleyen dönemde restoranların değerlendirmeye tabi tutulduğu bir derecelendirme sistemi ihtiyacı ortaya çıkmış ve 1926 yılında tek yıldız üzerinden değerlendirmenin yapıldığı sistem oluşturulmuştur. Bundan beş yıl sonra da 1931 yılında ikinci ve üçüncü yıldız kategorisi eklenmiştir. 1931 yılına kadar rehberler mavi kapaklı olarak basılırken bu tarihten itibaren kırmızı renkte basılmaya başlanmıştır. Bu renk halen günümüzde “*Michelin Red Guide*” olarak rehberin adlandırılmasını sağlamıştır (Horn, 1991). II. Dünya Savaşı başlangıcında yayımlanmasına ara verilen rehber, savaş sonlarına doğru tekrardan faaliyete geçirilmiştir. Ancak 1951 yılına kadar restoranlara yıldız verilmemiştir (Cancela, 2019). Rehberin 1956 yılında İtalya ve 1974 yılında Birleşik Krallık’ta yayımlanmaya başlanmasıyla bilinirliliği ve yayılışı artmaya devam etmiştir (Bilge vd., 2021). 2000’li yıllardan sonra rehber Avusturya, Danimarka ve Hollanda gibi Avrupa ülkelerinin yanında ABD (Las Vegas, San Francisco, Los Angeles), Japonya (Kyoto, Hiroşima, Osaka), Brezilya (Rio de Janeiro ve Sao Paulo), Tayland, Çin, Güney Kore ve Singapur’da yayımlanarak tüm dünyaya yayılmıştır (Cancela, 2019). Türkiye’de ise 2022 yılına kadar Michelin Yıldızına sahip bir restoran bulunmaktaydı. 2022 yılında Türkiye’nin rehberde dâhil olmasıyla ilk olarak İstanbul’da bulunan 5 restoran Michelin Yıldızı ile ödüllendirilmiştir. Bu restoranlar arasında bulunan Araka, Mikla, Neolokal ve Nicole 1 yıldızla ödüllendirilirken, TURK Fatih Tutak 2 yıldızla ödüllendirilmiştir (Michelin Guide, 2025).

Rehberde yer alabilecek restoranlar için Michelin Rehberi'nin yıldız kriterleri belirlenmiş ve 1936 yılından günümüze kadar değişmemiştir. Bu kriterler arasında; kullanılan ürünlerin kalitesi, yemeklerin lezzeti, pişirme tekniklerindeki uzmanlık, mutfakta yaratıcılık, verilen hizmetin ve yiyecek lezzetinin ödenen ücrete değer olarak algılanması ve sunulan hizmetlerde istikrarın sağlanması yer almaktadır (Ottenbacher ve Harrington, 2007). Bu kriterleri denetleyen ve Michelin bünyesinde çalışan denetmenler bulunmaktadır. Denetmenler işe başlamadan önce yaklaşık altı ay boyunca eğitime tabi tutulduktan sonra işe başlamaktadır. Denetmenler belirledikleri restoranlara birden fazla kez giderek restoranı belli kriterler altında değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Bu süreçte denetçilerin kimlikleri objektif değerlendirme yapılabilmesi adına gizli tutulmaktadır. Denetçi müfettişler, görevlerini gizlilikle sürdürebilmeleri adına ailelerine bile bu konu üzerinde çalıştıklarını bildirmemektedir (Favaron vd., 2022). Denetçiler, değerlendirdikleri restorana giderek keşif ve gözlem yapmaktadır. Bu ilk aşamanın ardından restoran içi deneyim sağlanmakta ve raporun yazılmasıyla da sonuçlanmaktadır (Özdoğan, 2014). Michelin Rehberi, güncellemelerle birlikte her yıl tekrar basılmaktadır. Bu süreçte Michelin müfettişleri tarafından restoranlar gizlice denetlenmektedir. Denetimler hali hazırda yıldız veya yıldızları olan restoranlara da yapılmaktadır. Denetimler sonucu restoranlar yıldızını koruyabilir, yükseltebilir ya da kaybedebilirler (Sands, 2025). Michelin Müfettişlerin yıldızları verirken dikkat ettiği beş temel kriter bulunmaktadır;

- Ürün kalitesi
- Lezzetlerin ve pişirme tekniklerinin ustalığı
- Şefin kişiliğinin yemek deneyimine yansımaları
- Lezzet uyumu
- Müfettiş ziyaretleri arasındaki tutarlılık (Michelin Guide, 2025).

Rehberin yayınlandığı ilk günden günümüze kadarki süreçte sembol ve kavramlar hakkında değişiklikler yapılmakla birlikte rehberdeki en önemli sembol hala kırmızı fon üzerine beyaz çiçek rengi deseniyle Michelin Yıldızı'dır. Yıldız sembolü rehberde işletmenin hemen yanında yer almaktadır.

Bir yıldız, restoranın yüksek kalitede yemek yaptığını ve bu yemek için mola verilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

İki yıldız, mükemmel tat ve sunumun olduğunu işaret etmektedir. Bu restoran için rotanızı değiştirip uğrayabilirsiniz anlamına gelmektedir.

Üç yıldız, olağanüstü bu mutfak için restorana bir yolculuk planlanabileceğini temsil etmektedir (Johnson vd., 2005).

Restoranın yıldız veya yıldızlar kazanması restoran ve şefi açısından prestij ve ün kazandırmaktadır. Bu gelişme hizmet standartlarının yükselmesine, ürün kalitesinin artmasına ve bununla paralel olarak ürün fiyatlarında yukarı yönlü bir değişime neden olmaktadır. İşletmeler açısından olumlu görülebilecek bu farklılıklarla beraber madalyonun diğer tarafında yıldız kaybetmemeye yönelik baskı ve bu baskının restoran şefi ile çalışanlar üzerindeki stres yer almaktadır. Kaybedilecek bir yıldız beraberinde ciddi bir prestij kaybına neden olabilmektedir (Daries vd., 2021). Her ne kadar yıldız restoranlara veriliyor olsa da restoran şefi önemli bir noktadadır. Öyle ki, yenilikçilik ve sunum standartlarının korunması gereğince eğer bir şef restorandan ayrılırsa o restoranın yıldızı bir sonraki denetlemeye kadar askıya alınmaktadır (Yazıcı Ayyıldız ve Kuday, 2023).

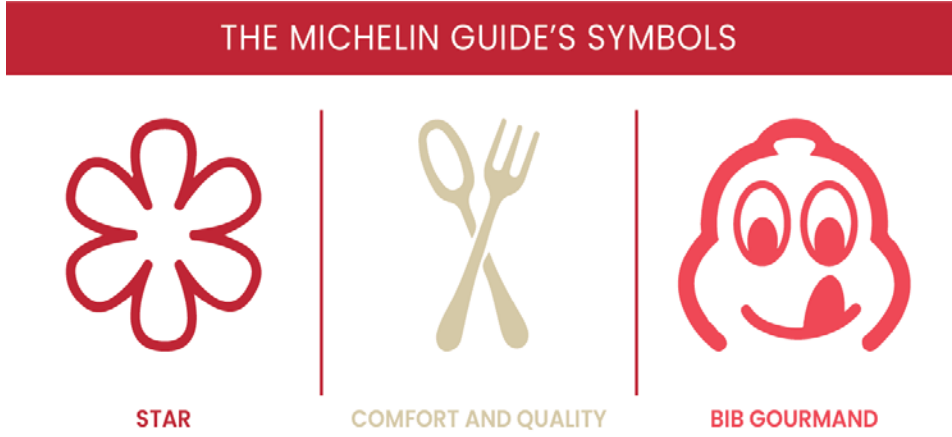
Yıldız kategorisinde olmayan ancak uygun fiyatlara lezzetli yemekler servis eden mekânları onurlandırmak için 1955 yılından beri verilen Bib Gourmand ödülü, saygın bir derecelendirmedir. Derecelendirmede kullanılan isim Michelin Grubu'nun maskotu olan Bibendum'dan gelmektedir. Yine Michelin müfettişleri tarafından incelenen ve bu ödülü layık görülen restoranlar 1997 yılından itibaren dudaklarını yalanan Michelin Adamı sembolü ile gösterilmektedir (Michelin Guide, 2025).

Michelin Yeşil Yıldız, sürdürülebilirlik uygulamaları hususunda işletmelerinde birtakım konulara dikkat eden restoranlara verilmektedir. Bu restoranlar hem çevresel hem de etik açısından çevreye karşı sorumluluklarını yerine getiren işletmeler olarak görülmektedir. Bahsi geçen uygulamalar arasında israfı önlemek, geri dönüşüme önem vermek ve karbon ayak izini azaltmak yer almaktadır. Müfettişlerin göz önünde bulundurduğu kriterler arasında kullanılan ürünlerin mevsimselliği, malzemenin nereden temin edildiği, gıda israfı konusunda neler yapıldığı, genel atık yönetimi ve geri dönüşümü, restoranın çevresel ayak izi ve kaynakların kullanımı bulunmaktadır (Huang vd., 2025).

Michelin Rehberinde bulunan bir diğer işaret ise Fork & Spoon (Çatal ve Kaşık) sembolüdür. Fork & Spoon, restoranların konforunu belirtmek amacıyla Michelin Rehberine eklenmiştir. Yıldız alan restoranların sahip oldukları derecelerine bakılmaksızın restoranların genel konforuna uygun olarak

bu sembol verilebilmektedir. Derecelendirme ise 1 ile 5 arasında çatal ve bıçak işaretinden oluşmaktadır. Bir çatal kaşık, oldukça konforlu restoranı, iki çatal kaşık konforlu restoranı, üç çatal kaşık çok konforlu restoranı, dört çatal kaşık yüksek sınıf konforlu restoranı, beş çatal kaşık lüks restoranı temsil etmektedir (Magnusson Sporre vd., 2013). Michelin rehberinde içeceklerle ilgili sembollerin olduğu derecelendirme simgeleri de bulunmaktadır. Kayda değer şarap, kokteyl ve bira listelerine sahip restoranlar sırasıyla üzüm, kokteyl bardağı ve bira bardağı sembolleriyle gösterilmektedir. Michelin rehberinde yer alan ve restoranın sahip olduğu özellikler ile ilgili de semboller bulunmaktadır. Üç kırmızı ışının bulunduğu sembol, misafirlerin yemeklerini yerken keyifle izleyebilecekleri manzaraları olduğu simgelemektedir. Şemsiye sembolü, misafirlerin açık havada yemeklerini yiyebilme ya da terasta yemek deneyimi yaşayabileceklerini temsil etmektedir. Tezgâh sembolü, ise restoranın açık mutfak konseptinde yemek yeme seçeneği sunduğunu ifade etmektedir. Misafirler, şefleri tezgâhın hemen önünden izleyerek mutfaktaki tüm hazırlığı yakından tanıklık edebilmektedir (Michelin Guide, 2025).

Şekil 1. Michelin rehberinde yer alan bazı semboller



Kaynak: Mcneill, 2025.

Daha önce Michelin Rehberinde bulunan ancak sonradan çıkarılan semboller de bulunmaktadır. Buna en yakın örnek Espoir (Yükselen Yıldız), simgesidir. 2005 yılında Michelin Rehberine eklenen Espoir, kendi kategorisinde iyi olan bir restoranı ve kendisini geliştirerek yıldızını yükselten restoranları

belirtmek amacıyla rehberde eklenmiş ancak 2012 yılında rehber içinde tutarsızlık yaratması nedeniyle rehberden çıkartılmıştır (Bilge vd., 2021).

İlk olarak 2022’de İstanbul rehberinin yayımlanmasıyla Türkiye sınırlarına giren Michelin Rehberi, İstanbul’daki 5 restoranın yıldız kazanmasıyla açılışı yapmıştır. TURK Fatih Tutar 2 yıldız kazanırken, Araka, Neolokal, Mikla ve Nicole birer yıldıza layık görülmüşlerdir. Aynı zamanda ilk seçkide 10 restoran, “*Bib Gourmand*” kazanırken Neolokal Michelin yıldızına ek olarak sürdürülebilir uygulamaları nedeniyle Michelin Yeşil Yıldızı ile onurlandırılmıştır. 38 restoran ise tavsiye edilen işletmeler arasında yer almıştır. Böylece Türkiye’deki ilk seçkide İstanbul’dan toplamda 53 restoran işletmesi bulunmuştur (Michelin, 2025). 2024 yılında ise İzmir ve Muğla illeri de rehberde dâhil edilmiştir. 2025 yılındaki güncel durumda toplamda 3 şehirde 2 yıldıza sahip 1, 1 yıldıza sahip 13 ve yeşil yıldıza sahip 27 işletme bulunmaktadır. Bunun yanında 27 restoran da Bib Gourmand işaretine sahip durumdadır. Tavsiye edilen restoran sayısı ise toplam 90’dır (Vouge, 2025).

3. THE WORLD’S 50 BEST RESTAURANTS

The World’s 50 Best Restaurants markası, dünya genelinde gastronomi ve içki konusunda önde gelen bir otorite olarak faaliyet göstermektedir. Global yönelimleri sergileyen, dünyanın dört bir yanındaki kayda değer restoranları ve barları öne çıkaran ve İngiltere medya şirketi William Reed Business Media tarafından ortaya çıkarılan bu marka, 20 yılı aşkın süredir listeleri ve etkinlikleriyle gastronomi tutkunlarına bir rehberlik sunmaktadır (William Reed, 2025). Liste vasıtasıyla yeni şef ve barmenler de tanıtılmaktadır. The World’s 50 Best Restaurants listesi, ilk olarak 2002 yılında açıklanmaya başlamıştır. Bu tarihten itibaren her sene düzenli olarak açıklanan listeye ek olarak 2009 yılında “Dünyanın En İyi 50 Barı” ve 2013 yılında “Asya’nın En İyi 50 Restoranı” ile “Latin Amerika’nın En İyi 50 Restoranı” gibi bölgesel listeler eklenerek değerlendirmenin yapıldığı kapsam genişletilmiştir. 2019 yılından itibaren, eğer bir restoran daha önce listede birinci sırada yer alıyorsa o restoran “Best of the Best” grubuna alınır ve artık yıllık sıralamada değerlendirilmezler. Liste, bağımsız bir şekilde “Deloitte” adlı uluslararası danışmanlık şirketi tarafından denetlenmektedir (Theworlds50best, 2025).

Şekil 2. The Worlds 50 Best Logosu



Kaynak: Theworlds50best, 2025.

İlk kez açıklanan dünyanın en iyi 50 restoranı arasında Türkiye’den Changa restoran 39. sırada yer almıştır. Türkiye’de listeye giren bir diğer restoran ise yeni Anadolu Mutfacı konsepti ile misafirlerine servis veren Mikla restoranıdır. Mikla, 2015 yılından 2022 yılına kadar listede bulunmuştur. 2023 yılında ise ilk 50 restoran arasında olmamakla beraber iki restoran birden listeye dâhil edilmiştir. Neolokal 63., TURK Fatih Tutak 66. Sırada yer almıştır (Aposto, 2023). Son açıklanan 2024 yılı listesine göre sadece Neolokal restoran 91. sırada listede bulunmaktadır (Theworlds50best, 2025).

The World’s 50 Best Restaurants listesi, her yıl 1.100 uluslararası restoran sektöründeki uzmanların oylarıyla belirlenmekte ve dünyadaki dikkat çeken restoran ve trendleri ön plana çıkartmaktadır (Broadway, 2021). Restoranların değerlendirilmesi, kendini gastronomi alanında geliştirmiş ve sıkça seyahat eden uzmanlar tarafından yapılmaktadır. Kadın ve erkek oranı eşit olarak dağıtılmıştır (Theworlds50best, 2025). Değerlendirme için 27 bölge temsil edilmesi açısından belirlenmiştir. Her bölgenin başkan dâhil 40 üyesi bulunmaktadır (Çetin, Aksoy ve Çetin, 2020). Her yıl bu panel gruplarının %25’i yenilenmektedir. Uzmanlar arasında yemek yazarları ve eleştirmenler, şefler restoran sahipleri, deneyimli gurmeler bulunmaktadır. Her üyenin 10 oy hakkı bulunmakta ve bu oyların en fazla altısını kendi bölgesindeki restoran

işletmeleri için verilebilmektedir. Oylama için önemli kurallar arasında ise şunlar bulunmaktadır;

- Üyeler sadece son 18 ay içinde ziyaret ettiği restoranlara oy verebilir.
- Oylama sonuçları açıklanana kadar gizli tutulmalıdır.
- Aday olan restoranların kapanmış olmaması gerekmektedir.
- Üyeler, restoranın sahibi oldukları veya çıkarlarının bulundukları yerlere oy veremezler.
- Oylamalar restorana yapılır, şef ya da işletmeciye değil (bireysel ödüller hariç).
- Üyeleri kimliklerini gizli tutmalıdır (Theworlds50best, 2025).

4. GAULT & MILLAU

Gault & Millau rehberi, ilk kez 1969 yılında iki gazeteci ve yemek eleştirmeni Henri Gault ve Christian Millau tarafından Paris'te yayımlanmıştır. Gastronomi sektöründe en çok bilinen ve takdir edilen rehberlerden biri konumundadır (Çetin vd., 2020). Gastronomi kültürünü daha da üst seviyeye taşımak amacıyla hareket eden saygın rehber, aynı zamanda Nouvelle Cuisine akımının temel ilkelerini yazan yemek yazarları Gault ve Millau tarafından hayata geçirilerek mutfakta yenilikçi yaklaşımları ön plana çıkarmaktadır (Montargot vd., 2022).

Geniş gastronomi ağı sayesinde sektörde kendisine önemli bir yer kazanan Gault & Millau güncel olarak 13 ülkede yayınlanmaktadır. Sektörde gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarına göre katılımcıların yüzde 82'si Gault & Millau Rehberini, referans marka olarak kabul ettiğini ifade etmektedir. Her yıl tüm dünyadan yaklaşık 16 bin restoran değerlendirilmekte ve 15 bin şarap tadımı gerçekleştirilmektedir. Gault & Millau rehberinde, restoran ve şefleri puanlaması için bağımsız şarap ve gastronomi uzmanları çalışmalarını sürdürmektedir. Elli yılı aşkın süredir lezzet ve yetenekleri değerlendiren Gault & Millau sekiz bölgesel rehber, bir şarap rehberi ve bir şampanya rehberine sahiptir (Gault&Millau, 2025). Ayrıca, şarap değerlendirmeleri konusunda da çalışmalar yapan Gault Millau, yüksek kalitede şarapları servis eden restoranları da sınıflandırmaktadır Gault&Millau adına değerlendirme yapan kişilerin detaylı inceleme sürecinde dikkat ettiği noktaların arasında; malzemelerin tazeliği ve kullanımı, pişirme süreleri, lezzet profilleri ve tabaktaki sunum bulunmaktadır (Egeli vd., 2024).

Şekil 3. Gault & Millau Derecelendirme Puanları

Gault&Millau

GAULT & MILLAU SKOR TABLOSU

 Gourmand Table **11/20-12,5/20**

 Chef's Table **13/20-14,5/20**

 Excellent Table **15/20-16,5/20**

 Prestigious Table **17/20-18,5/20**

 Exceptionnel Table **19/20-19,5/20**

Kaynak: Food in Life, 2025.

Değerlendirme, 1 ila 20 puan arasında yapılmakla beraber en az 11 puan alan restoran rehberde girmeye hak kazanmaktadır. 11 ila 20 puan arasında alan restoranlar ise 1’den 5 şapkaya kadar devam eden ve şef şapkasıyla sembolize edilen bir derecelendirme sistemine tabi tutulurlar. 2010 yılına kadar 4 şapka ile değerlendirmelerini yapan rehber 2010 yılından sonra bu sayıyı 5’e çıkarmıştır (Outreville, 2022). Restoranlar 11-12,5 puan aralığında alırsa 1, 13-14,5 arasında alırsa 2, 15-16,5 arasında alırsa 3, 17-18,5 arasında alırsa 4 ve 19-19,5 aralığında alırsa 5 şapkaya layık görülmektedir. Bu saygın rehberde diğer rehberlerde de olduğu gibi yer alabilmek amacıyla ücret verilememektedir (Gault&Millau, 2025). Değerlendirmeyi yapan uzmanların verdikleri puan neticesinde restoranın itibarı ve başarısı önemli ölçüde etkilenmektedir (Feuls vd., 2021).

Tüm dünyadan gastronomi tutkunlarının dikkatle takip ettiği rehber, Türkiye’deki saha çalışmalarına 2023 yılında başlamış ve ilk olarak 2024 yılında yayımlanmıştır. Güncel olarak açıklanan listede Antalya’dan 7 Mehmet, İstanbul’dan Aqua, Araka, Arkestra, Gallada, Mikla, Tuğra Restaurant, Sankai by Nagaya ve Nicole, İzmir’den Narımor Urla, Od Urla, Vino Locale ve Teruar Urla 3 şapka kazanırken İstanbul’dan Neolokal ve Turk Fatih Tutak 4 şapka sembolüne layık görülmüşlerdir. En yüksek puanı ise 18,5 puan ile TURK Fatih Tutak restoranı almıştır (Gault&Millau, 2025).

4. LA LISTE

La Liste Ödülleri ilk olarak 2015 yılında Fransa'nın Paris şehrinde düzenlenen bir törenle verilmeye başlandı. Bu etkinlik, o tarihten itibaren, her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen ödül törenleriyle, dünyanın önde gelen restoranlarını ve şeflerini ödüllendirmektedir. La Liste gastronomi dünyasındaki tanınan ve değer verilen bir otorite haline gelmiştir. La Liste, Philippe Faure ve gazeteci Jörg Zipprick tarafından kurulmuştur (Kemp, 2025).

Şekil 5. La Liste Logosu



Kaynak: La Liste, 2025.

La liste, tüm dünyadaki yüzlerce rehber kitabın, çevrimiçi yorumların ve eleştirmen değerlendirmelerinin doğrultusundaki yaklaşık 40.000'den fazla restoran, pastane ve hoteli değerlendirerek ilk 1000'e giren işletmeleri listelerinde yayınlamaktadır. Bu süreçte her yorum puanı özel tablolara göre 0'dan 100'e kadar bir dereceye çevrilmektedir. Aynı zamanda binlerce şef ile görüşülerek rehber kitaplar hakkında görüşleri sorulup 1'den 10'a kadar güvenilirliğiyle ilgili anket doldurulur ve güvenilirlik endeksi oluşturulur. Böylece nihai olarak rehbera göre verilen yorum puanı, rehberin güvenilirlik endeksinde göre ağırlıklıdır. Son olarak çevrimiçi müşteri yorumları sürece dâhil edilir ve bu yorumlar La Liste puanında %10 ağırlıkla değerlendirilir (La Liste, 2025). 2023 yılından itibaren Türkiye'de bulunan restoran işletmeleri değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. 2025 yılında açıklanan son listede 1000 restoran içerisinde Türkiye'den 4 işletme bulunmaktadır. %95 ile Turk Fatih Tutak, %90,5 ile Neolokal, %78,5 ile 7 Mehmet ve %76 ile OD Urla listede yer almaktadır (Food in Life, 2025).

5. SONUÇ

Restoran derecelendirme sistemlerinin bazılarının geçmiş bir asra dayansa da Türkiye sınırları içindeki restoranların değerlendirilmeye başlanması 2020'li yılları bulmaktadır. Bu durumun en öne çıkan örnekleri Michelin Rehberi ve Gault&Millau derecelendirme sistemleridir. Michelin Rehberi'nin Türkiye macerası 2022 tarihli olmakla birlikte Avrupa'da on yıllardır faaliyet göstermektedir. Aynı durum 2023 yılında Türkiye'de saha çalışmalarına başlayan Gault&Millau için de geçerlidir. Diğer saygın derecelendirme sistemleri olan Theworlds50best ve La Liste ise nispeten daha yeni yapılardır. Bu çalışmada bahsi geçen uluslararası dört derecelendirme sistemleri arasında Theworlds50best, Türkiye'deki restoranları değerlendiren en eski derecelendirme sistemidir. 2015 yılına dayanan en eski değerlendirme tarihi bile on yılı geçmemektedir. Dolayısıyla hem köklü hem de nispeten daha yeni olan uluslararası derecelendirme sistemlerinin Türkiye'deki restoranları değerlendirmeye listelerindeki diğer ülkeler ile kıyaslandığında yeni başladığı görülmektedir. Son yıllarda Türkiye'de giderek artan gastronomi faaliyetleri, tanıtım, reklam ve pazarlamalar bu derecelendirme sistemlerinin Türkiye'yi değerlendirme kapsamlarına almaları konusunda yardımcı oldukları öne sürülebilir. Değerlendirme kapsamına alınan restoranlar kalitelerini artırarak Türkiye gastronomisine katkıda bulunabilecekleri gibi Türkiye gastronomisinin tanıtımı ve pazarlanması konusunda da yardımcı olabilecekleri düşünülmektedir. Bu duruma paralel olarak mikro boyutta işletmelerin makro boyutta ülke ekonomisinin olumlu etkilenmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Aposto, (2023). *Gastronominin Oscar'ları*. <https://aposto.com/s/658efd41bc9f000007019a06>, Erişim Tarihi: 17.05.2025.
- Bilge, F.A., Cabi, A., & Şahin, İ. (2021). Gastronomi turizminde Michelin rehberi etkisinin gastronomi öğrencilerince bilinirliği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (6), 121-139.
- Broadway, J. (2021). Around the World in 50 Restaurants: The Curious Irony of Hyperlocal Food. *Gastronomica: The Journal for Food Studies*, 21(1), 65-67.
- Cancela, (2019). *Restaurantes con estrellas Michelin mundo 2024*. http://www.cancela.org/index.php?option=com_content&view=article&id=382:16restaurantes-con-estrellas-michelinmundo2018&catid=25:articulosyestadisticas&Itemid, Erişim Tarihi: 15.05.2025.
- Chiang, C.F., & Guo, H. W. (2021). Consumer perceptions of the Michelin Guide and attitudes toward Michelin-starred restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102793.
- Cumhur, Ö., & Altaş, A. (2023). Türk Gastronomisi adına yeni bir restoran derecelendirme sistemi: Gault & Millau rehberi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 11(4), 3650-3666.

- Çetin, M., Aksoy, M., & Çetin, K. (2020). Türkiye'deki yiyecek-içecek işletmelerini derecelendiren sistemlerin içerik analizi ile incelenmesi. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(Special Issue 4), 233-245.
- Daries, N., Moreno-Gené, J., & Cristobal-Fransi, E. (2021). Michelin stars shine brightly, but are they profitable?. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100352.
- Egeli, S., Kızıldemir, Ö., & Çıkkı, K.D. (2024). Müşterilerin lüks mutfak "haute cuisine" deneyimi bileşenlerinin incelenmesi: Gault Millau Rehberinde listelenen restoranlar örneği. *Tourism and Recreation*, 6(1), 104-112.
- Favaron, S.D., Di Stefano, G., & Durand, R. (2022). Michelin is coming to town: Organizational responses to status shocks. *Management Science*, 68(9), 6925-6949.
- Feuls, M., Stierand, M., Dörfler, V., Bøje, D.M., & Haley, U.C.V. (2021). Practices of creative leadership: A qualitative meta-analysis in haute cuisine. *Creativity and Innovation Management*, 30(4), 783-797.
- Food in Life, (2025). *Gault & Millau 2024 Türkiye'nin Rehber Dereceleri Açıklandı!* <https://foodinlife.com/gault-millau-2024-turkiyenin-rehber-dereceleri-aciklandi>, Erişim Tarihi: 18.05.2025.
- Gault & Millau. (2025). *Gault & Millau Hakkında*. <https://www.gaultmillau.com.tr/gault-millau-hakkinda>, Erişim Tarihi: 17.05.2025.
- Horn, P.L. (1991). *Handbook of French popular culture*. USA: Greenwood Publishing Group, 97-113.
- Huang, Y., Hall, C. M., & Chen, N. (2025). The sustainability characteristics of Michelin green star restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 28(2), 219-244.
- Johnson, C., Surlemont, B., Nicod, P., & Revaz, F. (2005). Behind the stars: A concise typology of Michelin restaurants in Europe. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2), 170-187.
- Kemp, M. (2025). *La Liste: The World's Best Restaurant is in Paris*. <https://bonjourparis.com/food-restaurant-news/la-liste-the-worlds-best-restaurant-is-in-paris>, Erişim Tarihi: 18.05.2025.
- La Liste, (2025). *La Liste*. <https://www.laliste.com>, (ET: 18.05.2025).
- Magnusson Sporre, C., Jonsson, I. M., & Pipping Ekström, M. (2013). *The five aspects meal model, FAMM: From Michelin Guide to public meal sector*. International Conference on Culinary Arts and Sciences VIII, Global, Local and National Perspectives, ICCAS 2013, Porto, Portugal.
- Martin, B.P. (2022). *The Michelin Guide: A geographical perspective of the famous red guide through time*. In *Proceeding of ATINER's Conference Paper Proceedings Series MDT2022-0234*, Athens Institute for Education and Research, Athens, Greece.
- McNeill, T. (2025) *The History and Significance of Michelin Stars*. <https://www.mcneilluxurytravel.com/the-history-and-significance-of-michelin-stars>, Erişim Tarihi: 15.05.2025.
- Michelin Guide, (2025). *Michelin Guide*. <https://guide.michelin.com>, Erişim Tarihi: 12.05.2025.
- Michelin, (2025). *Michelin Rehberi İstanbul'un İlk Seçkinde 53 Restoran Yer Aldı*. <https://www.michelin.com.tr/basinda-michelin/michelin-star-revelation-istanbul>, Erişim Tarihi: 18.05.2025.
- Montargot, N., Kallmuenzer, A., & Kraus, S. (2022). Haute cuisine three-star restaurants' representation on websites and dining guides: a lexicometric analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3376-3393.
- Ottenbacher, M., & Harrington, R. J. (2007). The innovation development process of Michelin-starred chefs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 444-460.
- Outreville, J. F. (2022). The use of migration matrices to test the sustainability of the top ranked restaurants: a methodological note. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 16(1), 100-105.
- Özdoğan, O.N. (2014). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Sands, D.B. (2025). Double-edged stars: Michelin stars, reactivity, and restaurant exits in New York City. *Strategic Management Journal*, 46(1), 148-176.
- Theworlds50best, (2025). *Theworlds50best*. <https://www.theworlds50best.com>, Erişim Tarihi: 16.05.2025.
- Vogue, (2025). *2025 Michelin Rehberi: İstanbul, İzmir, Muğla Listesi Açıklandı*. <https://vogue.com.tr/yeme-icme/2025-michelin-rehberi-istanbul-izmir-mugla-listesi-aciklandi>, Erişim Tarihi: 14.05.2025.
- William Reed, (2025). *William Reed*. <https://wrextdesign.william-reed.com/50-Best/events/contact-us.html>, Erişim Tarihi: 16.05.2025.
- Yazıcı Ayyıldız, A., & Kудay, M. (2023). İstanbul'da bulunan Michelin yıldızlı restoranların Tripadvisor yorumlarının değeriendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 5(1), 54-67.

GASTRONOMİDE DİJİTAL BİR DEVRİM: 3D BASKI TEKNOLOJİSİYLE GIDA ÜRETİMİ

Faruk YÜKSEL

*Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
farukyuksele@odu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4724-0007*

Turgay UÇAR

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
turgaychef52@gmail.com, ORCID: 0009-0004-5958-9144*

1. GİRİŞ

Gastronomi, yüzyıllardır kültürel kimliğin, beslenme alışkanlıklarının ve toplumsal değişimlerin önemli bir yansıması olmuştur. Geleneksel mutfak tekniklerinden sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan seri üretim sistemlerine kadar uzanan süreçte, gıda üretimi sürekli olarak evrim geçirmiştir (Santana ve Oliveira, 2019). Teknolojinin mutfak sanatları ile buluşması, özellikle son yıllarda dijitalleşme ile hız kazanmış ve yeni pişirme ve üretim yöntemlerinin doğmasına zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda, 3D yazıcılarla gıda üretimi modern gastronomi dünyasında önemli bir yenilik olarak ortaya çıkmaktadır. Sanayi Devrimi ile başlayan makineleşme süreci, gıda üretiminde büyük ölçekli üretim hatlarının oluşturulmasını sağlamış ve bu durum, üretimde standartlaşmayı beraberinde getirmiştir (Jones, 2021). XX. yüzyılda gelişen gıda işleme teknolojileri raf ömrünü uzatmayı ve besin değerini optimize etmeyi desteklerken, XXI. yüzyılın başı itibarıyla kişiye özel beslenme ve sürdürülebilir gıda üretimi kavramları önem kazanmaya başlamıştır. (Miller ve Clarke, 2020). 3D yazıcılar, tam da bu noktada, bireylerin beslenme alışkanlıklarına uygun olarak özelleştirilmiş gıda üretme potansiyeliyle dikkat çekmektedir.

3D baskı teknolojileri ile gıda üretimi, ilk olarak sanayi sektöründe prototipleme amacıyla kullanılan baskı teknolojisinin gıda alanına uyarlanması ile ortaya çıkmıştır. 2000'li yılların başında başlayan bu süreç başta çikolata ve şekerleme üretimi olmak üzere farklı gıda gruplarına genişlemiştir (Lipton vd., 2015a). Ekstrüzyon bazlı baskı, toz bazlı baskı ve biyobaskı gibi farklı

tekniklerin kullanılmasıyla gıdaların şeklen ve içerik olarak özelleştirilmesine olanak tanınmaktadır (Godoi vd., 2016). Örneğin, sağlık sektörü için geliştirilen besin takviyeli özel diyet yiyecekleri, yaşlı ve hasta bireyler için daha kolay tüketilebilir gıdalar veya sanat odaklı moleküler gastronomi ürünleri 3D baskı teknolojisinin sunduğu imkanlar arasında yer almaktadır (Sun vd., 2015). 3D baskı teknolojileri, yalnızca gastronomik yaratıcılıkla sınırlı kalmayıp, sürdürülebilir gıda üretimi açısından da büyük önem taşımaktadır. Geleneksel tarım ve hayvancılık dünya nüfusunun hızla artması nedeniyle giderek daha fazla doğal kaynağa ihtiyaç duymaktadır (Bai vd., 2021). 3D baskı teknolojisinin gıda israfını azaltma, alternatif protein kaynaklarını değerlendirme ve özelleştirilmiş diyet gereksinimlerini karşılama gibi konularda önemli avantajlar sunacağı değerlendirilmektedir. Özellikle biyo-baskı yöntemiyle üretilen et ürünleri, laboratuvar ortamında sürdürülebilir şekilde üretilmekte ve bu durum hayvancılığa dayalı çevresel etkileri minimize etme potansiyeli taşımaktadır (Pérez vd., 2020).

Teknolojinin gelişimi ile birlikte birtakım zorluklar da ortaya çıkmaktadır. Mevcut 3D gıda yazıcıları yüksek maliyetleri ve sınırlı üretim hızları nedeniyle ticari mutfaklarda henüz yaygın olarak kullanılamamaktadır (De-rossi vd., 2018). Ayrıca, tüketici alışkanlıkları ve algıları geleneksel mutfığa bağlı kalma eğiliminde olduğundan 3D baskılı gıdaların benimsenmesi zaman alabilmektedir (Yang vd., 2021). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte 3D gıda baskı teknolojisiyle gıda üretiminin gastronomide daha geniş bir kullanım alanı bulacağı öngörülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, 3D baskı teknolojileri ile gıda üretimi kavramsal olarak ele alınmakta; öncelikle teknolojinin tarihsel gelişimi, ardından gastronomi ile olan ilişkisi ve uygulama alanları değerlendirilmektedir. Ardından 3D baskı teknolojisiyle gıda üretiminde kullanılan yöntemler, üretim sürecinin aşamaları ve bu sürecin gastronomiye sağladığı avantajlar detaylandırılmaktadır. Bununla birlikte, teknolojinin karşılaştığı mevcut sınırlamalar, yasal ve etik sorunlar da incelenmekte olup, son olarak tüketici algısı ve gelecekteki potansiyel gelişmelere dair değerlendirmelere yer verilmektedir. Bu doğrultuda, 3D baskı teknolojisinin gastronomi alanında dijital bir dönüşüm yaratarak mutfak sanatları ve gıda endüstrisinde ne tür değişimlere yol açabileceği çok yönlü bir bakış açısıyla ele alınmaktadır.

2. 3D BASKI TEKNOLOJİSİ

2.1. 3D Baskı Teknolojisinin Keşfi ve Gelişimi

3D baskı teknolojisi, 1980'lerin başında Charles Hull tarafından geliştirilen stereolitografi (SLA) yöntemiyle ortaya çıkmıştır. Hull'un 1986 yılında aldığı patent ile bu teknoloji, üretim süreçlerinde devrim niteliğinde bir adım olarak değerlendirilmektedir (Hull, 1986). Bu dönemde hızlı prototipleme amacıyla kullanılan 3D baskı teknolojisi, özellikle endüstriyel tasarım ve mühendislik gibi alanlarda yoğun ilgi görmüştür. (Kruth vd., 1998). 1990'larda, seçici lazer sinterleme (SLS) ve füzyon biriktirme modelleme (FDM) gibi çeşitli 3D baskı teknikleri geliştirilmiş ve bu yöntemler daha geniş üretim alanlarında kullanılmaya başlanmıştır. (Gibson vd., 2010). 2000'li yıllarda ise 3D baskı teknolojisi biyoteknoloji, otomotiv, havacılık ve gıda gibi sektörlerde yaygın şekilde kullanılmaya başlanmış; yazıcı maliyetlerinin düşmesiyle bireysel kullanıcıların da erişimine açılmıştır. (Lipson ve Kurman, 2013). Günümüzde 3D baskı teknolojisi, kişiye özel üretim, sürdürülebilirlik ve otomasyon gibi avantajları sayesinde pek çok sektörde yenilikçi çözümler sunmaktadır. Özellikle gıda sektöründe 3D yazıcılar, yeni malzemeler ve bileşenler kullanarak daha estetik ve besin açısından zengin ürünler üretmeye olanak tanımaktadır (Sun vd., 2015).

2.2. 3D Baskı Teknolojisinin Gastronomi ile İlişkilendirilmesi

3D gıda baskı teknolojisinin gelişimi, bu teknolojinin genelden özele doğru ilerleyerek mutfak sektörüne entegrasyonu ile başlamıştır. İlk olarak endüstriyel prototipleme için geliştirilen 3D baskı yöntemleri, 2000'li yılların ortalarından itibaren biyoteknoloji ve gıda sektöründe test edilmeye başlanmıştır (Lipson ve Kurman, 2013). 2010'lu yıllarda NASA ve çeşitli araştırma kurumları, astronotların beslenme ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla 3D yazıcılarla gıda üretimini araştırmaya başlamış ve bu süreçte, protein bazlı malzemelerle baskı yapılması sağlanmıştır (Cohen vd., 2019). Ticari anlamda gıda yazıcılarının ilk örnekleri çikolata ve şekerleme sektöründe görülmüş olup, 2014 yılında piyasaya sürülen Foodini gibi cihazlar, kullanıcıların mutfakta daha yaratıcı olmalarına olanak tanımıştır (Sun vd., 2015). Gıda yazıcılarının gelişimi, bitkisel bazlı bileşenlerin kullanımı, alternatif proteinler ve fonksiyonel gıdaların üretimi gibi yeniliklerle desteklenmiş ve günümüzde

sürdürülebilir beslenme stratejilerinin önemli bir parçası haline gelmiştir (Liu vd., 2017).

Gastronomi, geleneksel pişirme yöntemlerinden modern teknolojiye kadar uzanan geniş bir perspektife sahiptir. Son yıllarda endüstri 4.0 ile birlikte dijital dönüşümün hızlanması, mutfak sanatlarında da yenilikçi teknolojilerin kullanımını artırmıştır (Lipton, 2020). Bu çerçevede, 3D baskı teknolojisinin gıda üretimine entegrasyonu, gastronomi alanında çığır açan bir gelişme olarak görülmektedir. 3D baskı teknolojisi, özellikle gıda sektöründe özelleştirilebilir tarifler, sürdürülebilir malzeme kullanımı ve estetik tasarımlar açısından önemli avantajlar sunmaktadır (Godoi vd., 2016). Örneğin, Michelin yıldızlı restoranlar, 3D baskı teknolojisini daha komplike tabaklar yaratmak için kullanmakta, bu sayede sanatsal ve yenilikçi yemekler üretmektedir (Periard vd., 2007). Bunun yanı sıra, kişiye özel beslenme çözümleri sunma potansiyeli sayesinde hastane ve yaşlı bakım merkezleri gibi sağlık hizmetlerinde de bu teknolojinin önemi giderek artmaktadır (Severini ve Derossi, 2018).

Gastronomide 3D baskı teknolojilerinin en önemli katkılarından biri de sürdürülebilir gıda üretimi üzerindeki etkisidir. Geleneksel gıda üretimi genellikle yüksek hammadde tüketimi ve israf ile ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte, 3D baskı teknolojisi, gıda atıklarını en aza indirerek israfı önleme ve alternatif protein kaynaklarını değerlendirme yoluyla daha sürdürülebilir bir mutfak yaklaşımı oluşturma potansiyeline sahiptir. (Liu vd., 2017). Özellikle böcek bazlı proteinler, yosun türevleri ve laboratuvar ortamında üretilen etler gibi geleceğin gıda kaynakları, 3D baskı teknolojileri ile daha erişilebilir ve işlenebilir hale gelmektedir (Dankar vd., 2018).

3D baskı teknolojileri ile gıda üretimi, gastronominin estetik, beslenme ve sürdürülebilirlik boyutlarında köklü değişiklikler yapma potansiyeline sahiptir. Katmanlı üretim teknolojisi kullanılarak yenilebilir malzemelerin belirlenen bir tasarım doğrultusunda şekillendirilmesi süreci, yalnızca gıdaların estetik görünümünü iyileştirmekle kalmamakta, aynı zamanda içeriklerin özelleştirilmesine imkân tanıyarak kişiselleştirilmiş beslenme çözümlerine katkı sağlamaktadır (Lipton vd., 2015b; Sun vd., 2015). Geleneksel üretim tekniklerine kıyasla, 3D baskı ile üretilen gıdalar, geleneksel yöntemlere göre besin içeriklerinin daha hassas bir şekilde kontrol edilmesini sağlamak ve sürdürülebilir malzemelerin kullanımıyla çevre üzerindeki olumsuz etkilerin

azaltılmasına katkıda bulunmaktadır (Godoi vd., 2016). Buna bağlı olarak, 3D baskı teknolojisinin ilerleyen dönemde restoranlardan gıda sektörüne kadar geniş bir alanda daha yaygın şekilde kullanılacağı tahmin edilmektedir (Sun vd., 2015). Ancak bu yenilikçi teknolojinin tam anlamıyla benimsenebilmesi için hem tüketici algısının gelişmesi hem de maliyetlerin düşmesi gerekmektedir. Bu nedenle, akademik araştırmalar ve endüstri iş birlikleri bu konuda büyük öneme sahiptir. Gıda endüstrisinin birçok alanında bu teknolojinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Öncelikle, kişiselleştirilmiş beslenme ihtiyacına olan talep giderek artmaktadır. Özellikle diyet gereksinimleri, yaşlı bireylerin beslenme ihtiyaçları veya tıbbi amaçlı gıdalar gibi alanlarda, 3D baskı teknolojisi bireysel gereksinimlere uygun yemekler üretmek için büyük bir fırsat sunmaktadır (Miller ve Clarke, 2020). Yutma güçlüğü yaşayan kişiler için hazırlanan yumuşak dokulu yiyecekler, besin değerleri korunarak hem görsel olarak çekici hem de lezzet açısından tatmin edici hale getirilebilmektedir (Yang vd., 2021).

3D baskı teknolojileri ile gıda üretimi, sürdürülebilirlik açısından büyük bir potansiyel taşımakta olup, geleneksel tarım ve hayvancılık yöntemlerinin doğal kaynaklar üzerindeki baskısını azaltmak adına önemli bir alternatif sunmaktadır. Bu teknoloji, alternatif protein kaynakları ve geri dönüştürülebilir bileşenler kullanarak daha az atık üretimini desteklemekte ve çevresel etkilerin azaltılmasına katkı sağlamaktadır (Bai vd., 2021). Özellikle laboratuvar ortamında üretilen et ürünleri, hayvansal üretimin çevresel yükünü hafifletme potansiyeline sahip olması nedeniyle dikkat çekmekte ve bu alanda yoğun bir ilgi görmektedir (Pérez vd., 2020). Öte yandan, 3D yazıcı teknolojisi gastronomi endüstrisinde sanatsal sunumlara ve yenilikçi tariflere olanak tanımakta; moleküler gastronomi kapsamında yaratıcı şekillerde yemekler üretmek ve özgün tat profilleri oluşturmak mümkün hale gelmektedir (Derossi vd., 2018). Şefler, gıdaların dokusunu ve bileşimini istenen şekillerde özelleştirerek, misafirlerine hem estetik hem de duyuşsal açıdan eşsiz bir deneyim sunabilmektedir.

Gıda üretiminde 3D baskı teknolojileri, gastronomi ve gıda sektörünün geleceğinde kritik bir yer tutmaktadır. Kişiselleştirilmiş beslenme, sürdürülebilirlik ve yaratıcı mutfak uygulamalarında sunduğu olanaklar sayesinde, bu teknolojinin kullanım alanları giderek genişlemektedir. Ancak, bu sürecin

daha geniş çapta benimsenebilmesi için üretim hızının ve tüketici farkındalığının artırılması, maliyetlerin düşürülmesi gerekmektedir (Santana ve Oliveira, 2019).

3. 3D BASKI TEKNOLOJİSİYLE GIDA ÜRETİMİ YÖNTEMLERİ

Gıda yazıcılarının gelişimi, mutfak sanatlarını hem sanatsal hem de bilimsel açıdan zenginleştiren bir süreç olmuştur. Günümüzde restoranlar, oteller ve sağlık sektöründeki kuruluşlar, bu teknolojinin sunduğu avantajlardan yararlanarak kişiye özel ve sürdürülebilir beslenme çözümleri geliştirmektedir (Godoi vd., 2016). Bu kapsamda gastronomi alanında 3D gıda baskı teknolojisiyle gıda üretiminde kullanılan ekstrüzyon bazlı baskı, toz bazlı baskı, hücresel tarım ve biyo-baskı yöntemleri açıklanmaktadır.

3.1. Ekstrüzyon Bazlı Baskı

Ekstrüzyon bazlı baskı, 3D yazıcılarla gıda üretiminde en yaygın kullanılan yöntemlerden biridir. Bu yöntemde, yarı akışkan veya hamur kıvamındaki malzemeler, basınç uygulanarak ince bir nozül aracılığıyla katman katman biriktirilmektedir (Sun vd., 2015). Gıda yazıcılarında kullanılan ekstrüzyon teknikleri, çikolata, hamur, püre ve peynir gibi birçok farklı bileşeni işleyebilme kapasitesine sahiptir (Liu vd., 2017). Ekstrüzyon bazlı baskının en büyük avantajlarından biri, hassas tasarım ve kişiselleştirilmiş beslenme çözümlerine olanak tanımasıdır. Özellikle diyet kısıtlamaları olan bireyler için özel içeriklerin hazırlanması ve sağlık sektöründe özelleştirilmiş gıda üretimi açısından büyük bir potansiyele sahiptir (Godoi vd., 2016). Ayrıca, sürdürülebilir gıda üretimi bağlamında, alternatif protein kaynaklarının ve bitkisel bazlı malzemelerin kullanımıyla çevre dostu üretim süreçleri oluşturulmasına daha fazla katkı sağlamaktadır (Lipson ve Kurman, 2013).

3.2. Toz Bazlı Baskı

Toz bazlı baskı, 3D gıda yazıcılarında kullanılan bir diğer önemli yöntemdir. Bu yöntemde, ince toz haline getirilmiş malzemeler, bağlayıcı bir sıvı veya ısı ile bir araya getirilerek katman katman baskılanmaktadır (Hodgson vd., 2018). Bu teknoloji, özellikle şeker, kahve ve çikolata gibi kuru bileşenlerden kompleks yapılar üretmek için kullanılmaktadır (Periard vd., 2007).

Toz bazlı baskının en büyük avantajlarından birisi, karmaşık ve detaylı tasarımların düşük maliyetle üretilmesine olanak tanımasıdır (Lipson ve Kurman, 2013). Ayrıca, bu yöntem, gıda atıklarının azaltılması ve sürdürülebilir üretim süreçleri açısından da büyük bir potansiyel taşımaktadır (Godoi, vd., 2016).

3.3. Hücresel Tarım ve Biyo-Baskı Teknolojileri

Hücresel tarım ve biyo-baskı teknolojileri, gıda üretiminde devrim niteliğinde yenilikler sunan alanlardan birisidir. Hücresel tarım, hayvanlardan biyopsi yoluyla alınan hücrelerin uygun besi ortamlarında çoğaltılmasıyla et, süt ve diğer hayvansal ürünlerin üretilmesini amaçlamaktadır (Post, 2014). Bu yöntem, geleneksel hayvancılığın çevresel etkilerini azaltarak sürdürülebilir bir protein kaynağı oluşturmayı hedeflemektedir (Stephens vd., 2018). Biyo-baskı teknolojileri ise, hücrelerin üç boyutlu yapı oluşturmaya olanak tanıyan özel biyo-mürekkep ve biyo-malzemesler kullanılarak gıda üretimini mümkün kılmaktadır. Özellikle laboratuvar ortamında üretilen et ve süt ürünleri gibi hayvansal kaynaklı gıdaların üretiminde biyo-baskı sistemleri önemli bir rol oynamaktadır (Gao ve Groll, 2019). Ayrıca, bitkisel hücrelerden üretilen et alternatifleri de biyo-baskı teknolojileri sayesinde daha gerçekçi bir doku ve besin profiline sahip olacak şekilde tasarlanabilmektedir (Sun vd., 2020). Hücresel tarım ve biyo-baskı teknolojileri, özellikle gıda güvenliği, sürdürülebilirlik ve beslenme açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, bu teknolojilerin yaygınlaşması için üretim maliyetlerinin düşürülmesi ve tüketici kabulünün artırılması gerekmektedir (Bomkamp vd., 2021).

4. 3D BASKI TEKNOLOJİSİYLE GIDA ÜRETİMİNİN AŞAMALARI

3D gıda baskı teknolojisi, gıda maddelerinin katmanlar şeklinde biriktirilmesi yoluyla özelleştirilmiş ve yenilikçi ürünlerin üretilmesini sağlayan bir süreçtir (Lipton vd., 2015a). Bu teknoloji, farklı bileşenlerin dijital olarak modellenmesi ve uygun baskı tekniği ile fiziksel olarak üretilmesi temel aşamaları içermektedir (Sun vd., 2015). Bu temel aşamalar, “dijital modelleme ve tasarım, gıda hammaddelerinin hazırlanması, katman katman baskı süreci, son işlemler (pişirme, kurutma veya soğutma), ve nihai ürün ve tüketiciye sunum” olarak sınıflandırılabilir ve aşağıda açıklanmaktadır.

Dijital Modelleme ve Tasarım: 3D gıda baskısının ilk aşaması, üretilmek istenen gıdanın dijital ortamda bir modelinin oluşturulmasıdır. Bilgisayar destekli tasarım (CAD) yazılımları kullanılarak şekil, doku ve besin profili belirlenmektedir (Godoi vd., 2016). Bu aşama, özellikle kişiselleştirilmiş beslenme uygulamalarında büyük bir avantaj sağlamaktadır.

Gıda Hammaddelerinin Hazırlanması: Baskıya uygun gıda mürekkepleri hazırlanarak homojen bir kıvama getirilmektedir. Bu mürekkepler genellikle püre, jel veya toz formunda olmaktadır (Derossi vd., 2017). Malzeme seçimi, istenen doku, lezzet ve besin değeri gibi faktörlere bağlı olmaktadır.

Katman Katman Baskı Süreci: Baskı sürecinde, önceden belirlenmiş model doğrultusunda gıda malzemeleri katman katman biriktirilerek şekil verilmektedir. Kullanılan baskı teknikleri ekstrüzyon bazlı, toz bazlı ve inkjet gibi farklı sistemler içermektedir (Pérez vd., 2019). Bu aşamada baskı hızının, sıcaklığın ve nem oranının kontrol edilmesi önem arz etmektedir.

Son İşlemler (Pişirme, Kurutma veya Soğutma): 3D baskı teknolojisi ile oluşturulan bazı gıdaların, tüketilebilir hale gelmeleri için pişirme, kurutma veya soğutma gibi ek işlemlere tabi tutulması gerekmektedir (Liu vd., 2019). Örneğin, ekmek ve kurabiye gibi ürünler pişirilmekte, çikolata bazlı ürünler ise soğutularak sertleştirilmektedir.

Nihai Ürün ve Tüketicie Sunum: Üretilen gıdalar, tüketiciye sunulmadan önce kalite kontrol süreçlerinden geçirilmektedir. Ürünler estetik görünüm, besin içeriği ve doku açısından değerlendirilmekte ve restoranlar, hastaneler ile kişiselleştirilmiş diyet programları için kullanılabilirler (Severini ve Derossi, 2020).

5. 3D BASKI TEKNOLOJİSİNDE GIDA ÜRETİMİNİN AVANTAJLARI

3D baskı teknolojisi, gıda üretiminde sunduğu işlevsel ve estetik yeniliklerle geleneksel yöntemlere alternatif oluşturmaktadır. Bu teknoloji sayesinde hem üretim süreci özelleştirilebilmekte hem de beslenme, sürdürülebilirlik ve sunum gibi alanlarda çeşitli avantajlar elde edilmektedir. Aşağıda, bu avantajlar temel başlıklar altında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

5.1. Kişiselleştirilmiş Beslenme

Kişiselleştirilmiş beslenme, bireylerin genetik yapıları, yaşam tarzları ve sağlık durumlarına göre özelleştirilmiş diyetler ve besin öğeleri sunmayı amaçlayan yenilikçi bir yaklaşımdır (Ordovas vd., 2018). Son yıllarda gelişen biyoteknoloji ve dijital sağlık sistemleri sayesinde, bireylerin beslenme gereksinimlerini belirlemek ve optimize etmek mümkün hale gelmiştir (Zapata vd., 2020). Bu bağlamda, 3D gıda baskı teknolojileri, kişiselleştirilmiş beslenme yaklaşımlarını destekleyen önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Besin bileşenlerinin bireylerin sağlık ihtiyaçlarına uygun şekilde özelleştirilmesi, besin alerjileri, kronik hastalık yönetimi ve yaşa bağlı beslenme gereksinimleri gibi birçok alanda avantaj sağlamaktadır (Godoy vd., 2021). Örneğin, yaşlı bireyler için kolay çiğnenebilir ve besin açısından zengin gıdalar üretmek 3D baskı teknolojileriyle mümkün hale gelmiştir (Felder vd., 2022). Kişiselleştirilmiş beslenmenin gelecekte daha geniş çapta uygulanabilmesi için veri analitiği, biyosensörler ve yapay zeka gibi teknolojilerle entegrasyonunun sağlanması gerekmektedir. Ayrıca, tüketici kabulü, düzenleyici çerçeveler ve maliyet gibi faktörler de bu alandaki gelişmelerin hızını belirleyen unsurlar arasında yer almaktadır (Gibney vd., 2019).

5.2. Yüksek Gastronomi ve Restoran Kullanımları

Yüksek gastronomi; yenilikçi tekniklerin, üst düzey mutfak becerilerinin ve kaliteli malzemelerin kullanıldığı, sanatsal ve duyuşsal deneyimlere odaklanan bir mutfak anlayışıdır (Svejenova vd., 2021). Günümüzde bu alan, 3D gıda baskı teknolojilerinin sunduğu yaratıcı ve işlevsel olanaklarla dönüşüm geçirmektedir. Restoranlar, özellikle fine dining segmentinde, bu teknolojiyi kullanarak özelleştirilmiş tabaklar, sanatsal sunumlar ve benzersiz lezzet deneyimleri sunmaktadır (Derossi vd., 2021).

3D gıda yazıcılarının restoranlarda kullanımı hem şeflerin sanatsal ifadelerini genişletmek hem de sürdürülebilirlik açısından avantaj sağlamak için önemli bir fırsat sunmaktadır. Özellikle gastronomi alanında kişiselleştirilmiş tabak tasarımları, gıda israfını azaltan porsiyon kontrolü ve müşteri beklentilerine özel yemeklerin üretilmesi gibi faydalar öne çıkmaktadır (Mantihal vd., 2020). Bunun yanı sıra, Michelin yıldızlı restoranlar ve deneyisel mutfaklar, bu teknolojiyi kullanarak hem görsel hem de duyuşsal açıdan çığır açan yemekler geliştirmektedir (Stavrić ve Wiltsche, 2019). Ancak, 3D

gıda baskı sistemlerinin yüksek gastronomide yaygınlaşması için üretim süresinin optimize edilmesi, ekipman maliyetlerinin düşürülmesi ve şeflerin bu teknolojiye adapte olması gibi bazı gereklilikler bulunmaktadır (Zhang vd., 2022). Gelecekte, bu gerekliliklerin karşılanmasıyla birlikte 3D baskı teknolojinin, yüksek gastronomi ve restoran sektöründe daha yaygın bir kullanım alanına sahip olabileceği ön görülmektedir.

5.3. Gıda İsrafını Azaltma Potansiyeli

Gıda israfı, küresel ölçekte çevresel ve ekonomik ciddi sorunlara yol açan bir olgudur. Gıda ve Tarım Örgütü'ne (FAO) göre, dünya genelinde üretilen gıdaların yaklaşık üçte biri israf edilmektedir (FAO, 2021). Bu sorunun önüne geçebilmek adına, 3D gıda baskı teknolojileri sürdürülebilir çözümler sunmaktadır. Gıda üretiminde kullanılan malzemelerin daha hassas ölçülerde ve israfı en aza indirecek şekilde işlenmesi, bu teknolojinin en önemli avantajlarından birisidir (Lipton vd., 2020).

3D gıda baskısı yazıcıları, özellikle artık gıdaların veya gıda endüstrisinin yan ürünlerinin değerlendirilerek yeni gıda ürünlerine dönüştürülmesine olanak tanımaktadır. Örneğin, meyve ve sebze atıkları, protein bazlı yan ürünler veya toz haline getirilmiş gıda bileşenleri, besleyici ve estetik olarak çekici yeni ürünlere dönüştürülebilmektedir (Godoi vd., 2019). Ayrıca, porsiyon kontrolü sayesinde bireylerin ihtiyacına uygun miktarlarda üretim yapılabilmesi, bireysel ve endüstriyel çapta gıda kayıplarını azaltmaktadır (Derossi vd., 2021). Gelecekte, 3D gıda baskı teknolojilerinin daha yaygın hale gelmesiyle birlikte, atık yönetimi süreçlerinde önemli iyileştirmeler sağlanabilecektir. Bununla birlikte, tüketici alışkanlıkları, düzenleyici faktörler ve ekonomik engellerin aşılması, bu teknolojinin sürdürülebilir gıda sistemlerinde etkin şekilde kullanılmasını sağlayacaktır (Zhang vd., 2022).

5.4. Lezzet ve Dokusal Farklılıklar

3D gıda baskı teknolojisi, yalnızca estetik açıdan ve şekil verme açısından değil, aynı zamanda lezzet açısından ve dokusal farklılıklar yaratma potansiyeli açısından da dikkat çekmektedir. Bu teknoloji sayesinde, bileşenlerin hassas oranlarda karıştırılması ve katmanlı üretimle özel dokular oluşturulması mümkün hale gelmiştir (Sun vd., 2018). Geleneksel pişirme yöntemlerinden farklı olarak, 3D gıda baskı sürecinde gıdanın doku ve yoğunluğu

kontrol edilebiilmektedir, böylece tüketici tercihleri doğrultusunda özelleştirilmiş ürünler sunulabilmektedir (Lipton vd., 2015b).

3D baskı ile üretilen gıdalarda kullanılan bileşenlerin viskozitesi, akışkanlığı ve katılaşma süreci, nihai ürünün dokusunu belirleyen temel faktörlerdir. Örneğin, jelleştirici ajanlar veya protein bazlı katkı maddeleri kullanılarak farklı doku profilleri elde edilebilmektedir (Lille vd., 2020). Bunun yanı sıra, bu teknoloji özellikle yaşlı bireyler veya çiğneme ve yutma güçlüğü çeken kişiler için özel gıdalar geliştirme açısından büyük bir avantaj sağlamaktadır (Felder vd., 2021). Lezzet açısından bakıldığında, 3D gıda baskısı ile üretilen gıdaların içeriği kontrol edilebildiği için tat profilleri optimize edilebilmektedir. Örneğin, baharat dağılımının eşit şekilde sağlanması veya belirli tat bileşenlerinin katmanlar halinde eklenmesiyle daha kompleks lezzet profilleri elde edilebilmektedir (Godoi vd., 2019). Ancak, tat ve doku değişikliklerinin tüketici tarafından nasıl algılandığı konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

5.5. Besin Değeri ve Biyoyararlanım

3D gıda baskı teknolojisi, besin içeriğini optimize ederek kişiselleştirilmiş diyetler sunma potansiyeline sahiptir. Bu teknoloji sayesinde, protein, vitamin, mineral ve diğer besin öğelerinin spesifik oranlarda eklenmesi mümkün olmakta, böylece bireylerin beslenme gereksinimlerine uygun ürünler üretilmektedir (Godoi vd., 2019). Örneğin, yaşlı bireyler veya sporcular için özel olarak formüle edilmiş makro ve mikro besin profilleri sunulabilmektedir (Lille vd., 2020).

Biyoyararlanım, besin öğelerinin vücutta ne kadar etkili bir şekilde emildiğini ve kullanıldığını belirleyen önemli bir faktördür. 3D gıda baskı teknolojisi, bileşenlerin mikroyapısını kontrol edebilme avantajına sahip olduğundan, besinlerin sindirim sürecine uygun şekilde düzenlenmesine olanak tanımaktadır (Sun vd., 2018). Örneğin, kapsüllenmiş vitaminler veya mineral katkıları içeren gıdalar ile biyoyararlanım artırılabilir. (Felder vd., 2021). Bu teknolojinin sunduğu bir diğer avantaj ise, termal işlem gerektirmeyen baskı süreçleri sayesinde ısıya duyarlı besin bileşenlerinin korunabilmesidir. Böylece, ısı işlem sırasında kaybolan vitaminler ve antioksidanlar daha yüksek oranda muhafaza edilebilmektedir (Lipton vd., 2015b). Ancak,

3D baskı ile üretilen gıdaların biyoyararlanımı ve besin değeri üzerine daha fazla bilimsel çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

6. 3D BASKI TEKNOLOJİSİ İLE GIDA ÜRETİMİNİN DEZAVANTAJLARI

3D baskı teknolojisi, gıda üretiminde sunduğu işlevsel ve estetik yeniliklerle geleneksel yöntemlere alternatif oluşturmaya rağmen bazı dezavantajlı durumları da içermektedir. Aşağıda, bu dezavantajlar iki başlık altında açıklanmıştır.

6.1. Mevcut Teknolojik Sınırlamalar

3D gıda baskı teknolojisi önemli yenilikler sunmasına rağmen, halen bazı teknik ve pratik sınırlamalarla karşı karşıyadır. Öncelikle, baskı süreci için uygun gıda mürekkeplerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Gıda bileşenlerinin akışkanlık, viskozite ve reolojik özellikleri baskı sürecini doğrudan etkilemekte ve bu durum bazı malzemelerin baskıya uygun hale getirilmesini zorlaştırmaktadır (Sun vd., 2018).

Baskı sürecinin hızı da bir diğer önemli sınırlamadır. Geleneksel mutfak yöntemlerine kıyasla, 3D gıda baskısı oldukça yavaş kalabilmektedir. Özellikle restoran ortamlarında büyük ölçekli üretim için baskı süresinin azaltılması ve verimliliğin artırılması gerekmektedir (Lille vd., 2020). Ayrıca, 3D baskılı gıdaların duyu özellikleri konusunda tüketicilerin kabulü de önemli bir zorluktur. Geleneksel yöntemlerle üretilen gıdalara kıyasla, baskılı gıdaların tat, doku ve aroma açısından tüketici beklentilerini karşılaması gerekmektedir. Özellikle doku ve gevreklik gibi unsurların optimize edilmesi üzerine daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Felder vd., 2021).

3D gıda baskısı için gerekli ekipman ve malzemelerin yüksek maliyeti, bu teknolojinin geniş çapta benimsenmesini sınırlandıran faktörlerden birisidir. Mevcut sistemlerin yüksek yatırım gerektirmesi, bu teknolojinin küçük ölçekli işletmeler tarafından benimsenmesini zorlaştırmaktadır (Godoi vd., 2019).

6.2. Yasal ve Etik Sorunlar

3D gıda baskı teknolojisinin gelişimi, yasal ve etik açıdan çeşitli sorunları da beraberinde getirmektedir. Öncelikle, gıda güvenliği ve hijyen standartla-

rının belirlenmesi gerekmektedir. Geleneksel gıda üretim yöntemlerine kıyasla, 3D baskılı gıdaların bileşimi, işlenme süreci ve depolanma koşulları farklılık göstermektedir. Bu nedenle, düzenleyici kurumların yeni standartlar geliştirmesi gerekmektedir (Sun vd., 2018). Bunun yanı sıra, etik sorunlar da dikkate alınmalıdır. Özellikle laboratuvar ortamında üretilen et ve diğer biyoteknolojik gıdalar, tüketiciler arasında kültürel ve dini açıdan tartışmalara yol açabilmektedir. Ayrıca, bu teknolojinin büyük ölçekli uygulanabilirliği ve gıda üreticileri üzerindeki etkileri de etik boyutuyla ele alınmalıdır (Lupton ve Turner, 2018).

Fikri mülkiyet hakları da 3D baskılı gıda üretiminde önemli bir konudur. Özgün tariflerin dijital olarak paylaşılması ve yeniden üretilmesi, gıda sektöründeki geleneksel tariflerin korunmasını zorlaştırabilir. Bu durum, özellikle gastronomi alanında faaliyet gösteren restoranlar ve şefler için yeni yasal düzenlemeleri gerektirebilir (Godoi vd., 2019). Ayrıca, tüketici kabulü ve bilgilendirilmesi de yasal ve etik çerçevede ele alınmalıdır. 3D baskılı gıdaların etiketleme süreçleri, içerik bilgileri ve üretim metotları konusunda şeffaf bir politika izlenmesi, tüketicilerin bilinçli tercihler yapmasını sağlamak açısından kritik öneme sahiptir (Berman vd., 2012).

7. SONUÇ

3D baskı teknolojisiyle üretilen gıdaların tüketici tarafından nasıl algılandığı, teknolojinin yaygınlaşması açısından kritik bir faktördür. Yenilikçi gıda teknolojilerine yönelik tüketici kabulü, büyük ölçüde alışkanlıklar, kültürel değerler, sağlık endişeleri ve duyuşsal beklentilere bağlıdır (Clark ve Bogdan, 2019). Araştırmalar, tüketicilerin 3D baskılı gıdalara karşı hem merak hem de şüpheyle yaklaştığını göstermektedir. Özellikle, üretim sürecine dair şeffaflık sağlanması ve sağlık üzerindeki etkilerinin net bir şekilde ortaya konulması, bu teknolojinin kabulünü artırabilir (Lu vd., 2020). Bununla birlikte, tüketicilerin bu tür ürünleri geleneksel gıdalardan farklı görmeleri, tat ve doku açısından bazı endişeler taşımalarına neden olabilmektedir (Ryan vd., 2021). 3D baskı teknolojisi ile üretilen gıdaların besin değeri, güvenliği ve sürdürülebilirliği hakkında yapılan bilinçlendirme çalışmaları, tüketici algısını olumlu yönde etkileyebilir (Sun vd., 2018). Ayrıca, genç neslin yeni tek-

nolojilere daha açık olduğu, bu nedenle 3D baskılı gıdaların özellikle bu demografik grupta daha fazla kabul görebileceği öne sürülmektedir (Godoi vd., 2019).

3D gıda baskı teknolojisiyle gıda üretimi, gastronomi alanında dijital bir devrim olarak kabul edilmekte ve gelecekte gıda üretim süreçlerini köklü bir şekilde değiştirme potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Bu teknoloji, kişiselleştirilmiş beslenme, sürdürülebilir üretim ve gıda israfının azaltılması gibi birçok avantaj sunarken, aynı zamanda maliyet, üretim hızı ve tüketici algısı gibi bazı zorluklarla da karşı karşıya kalmaktadır. Geleneksel üretim teknikleri ile karşılaştırıldığında, 3D baskılı gıdalar besin bileşimi açısından daha hassas kontrol imkânı sunmakta ve sürdürülebilir malzemelerin kullanımına olanak tanımaktadır. Özellikle bireylerin sağlıklı beslenme ihtiyaçlarını karşılamak üzere özel içeriklerin (örneğin düşük şeker, yüksek protein veya alerjen içermeyen bileşenlerin) kişiye özel olarak tasarlanmasına olanak tanıyan bu teknolojinin, gıda sektöründe yeni iş modellerinin gelişmesine ve yaratıcı gastronomi uygulamalarının yaygınlaşmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Ancak, 3D baskı teknolojileriyle üretilen gıdaların geniş kitleler tarafından benimsenmesi ve ticari mutfaklarda yaygın olarak kullanılması için teknolojinin maliyet etkinliği, üretim verimliliği ve tüketici farkındalığı gibi konular üzerinde daha fazla çalışma yapılması gerekmektedir. Gelecekte, malzeme çeşitliliğinin artması, baskı süreçlerinin hızlanması ve mutfak ekipmanlarıyla entegrasyonun sağlanmasıyla, bu teknolojinin gıda sektöründe daha yaygın bir yer edinmesi beklenmektedir. Bu bağlamda, 3D baskı teknolojileriyle gıda üretimi, inovatif mutfak sanatlarının gelişimine katkı sağlamaya devam ederken, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirilmiş beslenme alanlarında da önemli fırsatlar sunmaktadır. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, 3D baskının gastronomide daha geniş bir kullanım alanı bulacağı ve mutfak kültürünü yeniden şekillendireceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bai, J., Liu, L., & Chen, X. (2021). Advances in 3D food printing technology: A review of current challenges and future prospects. *Food Science and Technology International*, 27(2), 123–139.
- Berman, B. (2012). 3D printing: The new industrial revolution. *Business Horizons*, 55(2), 155–162.
- Clark, B., & Bogdan, A. (2019). Consumer acceptance of novel food technologies: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 85, 20–30.
- Cohen, D.L., Lipton, J.I., Cutler, M., Coulter, D., Vesco, A., & Lipson, H. (2019). Hydrocolloid printing: A novel platform for customized food production. *Trends in Food Science & Technology*, 93, 231–242.

- Dankar, I., Liu, Y., Zhang, Y., & Bhandari, B. (2018). 3D printing technology: The future of food customization. *Trends in Food Science & Technology*, 75, 231–242.
- Derossi, A., Caporizzi, R., Azzollini, D., & Severini, C. (2018). Application of 3D printing for customized food production: Status and perspectives. *Journal of Food Engineering*, 220, 79–86.
- Derossi, A., Caporizzi, R., Ricci, I., & Severini, C. (2017). Critical variables involved in 3D food printing. *Journal of Food Engineering*, 220, 1–7.
- Derossi, A., Paolillo, M., Caporizzi, R., & Severini, C. (2021a). 3D food printing and sustainability: Reducing food waste and enhancing nutrition. *Food Science and Technology*, 21(3), 479–498.
- Derossi, A., Paolillo, M., Caporizzi, R., & Severini, C. (2021b). 3D food printing: State of the art and perspectives of a new technology. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 20(6), 4776–4798.
- Felder, M., Stenger, M., Della Casa, M., & Scholten, E. (2022). 3D food printing for personalized nutrition of the elderly: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 120, 437–449.
- Felder, M., Storz, M.A., & Scholten, E. (2021). Texture-modified foods for dysphagia patients using 3D food printing technology. *Food Hydrocolloids*, 120, 106901.
- Gibney, M.J., Walsh, M., Goosens, J., & Lohner, S. (2019). Personalized nutrition: Paving the way for a better dietary future? *Proceedings of the Nutrition Society*, 78(3), 304–317.
- Godoi, F. C., Bhandari, B.R., Prakash, S., & Zhang, M. (2019). Application of 3D printing in food processing: Challenges and opportunities. *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, 56, 102180.
- Godoi, F. C., Prakash, S., & Bhandari, B. R. (2016). 3D printing technologies applied for food design: Status and prospects. *Journal of Food Engineering*, 179, 44–54.
- Godoy, L. C., Sanchez, E., & Martinez, L. (2021). Personalized nutrition and 3D food printing: A novel approach to tailored diets. *Food Research International*, 140, 110073.
- Hodgson, E. W., Periard, D., Lipson, H., & Malone, E. (2018). Powder-based food printing. *Journal of Food Engineering*, 95(4), 372–380.
- Jones, M. (2021). The impact of industrial revolution on modern food production. *Journal of Food History*, 10(1), 1–15.
- Kruth, J.P., Leu, M. C., & Nakagawa, T. (1998). Progress in additive manufacturing and rapid prototyping. *CIRP Annals*, 47(2), 525–540.
- Lille, M., Nurmela, A., Nordlund, E., Sozer, N., & Heiniö, R. (2020). Impact of food material properties on 3D printing performance. *Journal of Food Engineering*, 242, 160–170.
- Lipton, J., Arnold, D., Nigl, F., Lopez, N., & Malone, E. (2015a). Multi-material food printing for customized nutrition. *Trends in Food Science & Technology*, 43(1), 114–123.
- Lipton, J.I., Arnold, D., Nigl, F., Lopez, N., & Lipson, H. (2015b). Multi-material food printing with complex internal structure suitable for conventional post-processing. *3D Printing and Additive Manufacturing*, 2(3), 115–123.
- Lipton, J. I. (2020). Printable food: The technology and its application in gastronomy. *Food Engineering Reviews*, 12(2), 143–157.
- Lipton, J. I., Cutler, M., Nigl, F., Cohen, D., & Lipson, H. (2015). Additive manufacturing for the food industry: Opportunities and challenges. *Trends in Food Science & Technology*, 43(1), 114–123.
- Liu, Y., Zhang, Y., & Bhandari, B. (2017a). 3D printing: A new avenue for customizing food. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 57(10), 2352–2363.
- Liu, Y., Zhang, Y., & Bhandari, B. (2017b). Future perspectives of 3D food printing. *Food Hydrocolloids*, 72, 203–214.
- Liu, Z., Bhandari, B., & Prakash, S. (2019). 3D printing of foods: A review of materials, processes, and prospects. *Food Research International*, 119, 157–172.
- Lu, P., Sun, Y., & Zhang, J. (2020). Perception and acceptance of 3D-printed food: A consumer study. *Food Quality and Preference*, 82, 103872.

- Lupton, D., & Turner, B. (2018). Food, the body and the self: The role of 3D food printing in future foodscapes. *Food, Culture & Society*, 21(2), 237–250.
- Mantihal, S., Prakash, S., & Godoi, F.C. (2020). 3D food printing of customized food for people with special nutritional needs: A review. *Food Research International*, 134, 109280.
- Miller, S., & Clarke, P. (2020). Personalized nutrition and digital gastronomy: The rise of 3D printed food. *Nutrition & Metabolism*, 17, 56–71.
- Ordovas, J.M., Ferguson, L.R., Tai, E.S., & Mathers, J.C. (2018). Personalized nutrition and health. *BMJ*, 361, k2173.
- Pérez, B., Yus, A., & Fernández, C. (2019). Advances in 3D food printing: Processing, printing parameters, and post-processing. *Trends in Food Science & Technology*, 87, 177–190.
- Pérez, J. M., Peralta, C. A., & Stansbury, M. J. (2020). Sustainability in food production: Role of 3D printed meat substitutes. *Sustainable Food Systems*, 5, 134–149.
- Ryan, M., Arshad, M. S., & Kaur, S. (2021). 3D food printing: Perceptions, concerns, and opportunities. *Current Research in Food Science*, 4, 500–510.
- Santana, P., & Oliveira, R. (2019). The evolution of food processing technologies: From ancient times to the digital age. *Food Engineering Reviews*, 11(4), 321–338.
- Severini, C., & Derossi, A. (2020). The impact of 3D food printing on food security and sustainability. *Current Opinion in Food Science*, 33, 61–68.
- Stavrić, M., & Wiltse, A. (2019). Digital gastronomy: Exploring the potential of 3D food printing in haute cuisine. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16, 100148.
- Stephens, N., Di Silvio, L., Dunsford, I., Ellis, M., Glencross, A., & Sexton, A. (2018). Bringing cultured meat to market: Technical, socio-political, and regulatory challenges in cellular agriculture. *Trends in Food Science & Technology*, 78, 155–166.
- Sun, J., Peng, Z., Yan, L., Fuh, J. Y. H., & Hong, G. S. (2018). 3D food printing—An innovative way of mass customization in food fabrication. *Trends in Food Science & Technology*, 75, 231–242.
- Sun, J., Zhou, W., Huang, D., Fuh, J.Y., & Hong, G. S. (2015). An overview of 3D printing technologies for food fabrication. *Food and Bioprocess Technology*, 8(8), 1605–1615.
- Svejenova, S., Dey, P., & Rowlinson, M. (2021). Fine dining, haute cuisine, and gastronomy: Understanding the business of high-end food experiences. *Journal of Business Research*, 130, 354–367.
- Yang, F., Zhang, M., Bhandari, B., & Liu, Y. (2021). Novel applications of 3D food printing in food science: A review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 61(10), 1742–1752.
- Zapata, J., Perez-Cueto, F.J., & Verbeke, W. (2020). The role of digital health and biotechnology in personalized nutrition. *Nutrients*, 12(5), 1503.
- Zhang, Y., Pandya, J.K., & He, Y. (2022). Application of 3D printing technology in food industry: A review. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 62(19), 5264–5278.

YİYECEK-İÇECEK DEPARTMANI ÇALIŞANLARININ ÖDÜLLENDİRİLMESİ VE YARATICILIK PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ*

Filiz ARSLAN

Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O.

filizarslan@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3868-6637

1. GİRİŞ

Yaratıcılık düzeyi yüksek bir performansa sahip işletmelerin hızla değişen tüketici beklentilerini karşılamada ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmede önemli bir yetenek kazandığı belirtilmektedir (Nasifoğlu Elidemir, vd., 2020; Ahmed, vd., 2022). İşletmelerde çalışanların yaratıcı performansın gerçekleşmesinde içsel motivasyon kadar, yaratıcılığı destekleyen dışsal ödüllendirme sisteminin varlığının da önemli olduğunu belirtilmektedir (Al-dabbas, vd., 2025). Çalışanlarının yaratıcılık performansı ve ödüllendirilmeleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlayan bu çalışmada; öncelikle yaratıcılık kavramı, yaratıcılık performansı, ödüllendirme konuları kavramsal çerçevede açıklanmaktadır. Çalışmanın ikincil kısmında ise çalışma amacı doğrultusunda gerçekleştirilen araştırma sonuçları yer almaktadır. Araştırma Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek-icecek departmanlarında görev alan 222 çalışanıyla gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda katılımcıların yaratıcı performansları ile ödüllendirme arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu gözlenmiştir. Turizm ve otel sektörünün yapısal özelliği gereği emek-yoğun nitelik gösteren bir sektör olması, çalışan davranışlarının önemini daha da artırmaktadır. Elde edilen bu sonuçlar, sektörde faaliyet gösteren işletmelere ve yöneticilere önemli bir kaynak oluşturacağı düşünülmektedir.

* Bu çalışma, yazarın 4. Uluslararası Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Sempozyumu-Antalya'da özet bildirisi olarak sunduğu çalışmanın farklı çalışan ve örneklem üzerinde uygulanarak genişletilmiş halidir.

2. YARATICILIK VE ÖDÜLLENDİRME

Bu başlık altında öncelikle yaratıcılık ve yaratıcılık performansı ile ilgili kavramlar aktarılmakta ve işletmelerde çalışanların ödüllendirilmesine ilişkin unsurlar açıklanmaktadır.

2.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık, bireylerin veya ekiplerin, kendi alanlarında var olan bilgi ve uygulamaların ötesinde özgün ve işe yarar fikirler üretme süreci olarak tanımlanmaktadır (Runco ve Jaeger, 2012). Oğan (2022) yaratıcılığı, işletmelerde yeni bir ürünün ortaya çıkmasında; düşünce ve hayal gücünün bir yanılması olduğunu ve çalışma ortamında yenilikçi bir anlayışın gelişmesi olarak ifade etmiştir. Bu kapsamda yaratıcılık olgusu sadece bilimsel veya sanatsal bakış açısıyla sınırlı kalmayıp, örgütsel anlamda problemlerin çözülme süreçlerine kadar geniş bir alanda değerlendirilmektedir (Sawyer, 2012). Amabile (1996) yaratıcılığı, herhangi bir alanda yeni ve yararlı fikirlerin üretimi şeklinde tanımlamaktadır. Yaratıcılığın genel kabul gören tanımı ise *“bireyler veya birlikte çalışan birey grubu tarafından yeni ve yararlı fikirlerin, süreçlerin ve prosedürlerin üretimi, kavramsallaştırılması ve geliştirilmesi”* olarak ifade edilebilir (Kale, 2010: 8). Yaratıcılık, sadece bireye özgü bir özellik değil, bunun yanında sosyo-kültürel kapsam içerisinde şekillenen ve olgunlaşan bir yetkinlik olarak görülmektedir (Glăveanu, 2014). Sungur (1997) bu durumu, yaratıcılığı her yaş grubunda var olabilecek, çevresel etkileşimlerle şekillenen potansiyel bir güç olarak tanımlayarak ortaya koymuştur.

Yaratıcılık yeni ve orijinal fikir üretme olarak tanımlanırken, yaratıcılık performansı yaratıcılık potansiyelinin davranış olarak ortaya çıkmasıdır. Diğer bir tanımla, yaratıcılık potansiyelinin, gözlenebilir ve tekrarlanabilir davranışlarla dışa vurulması *“yaratıcılık performansı”* olarak değerlendirilmektedir. Davranış ise bireyin bilinçli olarak gerçekleştirdiği ve duyguları, inançları, algılarıyla bağlantılı tepkileridir (Arnold ve Feldman, 1982; Arnold ve Feldman, 1986; Başaran, 2000; Gibson, 2000; Dubrin, 2005; McNatt ve Judge, 2008). Çalışanların olumlu yönde davranışları işletmelerin başarısında, sürekliliğinde ve beklenen hizmet kalitesinin sağlanmasında oldukça önemli olduğunu belirtebiliriz (Amabile ve Pratt, 2016). Bu doğrultuda işletme çalışanlarının yaratıcı performansı, bireysel yetenekleri ile çevresel faktörlerin

etkileşimi sonucu şekillenmektedir (Tierney ve Farmer, 2002). Çalışan memnuniyeti, örgütsel destek ve yaratıcı davranışların ödüllendirilmesi gibi değişkenler, yaratıcılık performansını doğrudan etkileyen önemli unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Aldabbas, vd., 2025). Bu çalışmada çalışan davranışlarının ödüllendirilmesi incelenmektedir. Zhou ve George'un (2001) geliştirdiği değerlendirme ölçeği, yaratıcı performansın somut göstergelerini içermekte olup *"performans artırıcı yeni fikirler geliştirme, hedeflere ulaşmak için alternatif yollar önerme, yeni teknolojiler ve süreçler üzerine araştırmalar yapma, kaliteyi artıracak yenilikçi çözümler sunma, yaratıcı düşünceleri savunma ve bu fikirleri uygulamaya yönelik stratejiler geliştirme"* davranışlarını kapsamaktadır. Ayrıca risk almaktan çekinmeme, yenilikçi çözümler üretme ve görevleri yerine getirmenin yeni yollarını bulma gibi davranışlar da yaratıcı performansın önemli bileşenlerindendir.

2.2. Ödüllendirme

Ödüllendirme, işletme çalışanlarının motivasyonunu ve bağlılığını artırmak amacıyla uyguladıkları stratejik bir yönetim aracıdır. Bu sistem, parasal (maaş artışları, performans primleri) ve parasal olmayan (kariyer gelişim olanakları, terfi olanakları, takdir edilme ve değer görme) unsurları kapsayan çok boyutlu bir yapıya sahiptir (Deci vd., 1999). Ödüllendirme, işletmelerin çalışanlarına parasal ya da parasal olmayan ödüller vermeleridir. İlgili alan yazınında ödüller, genellikle içsel ve dışsal olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmaktadır. İçsel ödüller çalışanların işi yapmaktan dolayı elde ettikleri tatmin olarak ifade edilmektedir. İçsel ödüller, bireyin yaptığı işten duyduğu haz ve tatmine dayanmakta olup; karar süreçlerine katılım, daha fazla sorumluluk üstlenme, anlamlı görevlerde yer alma, kişisel gelişim fırsatlarına erişim ve ekip üyeliğinden duyulan memnuniyet gibi faktörlerle ilişkilendirilmektedir (Ryan ve Deci, 2000). Dışsal ödüller arasında para, terfi ve yan haklar yer almakta, kendi içinde finansal ve finansal olmayan ödüller şeklinde iki grupta toplanmaktadır. Doğrudan finansal ödüller arasında performans dayalı primler ve yetenek bazlı ödemeler yer alırken, dolaylı ödüller; ikramiyeler, ücretli izin hakları gibi sosyal hakları içermektedir. Finansal olmayan dışsal ödüller ise daha prestijli unvanlar, ergonomik ve konforlu çalışma koşulları, özel park alanları veya kişisel sekreterlik hizmeti gibi uygulamalarla temsil edilmektedir (Armstrong, 2012; Pekdemir, vd., 2014).

Çalışanlar değişme isteği duydukça eğitimi gönüllü olarak kabul eder ve eğitimi genellikle ödül olarak görmektedirler. Artan sorumluluk duygusu, kariyer değişimi, öğrenme motivasyonu, artan güven ve yeni arkadaşlıklar gibi aktörlerle bu düşünce sağlamlaştırılır. Çalışanların öğrenmeye olan yatkınlığı ve gönüllü katılımı, ödül algısıyla doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda eğitim, çalışanlar tarafından sıklıkla kişisel gelişimlerine katkı sağlayan bir ödül olarak değerlendirilmektedir. Yeni bilgiler edinme, kariyer fırsatlarının artması, güven duygusunun güçlenmesi ve sosyal çevrenin genişlemesi gibi kazanımlar bu algının oluşmasında etkili olmaktadır (Noe, 2017). Bartel ve Sicherman (1994) işsizlik oranlarının düşük olduğu dönemlerde, işletmelerin çalışanlarına yönelik nitelikli ve gelişim odaklı eğitimler sunduklarını belirtmektedir. Rousseau (1997), çalışanların ödül sistemine yönelik algılarının bireysel farklılıklar gösterdiğini ve aynı ödülün farklı bireyler üzerinde farklı etkiler yaratabileceğini belirtmektedir.

Ödül sistemi çalışanların davranışlarını önemli derece etkiler. Geleneksel yönetim anlayışında ödül, performansın karşılığı olarak görülen bir araçken; modern insan kaynakları yönetiminde ödüller, çalışanların bütünsel motivasyonuna katkı sağlayacak şekilde yapılandırılmaktadır (Milkovich vd., 2014). Geleneksel örgütsel yaklaşımda ödüller durağandır. Çalışanlar, firma, yöneticiler veya denetmenlerin ödül dağıtımları hakkında benzer şeyler hissetmekte olduğu belirtilmektedir. Modern insan kaynakları anlayışına sahip olan ve çalışanlarını gizli ödül sistemleri ödüllendiren işletmelerde ise yüksek motivasyon yüzdeleri gözlenmektedir. Ödüllendirme sisteminde bireysel değerlendirme olmalıdır. Çünkü aynı ödül işçinin işe bağlılığına veya davranışlarına aynı derece etkilememektedir. Bununla birlikte, bireysel farkların gözlemlenmediği standart ödül uygulamalarının etkisiz kalabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle yenilikçi organizasyonlar, çalışanlarının yaratıcı davranışlarını destekleyecek esnek ve bireyselleştirilmiş ödüllendirme stratejileri geliştirmeyi amaçlamaktadır (Eisenberger ve Cameron, 1996; Amabile, 1998).

3. YÖNTEM

Çalışma, yiyecek-içecek departmanında çalışanların yaratıcılık performansı ve ödüllendirilmeleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen araştırmada, veriler anket aracılığıyla

elde edilmiş olup, verilerin analizinde SPSS istatistik paket programı kullanılmıştır. Araştırma, Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri yiyecek-içecek departmanlarında görev alan 222 çalışanıyla yoğunlukla yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bunun nedeni katılımcılara, araştırmanın amacının ve soruların açıklanmasının daha doğru sonuçlar doğuracağı yönündeki görüştür.

Araştırma evrenini Antalya ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri oluştururken, araştırma örneklemini bu evren içinden rastlantısal yöntemle seçilen 18 otel işletmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında dağıtılan anket sayısı 550 adet olup geri dönen anket sayısı 252 adettir. Değerlendirmeye alınan ve analize tabi tutulan anket sayısı 222 adettir.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bulgularını belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümde katılımcıların yaratıcılık performansı, üçüncü bölümde katılımcıların iş memnuniyeti ve yaratıcı performans ve ödüllendirilmeye ilişkin sorular yer almaktadır. Çalışmada kullanılan 13 soruluk yaratıcılık performansı değerlendirme ölçeği Zhou ve George (2001) çalışmasından alınmıştır. Maddeler sırayla *“1. Amaç veya hedeflerin başarılması için yeni yollar önerme; 2. Performansı artırmak için yeni ve pratik fikirler ortaya çıkarma; 3. Yeni teknolojileri, süreçleri, teknikleri ve / veya ürün fikirlerini araştırma 4. Kaliteyi arttırmanın yeni yollarını önerme; 5. Yaratıcı fikirlerin iyi bir kaynağı olma; 6. Risk almaktan korkmama; 7. Fikirleri başkalarına teşvik etme ve bunları savunma; 8. Fırsat verildiğinde işte yaratıcılığını sergileme; 9. Yeni fikirlerin uygulanması için yeterli plan ve programlar geliştirme; 10. Genellikle yeni ve yenilikçi fikirlere sahip olma; 11. Sorunlara yaratıcı çözümler getirme; 12. Sorunlara yeni bir yaklaşımı olma; 13. Görevlerini yerine getirmenin yeni yollarını önermedir”* şeklindedir.

Katılımcıların ödüllendirmesi konusunda oluşturulan sorular alan yazın incelemesi (Pekdemir, 2014; Kale, 2010) ve alanında uzman insan kaynakları yöneticileri ile görüşmeler sonucunda araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Ödüllendirme soruları dışsal ödüller (terfi, ücret artışı, ikramiye, ücretli izinler, yan haklar) ve içsel ödüller (takdir edilme, işten duyulan tatmin, karar süreçlerine katılım, kişisel gelişim ve eğitim fırsatları) olarak ikiye ayrılmıştır. Ödüllendirme soruları ise *“1. Çalıştığım kurumda içsel ödüllendirmelerin olduğuna inanıyorum. 2. Çalıştığım kurumda daha çok dışsal ödüllendirmele-*

rin olduğuna inanıyorum” şeklinde iken anketlerde yer alan tüm sorular; 1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum, 5. Tamamen Katılıyorum ifadelerinden oluşmaktadır.

Bu çalışma kapsamında oluşturulan anket formunda yer alan tüm soruların güvenilirliğini ölçmeye yönelik güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucunda ankette yer alan tüm soruların Cronbach Alpha Değeri= 0,941 olarak bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç anket formunun güvenilir olduğu görüşüne ulaşılmaktadır. Araştırma verilerinin analizinde ilk olarak katılımcılara yönelik demografik bilgilere yer verilmiştir. Ardından katılımcılara ait yaratıcılık performansı ve ödüllendirmeye yönelik bulgular ile bu değişkenler arası ilişki yer almaktadır.

3. BULGULAR

3.1. Demografik Bulgular

Tablo 1’de yer alan demografik bilgiler incelendiğinde; katılımcıların %56,2 ile erkeklerden oluştuğu, %42 ile kadınlardan oluştuğu; yaş aralığının %65,0 ile 26-36 yaş arasında olduğu; eğitim durumunun %59,7 ile ilk/orta eğitim ve bunu takiben %30,1 ile lise mezuniyeti olduğu; mutfak departmanında çalışma sürelerinin ise %91,2 yüzdesel yoğunlukla 1-5 yıl arasında değiştiği gözlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara yönelik demografik bulgular

	Yüzde (%)	Frekans (n)
Cinsiyet		
Kadın	42,8	95
Erkek	57,2	127
Yaş		
18-25	30,2	67
26-36	63,0	140
37-47	5,0	11
48 ve üstü	1,8	4

Eğitim Durumu		
İlk / Ortaokul	60,8	135
Lise	30,6	68
Ön lisans	5,0	11
Lisans	1,8	4
Lisanüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	1,8	4
Yiyecek-içecek Dep. Çalışma Süresi		
1 – 7 yıl	92,8	206
8-12 yıl	5,4	12
13 yıl ve üstü	1,8	4

3.2. Yaratıcılık Performansı ve Ödüllendirmeye Yönelik Bulgular

Çalışanların yaratıcılık performansına ilişkin algılarını belirlemek amacıyla yöneltilen 13 sorunun, 5’li Likert ölçeğine göre dağılımı Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Yaratıcılık performansı frekans dağılımı

	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
S 1	17	7,7	15	6,8	16	7,2	68	30,6	106	47,7
S 2	7	3,2	14	6,3	12	5,4	93	41,9	96	43,2
S 3	15	6,8	12	5,4	25	11,3	69	31,1	101	45,5
S 4	13	5,9	4	1,8	18	8,1	80	36,0	107	48,2
S 5	12	5,4	14	6,3	22	9,9	69	31,1	105	47,3
S 6	4	1,8	17	7,7	12	5,4	72	32,4	117	52,7
S 7	10	4,5	10	4,5	38	17,1	72	32,4	92	41,4
S 8	8	3,6	50	22,5	18	8,1	89	40,1	57	25,7
S 9	6	2,7	15	6,8	21	9,5	69	31,1	111	50,0
S 10	11	5,0	13	5,9	10	4,5	72	32,4	116	52,3
S 11	6	2,7	9	4,1	18	8,1	82	36,9	107	48,2
S 12	12	5,4	6	2,7	26	11,7	80	36,0	98	44,1
S 13	16	7,2	20	9,0	25	11,3	66	29,7	95	42,8

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların yaratıcı performansa ilişkin verdikleri yanıtların büyük çoğunluğunun yüksek puanlı seçeneklerde “kesinlikle katılıyorum” ve “katılıyorum” cevaplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, çalışanların genel olarak yaratıcı performanslarının yüksek olduğu yönünde bir algıya sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Katılımcıların %30–52 aralığında değişen oranlarla sıklıkla “4” (katılıyorum) ve “5” (tamamen katılıyorum) seçeneklerini işaretledikleri görülmektedir. Örneğin; “S1” maddesine verilen yanıtlarda %47,7 oranında “tamamen katılıyorum”, %30,6 oranında ise “katılıyorum” seçeneği tercih edilmiştir. Benzer şekilde “S6”, “S10” ve “S11” maddelerinde de %48’in üzerinde bir oranla en yüksek düzeyde katılım gözlemlenmektedir. Bu bulgu, çalışanların yaratıcı düşünceler üretme, yaratıcı çözümler geliştirme ve iş süreçlerine yenilikçi katkı sunma konusunda kendilerine güven duyduklarını göstermektedir. Bununla birlikte, bazı maddelerde düşük puanlı (1 ve 2) seçeneklerin görece daha fazla tercih edildiği dikkat çekmektedir. Özellikle “S8” maddesinde %22,5 oranında “2” seçeneği tercih edilmiştir. Bu, belirli yaratıcılık davranışlarının (örneğin fikirlerini ifade etme, risk alma vb.) tüm çalışanlar tarafından yeterince benimsenmediğine ya da uygulamada bazı engellerin bulunduğuna işaret edebilir. Bu tür sapmalar, örgütsel destek eksikliği, liderlik tarzı, iş yükü gibi bağlamsal faktörlerden kaynaklanıyor olabilir. Toplam tablo değerlendirildiğinde, çalışanların yaratıcı performans davranışlarına yüksek düzeyde katılım gösterdiği, bununla birlikte bazı maddelerde (örneğin S7, S8, S13) orta düzeyde ya da daha düşük yanıtların da dikkate değer oranlarda yer aldığı görülmektedir. Bu durum, yaratıcılığı etkileyen bireysel ve çevresel faktörlerin çeşitliliğine ve bu performansın örgüt içinde homojen dağılmadığına işaret etmektedir.

Yüksek yaratıcı performans davranışlarını sürdürmek için, çalışanlara sağlanan yaratıcı ortamın, destekleyici liderlik tarzının ve psikolojik güvenlik ikliminin korunması önemlidir. S8 gibi maddelerde görülen görece düşüklükler, yaratıcı fikirlerin ifade edilmesi veya uygulanmasında birtakım yapısal veya kültürel engeller olduğunu düşündürebilir. Bu bağlamda, örgüt içinde fikir paylaşımını ve katılımı teşvik edecek açık iletişim kanallarının artırılması önerilmektedir. Yaratıcılıkta bireysel farklılıkların belirginleştiği sorularda, kişiselleştirilmiş motivasyon stratejileri ve farklılaştırılmış ödüllendirme yöntemleri uygulanmalıdır. Böylece çalışanların her biri kendi güçlü

olduğu yaratıcı davranış alanlarında daha fazla desteklenebilir. Eğitim ve gelişim programları, düşük puan verilen davranışlara yönelik olarak yapılandırılabilir. Özellikle risk alma, fikir savunma, yeni süreç tasarımı gibi davranışların teşvik edilmesi için vaka çalışmaları, yaratıcılık atölyeleri gibi yöntemler kullanılabilir.

Tablo 3. Dışsal ve içsel ödüllendirme

Değişkenler	Frekans	Yüzde
Dışsal Ödüller	163	%73.4
İçsel Ödüller	59	%26.6

Tablo 3 incelendiğinde, dışsal ödüllere (terfi, ücret artışı, ikramiye, ücretli izinler, yan haklar) ilişkin yanıtlar toplam yanıtların %73,4'ünü oluşturduğu, içsel ödüllerin (takdir edilme, işten duyulan tatmin, karar süreçlerine katılım, kişisel gelişim ve eğitim fırsatları) ise %26,6 yüzdeye sahip olduğu bulunmuştur. İşletmeler için etkili bir ödüllendirme sistemi; sadece çalışanların performansı için değil, uzun vadeli başarıyı da teşvik etmelidir. Bu nedenle, içsel ve dışsal ödüllerin birlikte ve stratejik şekilde uygulanması hem çalışan refahı hem de kurumsal performans açısından kritik bir başarı unsurudur.

Çalışma kapsamına alınan otel işletmelerinin işletme anlayışını ve insan kaynakları politikalarını belirlemeye yönelik insan kaynakları yöneticilerine açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar sonucunda; işletmelerin insan kaynağına, eğitime, çalışanlarının mesleki ve kişisel gelişimlerine önem verdikleri, çalışanlarının motivasyonunu artırma yönünde uygulamalarının yoğunlukta olduğunu, çalışanlarının kararlara katıldığını, iletişimin güçlü olduğunu, açık kapı uygulamalarının var olduğu belirtilmiştir. İşletmeler rekabet güçlerinin ve misafir memnuniyetinin en önemli etkeni olarak doğru zamanda, doğru yerde, doğru insanlarla çalışıyor olmalarına bağlamaktadırlar.

3.3. Değişkenler Arası İlişki

Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. Korelasyon analizi

Değişkenler	Yaratıcı Performans	Ödüllendirme	Ortalama	Standart Sapma
Yaratıcılık Performansı	1	,682** (a) ,000 (p) 222 (n)	3,9245	86169
Ödüllendirme		1	4,0405	1,23052
(a) Korelasyon Katsayısı ; (p) Anlamlılık Düzeyi; (n) Kişi Sayısı *p<0,01 düzeyinde anlamlı (çift taraflı)				

Tablo 2 verileri incelendiğinde, yaratıcı performans ile bu davranışlarının ödüllendirmesi arasında ($r=,682$; $p=,000$) pozitif yönlü ve anlamlı ilişki gözlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda çalışanların yaratıcılık performansının bu davranışın ödüllendirilmesi ile arttığı gözlenirken çalışmaya yönelik memnuniyet duymanın yaratıcılık performansını artırmadığı bulunmuştur. Ayrıca ödüllendirme ile iş memnuniyeti arasında da anlamlı ilişki gözlenmemiştir.

4. SONUÇ

Turizm sektörü, hem ülke ekonomilerinde önemli bir gelir kaynağı oluşturmakta hem de bölgesel kalkınmanın itici gücü olarak stratejik bir rol üstlenmektedir. Küreselleşme ile birlikte artan rekabet ortamı ve tüketici tercihlerinde meydana gelen hızlı değişim, turizm işletmelerini daha yenilikçi, esnek ve müşteri odaklı bir yapıya yönlentmektedir. Bu bağlamda, sunulan hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve kişiselleştirilmesi gereksinimi, çalışanların yaratıcılık düzeyini ve yenilikçi katkılarını ön plana çıkarmaktadır. Sektörün doğası gereği emek yoğun bir yapıya sahip olması, çalışan davranışlarını ve performansını işletme başarı açısından belirleyici bir faktör haline getirmektedir.

Günümüz iş dünyasında değişim ve yenilik, sadece rekabet avantajı değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik açısından da kritik hale gelmiştir. Bu bağlamda, örgütsel hedeflere ulaşma konusunda gönüllü, motivasyonu yüksek ve yaratıcı performans sergileyen çalışanlara sahip olmak, özellikle hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmeleri için stratejik bir zorunluluktur. Bu nedenle, çalışanların yaratıcı davranışlarını destekleyen iş ortamlarının oluşturulması ve bu davranışların ödüllendirilmesi, işletmelerin yenilik kapasitesini doğrudan etkilemektedir.

Araştırma kapsamında yapılan analizler, çalışanların yaratıcı performansı ile ödüllendirme sistemi arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur ($r=,682$; $p < ,001$). Bu bulgu, çalışanların yaratıcı davranışlarının tanınması ve uygun şekilde ödüllendirilmesinin, yaratıcılık düzeylerini artırdığını göstermektedir. Ayrıca, negatif yönlü zayıf bir korelasyon ($r=-,133$; $p=,047$) belirli değişkenler açısından ödüllendirme uygulamalarının her çalışanda aynı etkiyi yaratmayabileceğini ortaya koymakta, bu durumun bireysel farklılıklarla açıklanabileceği düşünülmektedir. Bu sonuç, ödül sistemlerinin bireysel ihtiyaçlara ve motivasyon kaynaklarına göre esnek biçimde tasarlanmasının gerekliliğine işaret etmektedir.

Turizm işletmelerinde yaratıcı performansın sürdürülebilir şekilde teşvik edilmesi için, sadece ödül sistemleri değil, aynı zamanda yaratıcılığı destekleyen bir örgüt kültürünün inşa edilmesi gerekmektedir. Çalışanların motivasyon kaynaklarına göre esnek ve bireyselleştirilmiş ödül sistemlerinin uygulanması önerilmektedir. Örneğin, bazı çalışanlar için parasal ödüller etkili olurken, bazıları için takdir edilme veya gelişim fırsatları daha güçlü bir motivasyon kaynağı olabilir. Çalışanların yaratıcı potansiyellerini ortaya koyabilmeleri için eğitim ve kişisel gelişim programlarına erişimlerinin sağlanması önem arz etmektedir. Yöneticilerin yaratıcı performansı destekleyen liderlik yaklaşımları sergilemesi, çalışanların yenilikçi fikirlerini daha açık bir şekilde ifade etmelerine zemin hazırlar. Bu bağlamda, dönüşümcü liderlik tarzlarının turizm sektöründe yaratıcı performansı artırabileceği söylenebilir.

Sonuç olarak, turizm işletmelerinin rekabet gücünü sürdürebilmesi ve hizmet kalitesini artırabilmesi açısından, yaratıcı performansa sahip çalışanlara olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bu çerçevede, yaratıcı davranışları ödüllendiren, bireysel farklılıkları gözeten ve gelişime açık bir çalışma ortamının oluşturulması, sektördeki başarıyı doğrudan etkileyecektir. Elde

edilen bulgular doğrultusunda, yaratıcı performansın artırılmasında ödüllendirme sistemlerinin rolü yadsınamaz düzeydedir. Bu nedenle işletmelerin, stratejik insan kaynakları yönetimi politikalarını bu doğrultuda güncellemeleri önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aldabbas, H., Pinnington, A., Lahrech, A., & Blaique, L. (2025). Extrinsic rewards for employee creativity? The role of perceived organisational support, work engagement and intrinsic motivation. *International Journal of Innovation Science*, 17(2), 237–260. <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2022-0165>.
- Amabile, T.M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 76–87.
- Amabile, T.M., & Pratt, M.G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157–183.
- Armstrong, M. (2012). *Armstrong's handbook of reward management practice: Improving performance through reward* (4th ed.), London: Kogan Page Publishers.
- Arnold, H.J. & Feldman, D.C. (1986). *Organizational Behavior*. Newyork: McGraw Hill Book Company
- Arnold, H.J., & Feldman, Daniel C. (1982). A Multivariate Anlysis of the Determinants of Job Turnover. *Jornal of Applied Psychology*, 67(3), 350–360.
- Bartel, A.P., & Sicherman, N. (1994). Technological change and wages: An interindustry analysis. *Journal of Political Economy*, 102(3), 522–540.
- Başaran, İ.E. (2000). *Eğitim Psikolojisi: Gelişim–Öğrenme–Öğretim*. Ankara: Feryal Matbaası.
- Deci, E.L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6), 627–668.
- Dubrin, A.J. (2005). *Fundamentals of Organizational Behavior*. Canada: Thomson South-Western.
- Eisenberger, R., & Cameron, J. (1996). Detrimental effects of reward: Reality or myth? *American Psychologist*, 51(11), 1153–1166.
- Gibson, J.G., Ivancevich, J.M., Donnelly, J.H. (2000). *Organizations Behavior Structure Progresses. Tenth Edition*. United States of America: McGraw-Hill.
- Glăveanu, V. P. (2014). *Distributed creativity: Thinking outside the box of the creative individual*. New York: Springer.
- Kale, M. (2010). *Yaratıcılık ve Örgüt Kültürü İlişkisi: Örgüt Kültürünün Yaratıcılığa Etkisi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- McNatt D. B., & Timothy A.J. (2008). Self-Efficacy intervention, job attitudes, and turnover: A field experiment with employees in role transition. *Human Relation*, 61(6), 783–810.
- Milkovich, G. T., Newman, J. M., & Gerhart, B. (2014). *Compensation* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Nasifoğlu Elidemir, S., Oztüren, A., W. Bayighomog, S. (2020). Innovative Behaviors, Employee Creativity, and Sustainable Competitive Advantage: A Moderated Mediation, *Sustainability* 2020, 12(8), 3295; <https://doi.org/10.3390/su12083295>.
- Noe, R. A. (2017). *Employee training and development* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Oğan, Y. (2021). Mutfak çalışanlarının yaratıcılık algı düzeyleri üzerine bir araştırma. *Fiscaoeconomia*, 5(2), 756–768.

- Pekdemir, I., Koçoğlu, M., & Güney, Ç.G. (2014). Özerklik ve ödüllendirme algılarının çalışan performansı üzerindeki etkisinde çalışanın inovasyona yönelik davranışının aracılık rolüne yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(2), 332-350.
- Rousseau, D.M. (1997). Organizational behavior in the new organizational era. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 515–546.
- Runco, M.A., & Jaeger, G.J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96.
- Ryan, R.M., & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54–67.
- Sawyer, R. K. (2012). Explaining creativity: The science of human innovation (2nd ed.). New York: Oxford University Press.
- Sungur, S. (1997). Eğitimde yaratıcılığın geliştirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 21(105), 45-50.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137–1148.
- Zhou, J., & George, J.M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682–696.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİYİ ANLAMADA ANAHTAR KAVRAM: GIDA EGEMENLİĞİ KAVRAMINA GENEL YAKLAŞIM

Hasan Samet TANDOĞAN

*Doktora Öğrencisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
tandoganhasansamet@gmail.com, ORCID: 0009-0003-3080-7454*

Mehmet Sedat İPAR

*Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
m.sedatipar@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7718-7913*

1. GİRİŞ

Neolitik Devrim ve insanlığın yerleşik tarıma geçişi ile birlikte toplumlar kitleler halinde avcı toplayıcı göçebe yaşamdan yerleşik yaşama geçmiştir (Putterman, 2008; Bellwood, 2022). Bu geçiş beraberinde insanlığın tarihini şekillendirecek gıda sistemlerinin ortaya çıkmasına ortam hazırlamıştır. Gıda sistemleri tarih boyunca insanlığın sosyal, ekonomik ve kültürel yaşayışını şekillendiren bir faktör olarak önemli rol oynamıştır (Stefanovic vd., 2020; Leewuis vd., 2021). Bu süreçte tarımın gelişmesi ve yeşil devrim gibi bazı süreçlerle birlikte gıda sistemleri politikaları da değişerek ideolojik bir nitelik kazanmıştır (Pimentel, 2014; McMichael, 2014a). Bu bağlamda ortaya çıkan gıda egemenliği kavramı bireylerin yeterli beslenme ve sağlıklı beslenme hakkının yeterli olmadığını aynı zamanda tükettiği yiyeceğin kaynağını kimler tarafından, hangi koşullarda, ne şekilde işleneceğinin ve nasıl dağıtılacağı hakkını kapsamaktadır (La Via Campesina, 2007).

1800'lerin ikinci yarısından itibaren gerçekleşen kimya ve ziraat alanındaki çığır açan teknolojik gelişmeler, küresel gıda sistemleri için dünya genelinde büyük tarım şirketlerinin egemen olduğu bir dünyayı bize sunmuştur (Dimitri vd., 2005; Barrett vd., 2010; De Janvry, 2010). Bu gıda sistemleri ile büyük miktarlarda gıda topluma sunulurken doğal çevrenin giderek pestisit ve kimyasallarla kontamine olması (Van Der Werf, 1996; Pereria vd., 2016; Carvalho, 2017) ve küçük ölçekli çiftçilerin sistemin dışında kalması (Glover, 1987; Singh vd., 2009; Kapari vd., 2023) gibi negatif etkileri de beraberinde

getirmiştir. Bu durum altında ortaya çıkan gıda egemenliği kavramı, sadece gıda üretimi ile ilgilenen bir alan olmayıp, doğal kaynaklara erişim, sosyal adalet, kültürel çeşitlilik ve ekolojik sürdürülebilirlik gibi birçok alt faktörü de içermektedir (Edelman vd., 2014; Bernstein, 2017). Bu kapsamda bölüm içerisinde gıda egemenliği kavramına tarihsel bir bakış açısı sunulmakta ve Türkiye’de gıda egemenliği kavramına değinilerek tartışılmaktadır.

2. GIDA EGEMENLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1980’li yıllarda IMF ve Dünya Bankası gibi kurumların neoliberal politikaları desteklemek amacıyla pek çok ülkede tarım sektörüne ve çiftçilere verdiği desteği kesmesi, tüm dünyada tarım ürünleri fiyatlarını serbest piyasa koşullarından etkilenen bir hale getirmiştir (Summers ve Pritchett, 1993; Collier ve Gunning, 1999). Verilen desteklerin çekilmesi özellikle ekonomik olarak gelişimini tamamlayamayan veya siyasi ve ekonomik olarak istikrarın sağlanmasının zor olduğu Afrika (Emeagwali, 2011; Konadu-Agyemang, 2018), Asya (Lele, 1990; Bhutta, 2001; Abocejo, 2014) ve Güney Amerika (Bacha ve Feinberg, 1986; Morgan-Foster, 2002; Pereria, 2018) gibi bölgelerde küçük çapta tarım yapan çiftçilerin sistem dışına itilmesine neden olmuştur (Boussard, 1992; Easterly, 2005). Bu durum gelir dağılımında eşitsizliği arttırmış hem de gıda sistemlerinin çok uluslu büyük firmaların faydasına olacak şekilde dizayn edilmesine ön ayak olmuştur (Pechlaner ve Otero, 2008; Burch ve Lawrance, 2009). Üçüncü gıda rejimi olarak da adlandırılan bu dönemde, küçük ölçekte tarım yapan çiftçilerin örgütlenerek haklarını arayan çeşitli sivil toplum kuruluşları ortaya çıkmıştır (Sherwood vd., 2013).

Bu gruplardan birisi 1993 yılında La Via Campesina veya Köylü Yolu (Peasant Way) adı altında köylü ve kırsal kesinde yaşayan insanlardan oluşan bir koalisyonudur. 1996 yılında ise köylü, çiftçi, kırsal yaşamda tarımsal üretimde etkin kadınların da ön planda olduğu yerel halk hareketlerinden oluşan uluslararası bir koalisyon, Meksika’nın Tlaxcala kentinde bir araya gelerek, giderek küreselleşen ve yoğunlaşan tarımsal gıda sisteminin geçim kaynakları, toplulukları ve ekolojileri üzerindeki etkilerine ilişkin ortak endişelerini tartışmıştır (Patel, 2009; Wittman, 2011; Altieri vd., 2012; McMichael, 2014b). Bu toplantılarda koalisyon üyelerinin mevcut gıda sisteminin temel ilkelerine ters düşen bir dizi somut ve alternatif yol öneren gıda egemenliği

kavramının temellerini ortaya koyan “Gıda Egemenliği: Açlık Olmayan Bir Gelecek (*Food Sovereignty: A Future Without Hunger*)” isimli bildiriye yayınlarak literatüre gıda egemenliği kavramını kazandırmışlardır (Wittman ve Desmarias, 2010; Alonso-Fradejas, vd., 2015). Tlaxcala konferansından sonra gıda egemenliği kavramı önce taban sosyal hareketleri ve sivil toplum sektöründen, ardından politika alanlarında, özellikle 2002 Dünya Gıda Zirvesi ve karşı zirve, Roma’da düzenlenen Gıda Egemenliği STK/Sivil Toplum Örgütleri Forumu’nda giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır (Van Der Ploeg, 2017; Pimbert ve Claeyes, 2024). 2007 yılında ise Mali’nin Nyeleni kentinde düzenlenen gıda egemenliği konferansında 80 ülkeden 500 fazla katılımcı katılmıştır.

Gıda egemenliği kavramı 1996 yılında ilk kez dile getirilmesinden sonra, bu yeni kavramın uygulaması ve potansiyeli ile birçok alt unsurunun değerlendirmesi kısa zamanda dikkat çekmiştir. Öyle ki sivil toplum kuruluşlarının yayınları başta olmak üzere gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin tarım politikalarında da oldukça önem verilen bir konu olmuştur (Wittman, 2011). Sivil toplum kuruluşlarının yayınlarını hızlıca akademik yayınlar takip etmiştir. Bu çalışmalar neoliberal gıda rejiminde, tarımın şirketleşmiş yapısına karşı çıkan küçük ölçekte tarım yapan çiftçilerin problemlerini inceleyen çalışmalar olarak öne çıkmaktadır (Windfuhr ve Jonsen, 2006; Grey ve Patel, 2015).

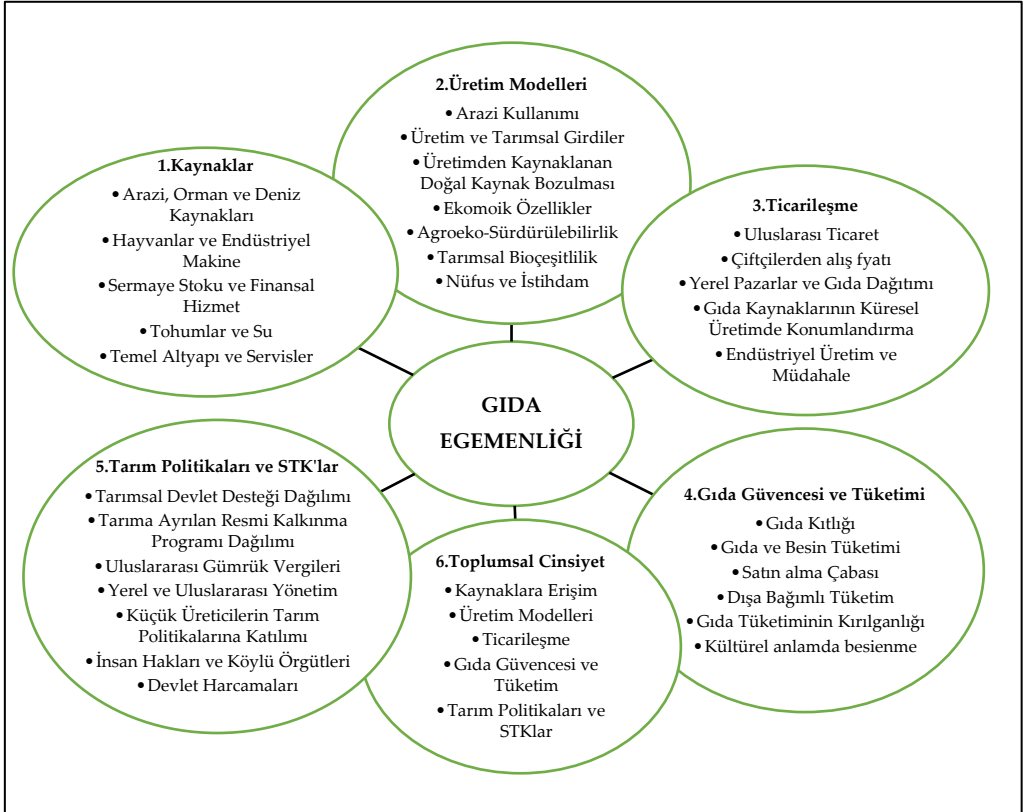
3. GIDA EGEMENLİĞİ KAVRAMI

Gıda egemenliği kavramı, dönemin şartlarına ve değişen dinamiklerine bağlı olarak farklı tanımlamalar içermektedir. 1996 yılındaki Dünya Gıda Forumunda “her ulusun, üretimde çeşitliliğe ve kültürel farklılıklara saygı göstererek, temel gıda maddelerini üretme kapasitesini korumak ve geliştirmek hakkı” olarak tanımlanan gıda egemenliği kavramında (La Via Campesina, 1996), odak nokta genellikle Afrika ve Güney Amerika’daki az gelişmiş bölgelerdeki kırsal yaşam öncelenmiştir. Bu noktada gıda egemenliği ulusal planlar ile ilişkilendirilerek, devletin gücünü yeniden tesis etmek ve ülke içi tüketimde köylülerin gıda üretimini destekleyen, geçim kaynaklarını güçlendiren gıda ve tarım politikalarına geri dönüş amaçlanmaktadır (Clapp, 2014; Jarosz, 2014; Clendenning vd., 2016).

Gıda egemenliği kavramının altı temel ilkesi bulunmaktadır. Bu ilkeler, sadece üretim tüketim zincirini değil aynı zamanda siyasi olarak da tanımlamaktadır. İlk defa 2007 yılında Nyeleni Forumunda yayınlanan bu ilkeler aşağıda sıralanmaktadır (Beauregard ve Gottlieb , 2009; Maudire, vd., 2021):

- Gıdanın temel bir insan hakkı olması,
- Gıdanın yerel olarak üretilmesi ve tüketilmesi,
- Küçük üreticilerin, kadın çiftçilerin ve yerel toplulukların korunması,
- Doğal kaynakların kolektif denetimi,
- Kimyasal ve GDO kullanan endüstriyel tarıma alternatif agroekolojik yaklaşımlar geliştirmek,
- Gıda sistemlerinde demokratik karar alma süreçlerinin tesis edilmesidir.

Şekil 1: Gıda egemenliğinde gıda sistemlerinin analizi için kategori ve alt kategoriler



Kaynak: Almeida ve Ferre, 2019: 1327.

Şekil 1’de Ortega-Cerda ve Rivera-Ferre (2010) tarafından geliştirilen gıda egemenliğinin beş temel boyutu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet boyutu ise modele daha sonradan eklenmiştir.

Birinci kategori olan “*kaynaklar*” içerisinde 20 alt gösterge yer alır. Bunlar ülke veya bölge bazında üretim kaynaklarının mevcudiyetini, erişimini ve kontrolünü ölçmektedir. Ayrıca kırsal yoksullukla mücadele için kaynakların yeniden dağıtımı ve belirlenmesine atıfta bulunmaktadır.

İkinci kategori olan “*üretim modelleri*” kapsamında 29 alt gösterge yer alır. Bunlar ise kırsal nüfusu, tarım ve gıda üretim faaliyetlerini, arazi kullanımını ve kaynakların sürdürülebilirliğini ölçmektedir. Tarımsal ekolojik uygulamaları tespit ederek marjinal topraklarda verimliliği artırmak, geleneksel türleri ve yerel biyoçeşitliliği korumak amacı taşır.

Üçüncü alt kategori “*ticarileşmede*” ise balıkçılar, çobanlar, köylü ve kırsal işçilerin haklarına odaklanması, bu topluluğun başta beslenmesi olmak üzere ürünlerini satabilmelerini sağlama amaçlı hususlara odaklanılmaktadır. Yerel dağıtım kaynakları yaratılması, desteklenmesi ve gıda zincirindeki aracı maliyetlerinin düşürülmesini amaçlar. Adil ticarete odaklanan bu kategori tekeli piyasaya karşı uyarıda bulunmaktadır.

Dördüncü alt kategori olan “gıda güvencesi ve tüketimi” ülke veya bölgedeki gıda güvensizliğini ölçmektedir. Açlık ve yoksulluğa odaklanarak insanların günlük besin alımlarını karşılaştırarak beslenme durumlarını belirler. Ülke veya bölgenin dış gıda bağımlılığı günlük besin gereksinimlerini karşılama durumunu ortaya koyar.

Beşinci alt kategori olan “*tarım politikaları ve STK’lar*” kritik öneme sahip siyasi koşulları hesaba katmaya çalışırken aynı zamanda kamu ve özel işletmeler aracılığıyla tarıma verilen önemi ve insanların tarım politikaları içerisinde yer alma durumunu incelemektedir. Burada üretici ve tüketicilerin yanı sıra genel tarım politikalarında ticari engelleri de tartışmaktadır.

Modele en son eklenen “*toplumsal cinsiyet*” altıncı alt kategorisinde ise, tüm süreçlerde cinsiyet eşitliği ön planda olmalı ve bunun yanı sıra çeşitli demografik göstergeler de dikkate alınmalıdır. Cinsiyet ve etnik kökene göre çeşitli farklılıklar dikkate alınmadığında bütünsel bir yaklaşım tamamlanmış sayılmaz (Almeida ve Ferre: 2019).

Gıdaya ve özellikle sağlıklı gıdaya erişimin insanlığın temel bir hakkı olması her bireyin kendi kültürüne ve çevresine uygun olarak beslenme hakkını ortaya çıkarmaktadır. Bu hak sadece gıdayı satın alabilme gücünü değil ayrıca o gıdayı üretebilme kapasitesine sahip olmayı da içermektedir. Gıda egemenliği kavramına göre bu hak devlet tarafından savaş, doğal afetler veya ekonomik krizler gibi dış etkenlerin etkisi altında kalmadan güvence altına alınması gerekmektedir (Haugen, 2009; McMichael, 2018). Gıdanın yerel olarak üretilmesi ve tüketilmesi ilkesi ise gıda ürününün yerel topluluklar tarafından hem üretilme hem de tüketilme hakkının olduğunu savunmaktadır. Bu durum hem ekonomik hem de kültürel sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (Beauregard ve Gottlieb, 2009; Maudire, vd., 2021). Küçük ölçekli tarım yapan gruplar günümüzde tarım üretiminin önemli bir kısmını oluştursa da, ekonomik olarak rekabet edebilirlik yönünden küresel pazar içerisinde oldukça kırılgan olduğu bilinmektedir (Fan ve Rue, 2020). Gıda egemenliği ise küçük ölçekli tarım yapan çiftçileri ve yerel toplulukları korumanın önemini üçüncü ilkesinde vurgulamaktadır. Gıda egemenliği kavramı bu grupların kültürlerinin korunmasını, geleneksel bilgi birikiminin gelecek kuşaklara aktarılmasını, sosyal araçlara kolayca ulaşmasını ve teknolojik yeniliklere ulaşılabilirliğinin geliştirilmesini hedeflemektedir (Altieri ve Nicholls, 2012; Bacon, 2018).

Gıda egemenliği, gıda üretiminin temel unsurları olan toprak, su ve tohum gibi unsurların özel mülkiyete ait olmadığını bunun toplum yararına ortak şekilde kullanılması gerektiğini savunmaktadır. Özellikle tohumlar konusunda bu konuyu ele alan bu ilke, tohumların ticarileştirilerek patentlendirilmesine karşı çıkmaktadır. Buna ek olarak da yerel ve ata tohumlarının kullanımını desteklemektedirler (Benzer Kerr, 2013; Campbell ve Veteto, 2015).

Agroekoloji; doğayla birlikte yerel bilgilere dayanarak yapılan sürdürülebilir bir tarım uygulamasıdır (Wezel vd., 2009; Gliessmann, 2018). Gıda egemenliği de agroekoloji kavramı ile iç içe birbirini destekleyen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Agroekolojiye benzer olarak gıda egemenliği de çok uluslu şirketlerin yaptığı endüstriyel tarıma karşı durmakta, bu tarım çeşidinin yarattığı toprak erozyonu, çevre kirliliği ve kimyasal kirlenme gibi olumsuz durumlara engel olmaya çalışmaktadır (Holt-Gimenez ve Altieri, 2013; Gliessmann vd., 2019).

Gıda insanların temel beslenme ihtiyacını karşılamasının yanında kimi zaman bir diplomasi aracı olarak yumuşak güç kimi zaman ise daha ciddi şekilde ülkeler arasındaki krizlerde olumsuz olarak kullanılan bir tehdit unsuruna dönüşebilmektedir. Bu bağlamda gıda egemenliği gıda işçilerinin ve üreticilerinin gıda sistemlerinin nasıl işleyeceğine, nasıl fiyatlandırılacağına, nasıl dağıtılacağına ve nasıl satılacağını gibi birçok konuda etkin katılma hakkının olduğunu savunmaktadır (Pescard, 2017).

Bu ilkeler inceliginde gıda egemenliği kavramı sıklıkla gıda güvenliği kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Bu durumun sebebi ise küresel açlık ve yetersiz beslenme gibi dünya genelinde yaşanan bir problemi çözüme ulaştırmak için ortaya çıkmasıdır. Ancak gıda güvenliği tanımı, gıdanın mevcudiyeti ve erişilebilirliğine odaklanırken ve özellikle küresel olarak dolaşımdaki gıda miktarına dikkat çekmektedir. Öte yandan gıda egemenliği, küresel açlık ve yetersiz beslenmenin altında yatan yapısal faktörleri vurgulayarak, bunları teknik sorunlar değil, siyasi sorunlar olarak çerçevelemiştir. Gıda egemenliği, gıdayı kimin ürettiğine, nasıl ve nerede üretildiğine ve bu kararları belirleyen güç ilişkilerine dikkat çekmektedir. Gıdayı bir meta ve kâr kaynağı olarak gören anlayışları reddetmekte ve bunun yerine gıdayı, diğer şeylerin yanı sıra, belirli sosyo-ekolojik bağlamlardan ayrılmaz bir insan hakkı, besin kaynağı ve kültürel değer olarak algılamaktadır (Holt-Gimenez, 2010; Agarwal, 2014; Weiler vd., 2015; Ogundiran, 2019; Noll ve Murdock, 2020; Sampson vd., 2021; Byaruhanga ve Isgren, 2023). Bu anlayışlar iki perspektifin de tanımlarında görülmekte ve ilgili tanımlamaların karşılaştırılmasına Tablo 1’de yer verilmektedir.

Tablo 1: Gıda egemenliği ve gıda güvenliği tanımlarının karşılaştırılması

Gıda Güvenliği	
1970'ler	1974 Dünya Gıda Zirvesi Gıda tüketiminin istikrarlı bir şekilde artmasını sürdürmek ve üretim ve fiyatlardaki dalgalanmaları dengelemek için temel gıda maddelerinin yeterli miktarda dünya gıda arzının her zaman mevcut olması.
1990'lar	1996 Dünya Gıda Zirvesi Gıda güvenliği, birey, hane halkı, ulusal, bölgesel ve küresel düzeylerde, tüm insanların her zaman aktif ve sağlıklı bir yaşam sürmek için beslenme ihtiyaçlarını ve gıda tercihlerini karşılayacak yeterli, güvenli ve besleyici gıdaya fiziksel ve ekonomik olarak erişebilmeleriyle sağlanır.
2000'ler	2001 Gıda Güvencesizliği Departmanı Gıda güvenliği, tüm insanların her zaman, aktif ve sağlıklı bir yaşam için beslenme ihtiyaçlarını ve gıda tercihlerini karşılayan yeterli, güvenli ve besleyici gıdalara fiziksel, sosyal ve ekonomik olarak erişebildiği bir durumdur. 2009 Gıda Güvenliği Dünya Zirvesi Bildirgesi Gıda güvenliğinin dört temel unsuru, erişilebilirlik, erişim, kullanım ve istikrar olarak tanımlanmıştır.
Gıda Egemenliği	
1990'lar	1996 Dünya Gıda Zirvesi Her ulusun, kültürel ve üretici çeşitliliğe saygı göstererek, temel gıda maddelerini üretme kapasitesini korumak ve geliştirmek hakkı.
2000'ler	2002 Halkların Gıda Egemenliği Ağı Gıda egemenliği, halkların kendi gıda ve tarımlarını tanımlama, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için yerli tarımsal üretimi ve ticareti koruma ve düzenleme, kendi kendine yeterlilik düzeyini belirleme, pazarlarına ürünlerin dampingini kısıtlama ve yerel balıkçılık topluluklarına su kaynaklarının kullanımı ve haklarının yönetiminde öncelik verme hakkıdır. Gıda egemenliği ticareti reddetmez, aksine halkların güvenli, sağlıklı ve ekolojik olarak sürdürülebilir üretime ilişkin haklarına hizmet eden ticaret politikaları ve uygulamalarının oluşturulmasını teşvik eder. 2007 Nyeleni Bildirgesi Gıda egemenliği, halkların ekolojik olarak sağlam ve sürdürülebilir yöntemlerle üretilen sağlıklı ve kültürel açıdan uygun gıdaya erişim hakkı ve kendi gıda ve tarım sistemlerini belirleme hakkıdır. Gıda egemenliği, gıda sistemleri ve politikalarının merkezine gıda üreten, dağıtan ve tüketenleri koyar, pazarların ve şirketlerin taleplerini değil. Gelecek nesillerin çıkarlarını ve dahil olmalarını savunur. Mevcut kurumsal ticaret ve gıda rejimine direnmek ve onu ortadan kaldırmak için bir strateji sunar ve yerel üreticiler tarafından belirlenen gıda, tarım, hayvancılık ve balıkçılık sistemleri için yönlendirme sağlar. Gıda egemenliği, yerel ve ulusal ekonomileri ve pazarları önceliklendirir ve köylü ve aile çiftçileri tarafından yürütülen tarımı, zanaatkar balıkçılığı, hayvancılıkla uğraşanların yönettiği otlatmayı ve çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğe dayalı gıda üretimi, dağıtımı ve tüketimini güçlendirir. Gıda egemenliği, tüm halklara adil gelir ve tüketicilerin gıda ve beslenmelerini kontrol etme haklarını garanti eden şeffaf ticareti teşvik eder. Topraklarımızı, bölgelerimizi, sularımızı, tohumlarımızı, hayvancılığımızı ve biyolojik çeşitliliğimizi kullanma ve yönetme haklarının gıda üretenlerin elinde olmasını sağlar. Gıda egemenliği, erkekler ve kadınlar, halklar, ırk grupları, sosyal sınıflar ve nesiller arasında baskı ve eşitsizlikten uzak yeni sosyal ilişkiler anlamına gelir.

Kaynak: Carlile vd., 2021: 8.

4. TÜRKİYE'DE GIDA EGEMENLİĞİ KAVRAMI

İklimi ve konumu itibarıyla dört mevsimin tüm özellikleri ile yaşanabildiği Türkiye, birbirinden farklı bölgesel ekosistemleri ve çeşitliliğinin yanı sıra geniş ve sulanabilir tarım alanları ile gıda egemenliği bakımından yüksek potansiyele sahiptir. Ancak küresel anlamda ülkelerin birbirleriyle olan anlaşmaları (Avrupa Birliği, G20, İklim sözleşmeleri vb.) bu potansiyelin tam anlamıyla kullanımı açısından çeşitli engeller ortaya çıkarmaktadır. Yukarıda bahsedildiği üzere çok uluslu firmaların tarımı ve tarımsal ürünlerin dağıtımını ele geçirmesi, tüm dünyada olduğu gibi 1980'lerden itibaren Türkiye'yi de etkilemiştir. 2006'da çıkan Tarım Kanunu ise doğrudan gelir desteği sistemine geçişin ve sözleşmeli tarımın önünü açmıştır. Bu durum küçük ölçekli çiftçilerin büyük şirketler karşısında birçok alanda dezavantaj yaşamasına sebep olmuştur (Yalçınkaya vd., 2006). Bu dezavantajlar özellikle köyden kente göçün iyice hız kazanması (Yalçın ve Kara, 2016), tohum konusunda dışa bağımlılık (Soner vd., 2019), yabancı çok uluslu şirketlerle ekonomik olarak yarışmamak ve uluslararası rekabete dahil olabilmenin zorluğu şeklinde gösterilebilir. Diğer taraftan ithalata bağımlılık, küçük ölçekli çiftçilerin çeşitli sorunları, tarım arazilerinin giderek imara açılması, yerel (ata) tohumları ve biyoçeşitlilik, politika ve yönetim eksiklikleri gibi çeşitli açılardan da birbirinden farklı yönlerden ele alınması gereken engeller, Türkiye'de gıda egemenliği politikaları açısından detaylı şekilde ele alınması gereken konulardandır.

Tüm bu dezavantajlara karşın Türkiye'de gıda egemenliği adı altında bir plan veya program olmasa da dolaylı yoldan gıda egemenliğine yönelik uygulamaları görebilmek mümkündür. Örnek vermek gerekirse birçok ilde artık gelenekselleşmiş hale gelen tohum takas şenlikleri, özellikle son yıllarda sayıları artan kadın girişimcilerin oluşturduğu tarım kooperatifleri, ülkenin güçlü bir kooperatif geçmişine sahip olması, ekoloji ve permakültür gibi sürdürülebilir gıda uygulamaları konusunda geçmiş yıllara oranla giderek artan bir farkındalık sahibi olunması gibi hususlar, Türkiye'nin gıda egemenliği konusunda avantajlı konumunu göstermektedir.

Tohum egemenliği alanında özellikle yerel yönetimlerin gıda egemenliği prensiplerine uygun uygulamalarının olduğu görülmektedir. Örneğin, Sefehisar, Gündül, Foça, Çanakkale gibi yerlerde gerçekleştirilen tohum takas

şenliklerinin yapılması; GDO içermeyen tohumların kullanılmasını destekleyen “Ata Tohumu Derneği” gibi kuruluşların olması örnek verilebilir. Üreticiden doğrudan tüketiciye temel gıda hizmeti sunan Halk Ekmek benzeri yerel yönetime ait kuruluşlar üretici ve tüketiciyi doğrudan bir araya getirmektedir. Bu durum gıda egemenliğinin de öne çıkardığı üretici tüketicinin doğrudan bağ kurma hedefini desteklemektedir. Ayrıca kadınların daha fazla tarımsal üretimde olmasını önceleyen gıda egemenliği felsefesine ülkemizde birçokları bulunan kadın kooperatifleri örnek gösterilebilir. Ayrıca toplumun önemli bir kültürel parçası olan ve neredeyse her ilde bulunan köylü pazarları da tedarik zincirinin kısılması ve yerel ürünün uzun mesafeler seyahat etmeden tüketiciye ulaşmasını ve aracısız ticaretin önün açmaktadır.

İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa, Antalya gibi büyükşehirler başta olmak üzere kurulan tüketim kooperatifleri veya gıda topluluklarının oluşturduğu yapılar, gıda egemenliği kavramının en azından il veya bölge bazında en somut örneklerindendir. Slow Food Türkiye başta olmak üzere Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği, Toprak Ana Kadın Kooperatifi, Yaşam İçin Toprak Derneği, Anadolu Kırsal Kalkınma ve İklim Değişikliği Derneği vb. sivil toplum kuruluşları da gerçekleştirdikleri projeler, yayınlar ve farkındalık eğitimleri ile gıda egemenliğinin önemine ilişkin yerel halk başta olmak üzere gelecek nesillere de eğitimler vermektedir. Türkiye’nin gıda egemenliği konusunda güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri incelenecek olduğunda şu şekilde açıklamak mümkündür:

Güçlü Yönler: İklim ve toprak çeşitliliği, Tarımsal kültür ve bilgi, Jeopolitik ve Jeostratejik Konumu, Kooperatif potansiyeli başta gelmektedir.

Zayıf Yönler: Küçük parçalı arazi yapısı, Dışa bağımlılık, Tarım arazisi kaybı, Tarımda istihdam edilecek genç nüfus eksikliği, Orta ve Uzun vadede su fakiri ülkeler arasında yer alması ve tarımda yanlış sulamalar gibi unsurlardan oluşmaktadır.

Fırsatlar: Küresel gıda krizlerine karşı yerli üretim, Organik ve iyi tarım uygulamaları konusunda artan bilinç, Tarım teknolojileri ve dijitalleşmede geri kalınmış gibi olsa da son teknolojilerin sisteme adaptasyonunun sağlanabilmesindeki kolaylıklar, Yerel yönetimlerin kırsal alanlara yönelik verdiği destekleri incelemesi, Toplumsal bilinç ve tüketicilerin desteği gibi hususlar ön plana çıkmaktadır.

Tehditler: Çok uluslu şirketlerin baskısı, İklim değişikliğinin giderek artan etkileri, Politikalarındaki istikrarsızlık, Enerji ve gıda maliyetleri, Serbest ticaret anlaşmaları gibi faktörler ise gıda egemenliği kavramını tehdit eden faktörler içerisinde ön plana çıkmaktadır.

Son yıllarda gıda egemenliği kavramına yönelik bakış açısının daha nitelikli hale geldiği coğrafi işaretli ürünlere yönelik başvuru sayılarının yanı sıra coğrafi işaret alan ürün sayısında olan artış ile de gözlemlenmektedir. Ancak tüm bu olumlu hususların ardında gerçekleştirilmesi gereken en önemli çalışmanın tarım politikaları bakımından yerel üreticilerin desteklenmesi, yerel tohumlar ile tarım ve milli ekonominin bir araya getirilmesine yönelik bilimsel metotların da dikkate alındığı bir gıda egemenliği politikasının oluşturulması gerekliliğidir.

5. SONUÇ

Gıda egemenliği kavramının gelişimi ve ilkelerinin akademik literatürde ve sivil toplum pratiklerinde artan şekilde yer bulması, küresel ölçekte daha adil, sürdürülebilir ve demokratik gıda sistemlerinin inşası için bir çerçeve sunmaktadır. Gıda egemenliğini yalnızca kırsal kesimin veya küçük üreticilerin savunusu olarak görmek yerine, küresel gıda sistemine yönelik yapısal eleştirilerin ve alternatif çözüm yollarının bir bütünü olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Türkiye’de ise tarım politikalarının neoliberal dönüşümden önemli ölçüde etkilendiği ve küçük ölçekli üreticilerin çok uluslu şirketler karşısında yapısal dezavantajlar yaşadığı açıkça görülmektedir. Ancak bu olumsuz tabloya rağmen, toplumsal örgütlülüğün, yerel bilgi birikiminin ve alternatif tarım uygulamalarının varlığı, Türkiye’de gıda egemenliğine yönelik güçlü bir potansiyelin bulunduğunu göstermektedir. Tohum takas şenlikleri, kadın kooperatifleri gibi tabandan gelen uygulamalar, merkezi düzeyde resmi bir plan veya program olmasa da gıda egemenliği anlayışının yerel düzeyde hayata geçirilebildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, gelecekte daha adil, sürdürülebilir ve katılımcılara açık bir gıda sistemi inşa edilebilmesi açısından önemli bir toplumsal bir temel oluşturmaktadır.

Asya ve Avrupa arasındaki jeopolitik konumu hemen hemen her disiplin içerisinde ön plana çıkan Türkiye, özellikle Rusya ve Ukrayna arasında

süregelen savaş hali içerisinde ayçiçeği ve buğday gibi tarım ürünlerinin lojistiğinde önemli bir aracı rol üstlenmiştir. Tahıl koridoru anlaşması ile dünyanın etkilendiği bu krizden çok daha az etkilenen Türkiye için bu durum ders çıkarılması gereken somut bir örnek olarak değerlendirilmeli ve tarımsal üretim politikalarında genel çerçevede olduğu kadar, katma değeri de yüksek tarım ürünlerine yönelme sağlanmalıdır. Gıda ithalatına özellikle temel ürünlerde bağımlılığın azaltılması üzerine çalışmaların yapılması sonucunda gıda egemenliğinde giderek stratejik üstünlük sağlanabilir. Uzun vadeli düşünüldüğünde 2025 ve 2040 yılları sonrasında iklimsel ve ekonomik nedenler başta olmak üzere metropollerden kırsal alanlara yönelik tersine göçlerin yaşanacağı öngörüsü, permakültür, sürdürülebilir yerel tohum bankalarının kurulması ve gençlerin tarımsal üretim konusunda eğitilmesini önemli hale getirmektedir. Ancak mevcut küresel tarım politikaları, ulusal tarım politikaları ve tarıma verilen destekler, genç nüfusun tarımsal istihdama bakışı ve bölgesel sorunlar gıda egemenliğinin net ve kararlı biçimde uygulanmasını da zorlaştırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aboejo, F.T. (2014). The impact of international monetary fund (IMF) structural adjustment policies (SAP) on the Philippines. *Recoletos Multidisciplinary Research Journal*, 2(1).
- Agarwal, B. (2014). Food sovereignty, food security and democratic choice: Critical contradictions, difficult conciliations. *Journal of Peasant Studies*, 41(6), 1247-1268.
- Almeida, A.R., & Ferre, M. G. (2019). Internationally-based indicators to measure Agri-food systems sustainability using food sovereignty as a conceptual framework. *Food Security*, 11, 1321-1337.
- Alonso-Fradejas, A., Borrás Jr, S.M., Holmes, T., Holt-Giménez, E., & Robbins, M. J. (2015). Food sovereignty: convergence and contradictions, conditions and challenges. *Third World Quarterly*, 36(3), 431-448.
- Altieri, M.A., Funes-Monzote, F.R., & Petersen, P. (2012). Agroecologically efficient agricultural systems for smallholder farmers: contributions to food sovereignty. *Agronomy for sustainable development*, 32(1), 1-13.
- Altieri, M.A., & Nicholls, C. I. (2012). Agroecology scaling up for food sovereignty and resiliency. *Sustainable agriculture reviews: Volume 11*, 1-29.
- Bacha, E.L., & Feinberg, R.E. (1986). The World bank and structural adjustment in Latin America. *World development*, 14(3), 333-346.
- Bacon, C.M. (2018). Food sovereignty, food security and fair trade: the case of an influential Nicaraguan smallholder cooperative. In *Food Sovereignty* (pp. 39-58). Routledge.
- Barrett, C.B., Carter, M.R., & Timmer, C.P. (2010). A century-long perspective on agricultural development. *American Journal of Agricultural Economics*, 92(2), 447-468.
- Bellwood, P. (2022). *First Farmers: The Origins of Agricultural Societies*. John Wiley & Sons.
- Bezner Kerr, R. (2013). Seed struggles and food sovereignty in northern Malawi. *Journal of Peasant Studies*, 40(5), 867-897.

- Bernstein, H. (2017). Food sovereignty via the 'peasant way': a sceptical view. In *Critical Perspectives on Food Sovereignty* (pp. 131-164). Routledge.
- Bhutta, Z. A. (2001). Structural adjustments and their impact on health and society: A perspective from Pakistan. *International journal of epidemiology*, 30(4), 712-716.
- Beauregard, S., & Gottlieb, R. (2009). Food Policy for People: Incorporating food sovereignty principles into State governance. *Senior Comprehensive Report, Urban and Environmental Policy Institute, Occidental College, Los Angeles*.
- Boussard, J.M. (1992). *The impact of structural adjustment on smallholders* (No. 103). Food & Agriculture Org.
- Burch, D., & Lawrence, G. (2009). Towards a third food regime: behind the transformation. *Agriculture and human values*, 26, 267-279.
- Byaruhanga, R., & Isgren, E. (2023). Rethinking the alternatives: food sovereignty as a prerequisite for sustainable food security. *Food ethics*, 8(2), 16.
- Campbell, B.C., & Veteto, J. R. (2015). Free seeds and food sovereignty: anthropology and grassroots agrobiodiversity conservation strategies in the US South. *Journal of political ecology*, 22(1), 445-465.
- Carvalho, F.P. (2017). Pesticides, environment, and food safety. *Food and energy security*, 6(2), 48-60.
- Clapp, J. (2014). Food security and food sovereignty: Getting past the binary. *Dialogues in Human Geography*, 4(2), 206-211.
- Clendenning, J., Dressler, W.H., & Richards, C. (2016). Food justice or food sovereignty? Understanding the rise of urban food movements in the USA. *Agriculture and Human Values*, 33, 165-177.
- Collier, P., & Gunning, J.W. (1999). The IMF's role in structural adjustment. *The economic journal*, 109(459), 634-651.
- De Janvry, A. (2010). Agriculture for development: new paradigm and options for success. *Agricultural Economics*, 41, 17-36.
- Dimitri, C., Effland, A., & Conklin, N.C. (2005). *The 20th century transformation of US agriculture and farm policy*. Economic Information Bulletin 59390, United States Department of Agriculture, Economic Research Service.
- Easterly, W. (2005). What did structural adjustment adjust?: The association of policies and growth with repeated IMF and World Bank adjustment loans. *Journal of Development Economics*, 76(1), 1-22.
- Edelman, M., Weis, T., Baviskar, A., Borras Jr, S. M., Holt-Giménez, E., Kandiyoti, D., & Wolford, W. (2014). Introduction: critical perspectives on food sovereignty. *Journal of Peasant Studies*, 41(6), 911-931.
- Emeagwali, G. (2011). The neo-liberal agenda and the IMF/World Bank structural adjustment programs with reference to Africa. In *Critical Perspectives on Neoliberal Globalization, Development and Education in Africa and Asia* (pp. 3-13). Rotterdam: SensePublishers.
- Fan, S., & Rue, C. (2020). The role of smallholder farms in a changing world. *The role of smallholder farms in food and nutrition security*, 13-28.
- Haugen, H.M. (2009). Food sovereignty—an appropriate approach to ensure the right to food?. *Nordic Journal of International Law*, 78(3), 263-292.
- Holt-Giménez, E. (2010). Food security, food justice, or food sovereignty. *Food first backgrounder*, 16(4), 1-4.
- Holt-Giménez, E., & Altieri, M. A. (2013). Agroecology, food sovereignty, and the new green revolution. *Agroecology and sustainable Food systems*, 37(1), 90-102.
- Gliessman, S. (2018). Defining agroecology. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42(6), 599-600.
- Gliessman, S., Friedmann, H., & Howard, P. (2019). Agroecology and Food Sovereignty. Harris, J., Anderson, M., Clément, C., & Nisbett, N. (Ed.) *The Political Economy of Food*. IDS Bulletin 50.2, Brighton: IDS

- Glover, D.J. (1987). Increasing the benefits to smallholders from contract farming: Problems for farmers' organizations and policy makers. *World Development*, 15(4), 441-448.
- Grey, S., & Patel, R. (2015). Food sovereignty as decolonization: Some contributions from Indigenous movements to food system and development politics. *Agriculture and human values*, 32, 431-444.
- Jarosz, L. (2014). Comparing food security and food sovereignty discourses. *Dialogues in Human Geography*, 4(2), 168-181.
- Kapari, M., Hlophe-Ginindza, S., Nhamo, L., & Mpandeli, S. (2023). Contribution of smallholder farmers to food security and opportunities for resilient farming systems. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7, 1149854.
- Konadu-Agyemang, K. (Ed.). (2018). *IMF and World Bank sponsored structural adjustment programs in Africa: Ghana's experience, 1983-1999*. Routledge.
- La Via Campesina, (1996). Food sovereignty: A future without hunger. *World Food Summit, Rome*.
- La Via Campesina. (2007). *Declaration of Nyéléni*. Nyéléni Forum for Food Sovereignty, Selingué, Mali.
- Leeuwis, C., Boogaard, B.K., & Atta-Krah, K. (2021). How food systems change (or not): governance implications for system transformation processes. *Food security*, 13(4), 761-780.
- Lele, U. (1990). Structural adjustment, agricultural development and the poor: some lessons from the Malawian experience. *World Development*, 18(9), 1207-1219.
- Maudrie, T.L., Colón-Ramos, U., Harper, K.M., Jock, B.W., & Gittelsohn, J. (2021). A scoping review of the use of indigenous food sovereignty principles for intervention and future directions. *Current Developments in Nutrition*, 5(7), n2ab093.
- McMichael, P. (2014a). Agrofuels in the food regime. In *The Political Ecology of Agrofuels* (pp. 90-114). Routledge.
- McMichael, P. (2014b). Historicizing food sovereignty. *Journal of peasant studies*, 41(6), 933-957.
- McMichael, P. (2018). The land question in the food sovereignty project. In *The politics of food sovereignty* (pp. 14-31). Routledge.
- Morgan-Foster, J. (2002). The relationship of IMF structural adjustment programs to economic, social, and cultural rights: the Argentine case revisited. *Mich. J. Int'l L.*, 24, 577.
- Noll, S., & Murdock, E. G. (2020). Whose justice is it anyway? Mitigating the tensions between food security and food sovereignty. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 33(1), 1-14.
- Patel, R. (2009). Food sovereignty. *The Journal of Peasant Studies*, 36(3), 663-706.
- Pechlaner, G., & Otero, G. (2008). The third food regime: Neoliberal globalism and agricultural biotechnology in North America. *Sociologia ruralis*, 48(4), 351-371.
- Pereira, J.M.M. (2018). The World Bank, state reform, and the adjustment of social policies in Latin America. *Ciência & Saúde Coletiva*, 23, 2187-2196.
- Pereira, V. J., Cunha, J.P.A.R.D., Morais, T.P.D., Oliveira, J.P.R.D., & Morais, J.B.D. (2016). Physical-chemical properties of pesticides: concepts, applications, and interactions with the environment. *Biosci. j.(Online)*, 627-641.
- Peschard, K. (2017). Farmers' rights and food sovereignty: Critical insights from India. In *Critical Perspectives on Food Sovereignty* (pp. 185-208). Routledge.
- Pimbert, M.P., & Claeys, P. (2024). Food sovereignty. Aldenderfer, M. (Ed.), *Oxford Research Encyclopedia of Anthropology*. New York: Oxford University
- Pimentel, D. (1996). Green revolution agriculture and chemical hazards. *Science of the total environment*, 188, S86-S98.
- Putterman, L. (2008). Agriculture, diffusion and development: Ripple effects of the neolithic revolution. *Economica*, 75(300), 729-748.

- Sampson, D., Cely-Santos, M., Gemmill-Herren, B., Babin, N., Bernhart, A., Bezner Kerr, R., ... & Wittman, H. (2021). Food sovereignty and rights-based approaches strengthen food security and nutrition across the globe: A systematic review. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5, 686492.
- Sherwood, S., Arce, A., Berti, P., Borja, R., Oyarzun, P., & Bekkering, E. (2013). Tackling the new materialities: Modern food and counter-movements in Ecuador. *Food Policy*, 41, 1-10.
- Singh, A.K., Rahman, A., Sharma, S.P., Upadhyaya, A., & Sikka, A.K. (2009). Small holders' irrigation—Problems and options. *Water resources management*, 23(2), 289-302.
- Soner, K., Çelik, S., & Safa, A. (2019). Tarım sektöründe dışa bağımlılık: tohum üzerine bir değerlendirme. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 6(37), 1268-1276.
- Stefanovic, L., Freytag-Leyer, B., & Kahl, J. (2020). Food system outcomes: an overview and the contribution to food systems transformation. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4, 546167.
- Summers, L.H., & Pritchett, L.H. (1993). The structural-adjustment debate. *The American Economic Review*, 83(2), 383-389.
- Ogundiran, A. (2019). Food security, food sovereignty, and indigenous knowledge. *African Archaeological Review*, 36, 343-346.
- Ortega-Cerdà, M., & Rivera-Ferre, M.G. (2010). Indicadores internacionales de Soberanía Alimentaria. Nuevas herramientas para una nueva agricultura. *Revista Iberoamericana*, 14, 53-77.
- Weiler, A.M., Hergesheimer, C., Brisbois, B., Wittman, H., Yassi, A., & Spiegel, J.M. (2015). Food sovereignty, food security and health equity: a meta-narrative mapping exercise. *Health policy and planning*, 30(8), 1078-1092.
- Wezel, A., Bellon, S., Doré, T., Francis, C., Vallod, D., & David, C. (2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy for sustainable development*, 29, 503-515.
- Windfuhr, M., & Jonsén, J. (2005). Food sovereignty. *Towards democracy in localized food systems*. Chippenham: ITDG Publishing.
- Wittman, H., Desmarais, A.A., & Wiebe, N. (2010). *Food sovereignty: Reconnecting food, nature & community* (pp. 212-240). Halifax: Fernwood.
- Wittman, H. (2011). Food sovereignty: a new rights framework for food and nature?. *Environment and Society*, 2(1), 87-105.
- Van der Ploeg, J.D. (2017). Peasant-driven agricultural growth and food sovereignty. In *Critical Perspectives on Food Sovereignty* (pp. 99-130). Routledge.
- Van Der Werf, H.M. (1996). Assessing the impact of pesticides on the environment. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 60(2-3), 81-96.
- Yalçın, G.E., & Kara, F.Ö. (2016). Kırsal göç ve tarımsal üretime etkileri. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 20(2), 154-158.
- Yalçınkaya, N., Yalçınkaya, M.H., & Çılbant, Ç. (2006). Avrupa Birliği'ne yönelik düzenlemeler çerçevesinde Türk tarım politikaları ve sektörün geleceği üzerine etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 97-118.

ADİL GIDA, GIDA OKURYAZARLIĞI ve GIDA ETİKETİ OKUMA BİLİNCİ

Meral YILMAZ

Prof. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

meralylmz@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6150-1640

Hilal DER

Bilim Uzmanı, Kadirli Ahmet Topaloğlu Turizm Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi,

hilaldertr60@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5721-0517

1. GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılın en büyük küresel sorunlarından biri, giderek derinleşen **gıda eşitsizliği** ve bununla ilişkili **gıda güvenliği krizidir**. Dünya genelinde milyonlarca insan, yeterli, sağlıklı ve güvenli gıdaya ulaşmakta zorlanırken; diğer açıdan aşırı tüketim, israf ve sağlıksız beslenme alışkanlıkları artmaktadır. Bu çelişkili durum, yalnızca ekonomik bir sorun olarak görülmemeli bunun yanı sıra **adalet, bilgiye erişim ve halk sağlığı** açısından da değerlendirilmelidir. Bu çerçevede değerlendirildiğinde **adil gıda**, gıdanın üretimi ve dağıtımıyla birlikte, bireylerin gıdaya nasıl ulaştıkları, bu gıdanın sağlık ve beslenme açısından ne kadar uygun olduğu ve bu süreçlerde bireylerin ne kadar söz sahibi olduklarıyla doğrudan ilgilidir. Bir başka ifadeyle adil gıda, bireylerin **onurlu, bilinçli ve kültürel olarak anlamlı bir şekilde beslenme hakkı** olduğunu savunan bir yaklaşımdır (Patel, 2009). Bu yaklaşım, özellikle gelir düzeyi düşük gruplar, göçmenler, kadınlar ve çocuklar gibi kırılgan kesimlerin gıdaya erişimindeki eşitsizliklerin yansısı özel bir beslenme zorunluluğu olan hasta bireylerin gıdaya ulaşma güçlükleri göz önünde bulundurarak, üretimden tüketime kadar olan tüm sürecin sosyal adalet ilkeleriyle uyumlu olmasını hedeflemektedir (Alkon ve Agyeman, 2011; Der ve Yılmaz, 2025).

Adil gıda sistemlerinin başarısı düşünüldüğünde; üretim modelleri ya da devlet politikaları ile birlikte **tüketicilerin bilgi düzeyi, farkındalığı ve karar verme yetkinliği** ile de yakından ilişkili olduğu bildirilmektedir. Bu noktada **gıda okuryazarlığı** ön plana çıkmaktadır. Gıda okuryazarlığı, birey-

lerin gıda seçimlerini bilinçli bir şekilde yapabilmeleri için gereken bilgi, beceri ve farkındalık düzeyini ifade etmektedir (Vidgen ve Gallegos, 2014). Etiket okuma alışkanlığı, gıda güvenliği ilkeleri, besin değerinin değerlendirilmesi ve gıda israfını önleme gibi beceriler; bireylerin hem kendi sağlığını hem de toplumun sürdürülebilirliğini korumasına katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'nin de dâhil olduğu birçok ülkede gıda okuryazarlığı düzeyinin düşüklüğü, sağlıksız ve güvensiz gıda tüketimini artırmakta; bireyleri bilgiye dayalı seçim yapmaktan alıkoymaktadır (Koç ve Yücel, 2022). Bu sorun hem bireysel hem de toplumsal sağlık, ekonomik verimlilik ve çevresel sürdürülebilirlik konuları açısından da önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışma, gıda okuryazarlığının **adil gıda sistemleriyle nasıl ilişkili olduğunu**, bireylerin **güvenli, sağlıklı ve kültürel olarak uygun gıdaya erişiminde bilgi ve farkındalığın (bilincin) belirleyici rolü** olan etiket okuma alışkanlığı kavramı açıklanarak, hastalıklarda etiket okuma bilincinin önemi vurgulanmıştır.

2. ADİL GIDA KAVRAMI

2000'li yıllarda özellikle gıda egemenliği ve gıda hakkı kavramlarıyla birlikte anılmaya başlayan adil gıda (gıda adaleti) kavramı hem toplumsal hem de politik ve ekonomik boyutları içeren çok yönlü bir kavramdır. Bu yaklaşım, yalnızca gıdaya erişimi değil; aynı zamanda sağlıklı beslenme, toplumsal katılım ve çevresel sürdürülebilirliği de içeren bütüncül bir adalet anlayışını ifade eder (Gottlieb ve Joshi, 2010). Gıda adaleti kavramı, kimi zaman çevre hakkı mücadelesi ile alternatif gıda sistemleri hareketlerinin birleşim noktası olarak tanımlanır. Özellikle düşük gelir grupları ve etnik azınlıkların sağlıklı gıdaya erişiminde karşılaştıkları çevresel ve yapısal engeller, bu yaklaşımın temel odak noktalarından biridir (Alkon ve Agyeman, 2011; Sbicca, 2018). Bu kavramsal yapı, sosyal adalet ilkeleriyle doğrudan ilişkilidir; çünkü eşit muamele, fırsat eşitliği ve temel insan haklarının tanınması gibi değerleri esas alır (Cadieux ve Slocum, 2015). Literatürde giderek daha fazla yer bulan gıda adaleti, mevcut küresel gıda sistemine yönelik eleştirilerle şekillenmekte ve sistemin içinde bulunduğu sosyal eşitsizlikleri sorgulayan bir çerçeve sunmaktadır (Holt-Giménez ve Wang, 2011). Bu bağlamda, gıda adaleti yalnızca

akademik bir tartışma alanı değil; aynı zamanda toplumsal hareketlerin temelini oluşturan bir dayanışma eksenine haline gelmiştir (Hayes ve Carbone, 2015).

Gıda adaleti hareketi; çevresel adaletin bir uzantısı olarak ortaya çıkmış, tarihsel baskı karşıtı mücadelelerden ve sivil haklar aktivizmlerinden beslenmiştir (Alkon ve Mares, 2012). Özellikle kent merkezlerinde örgütlenen toplulukları, gıda sistemlerindeki eşitsizliklere karşı harekete geçerek bu kavramın yaygınlaşmasında öncü rol oynamıştır. Gıda üretimi ve dağıtımında yaşanan yapısal eşitsizlikler, bu sistemdeki adaletsizliğin temel kaynakları arasında yer almaktadır. Gıda erişimi; bireyin geliri, coğrafi konumu ve hareketliliği gibi birçok faktörden etkilenmektedir. Dolayısıyla, mevcut gıda sistemlerinin işleyişi sıklıkla toplumsal eşitsizlikleri pekiştirici bir yapı olarak değerlendirilir (Slocum, 2007; Sbicca, 2018). Başarılı gıda adaleti örnekleri incelendiğinde, bu girişimlerin yalnızca bireysel düzeyde değil; aynı zamanda toplumsal ölçekte yapısal dönüşümleri hedeflediği görülmektedir. Bu dönüşümler; ırk, sınıf ve cinsiyet temelli eşitsizliklerin giderilmesiyle birlikte dışlanmış toplulukların güçlendirilmesi, özyönetim kapasitelerinin artırılması ve katılımcı emek modellerinin geliştirilmesi gibi stratejileri içerir (Cadieux ve Slocum, 2015; Guthman, 2011; Hayes ve Carbone, 2015). Gıda adaletsizliğinin sağlık, çevre, ekonomi ve toplum üzerindeki etkileri özellikle son yıllarda dikkat çeker hale gelmiştir. Bu farkındalık bilinciyle birlikte, çeşitli sivil toplum kuruluşları, gençlik platformları, okul bahçesi projeleri ve alternatif gıda ağları, baskın gıda sistemlerine karşı alternatif çözümler üretmeye başlamıştır. Bu oluşumlar; tarım işçilerinin kötü çalışma koşullarından, endüstriyel üretimin çevreye verdiği zararlara ve sağlıklı gıdaya erişimde yaşanan engellere kadar uzanan geniş bir yelpazede eleştirel müdahalelerde bulunmaktadır (Gottlieb ve Joshi, 2010; Sbicca, 2018). Farklı akademik disiplinler, gıda adaletini kendi kuramsal perspektifleri doğrultusunda yorumlamaktadır. Yine de bu yaklaşım; alternatif gıda sistemleri, çevresel adalet, gıda güvenliği ve sağlık eşitliği gibi birçok kavramla kesişerek hem düşünsel hem eylemsel alanlarda önemli müdahale yolları sunar. Bu alanların bir araya gelmesiyle, baskın gıda sistemlerine alternatif geliştirme hedefi daha da güç kazanmaktadır (Cadieux ve Slocum, 2015; Holt-Giménez ve Wang, 2011; Hayes ve Carbone, 2015).

Adil gıda sistemlerinin sürdürülebilirliği, yalnızca üretim ve dağıtım yapılarının değil, aynı zamanda tüketicilerin bilgi düzeylerinin de güçlü olmasına bağlıdır. Gıda okuryazarlığı yüksek olan bireyler; güvenli, sağlıklı ve etik üretim süreçlerini tercih etme konusunda daha bilinçlidir (Truman vd., 2017). Ayrıca, gıda okuryazarlığı; bireyin kültürel olarak kendisine uygun gıdayı tanıma, gıda etiketlerini yorumlama, katkı maddelerini değerlendirme ve alışveriş kararlarında etik unsurları dikkate alma yetkinliğini artırır (Glenna vd., 2011). Böylece birey sadece sağlıklı değil, adil ve bilinçli bir tüketici haline gelmektedir.

3. GIDA OKURYAZARLIĞI

Son yıllarda, gıda okuryazarlığı kavramı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bazıları, gıda okuryazarlığının; bir kişinin gıda ve beslenme hakkında bilgi edinme ve bunları sağlıklı bir yaşam sürmek için uygulama becerisi olduğunu ileri sürmüştür (Kolasa vd., 2001; Renwick, 2025). Bazı çalışmalar ise, kişinin kendi ailesinden başlayarak sağlıklı ve lezzetli yemekler hazırlama becerilerini daha fazla vurgulamaktadır (Thomas ve Irwin, 2011). Geçmiş çalışmaları inceleyen ve konu üzerinde uzun yıllar çalışan iki uzman, gıda okuryazarlığının net bir tanımını *“bireyleri, haneleri, toplulukları veya ulusları, değişim yoluyla beslenme kalitesini korumaya ve zaman içinde beslenme dayanıklılığını güçlendiren bir yapıdır”* şeklinde yapmıştır. İhtiyaçları karşılamak ve alımı belirlemek için yiyecekleri planlamak, yönetmek, seçmek, hazırlamak ve yemek için gereken birbiriyle ilişkili bilgi, beceri ve davranışların bir koleksiyonundan oluşmaktadır (Vidgen ve Gallegos, 2014: 54). Bundan dolayı gıda okuryazarlığı kavramı; sağlık okuryazarlığı, beslenme okuryazarlığı ve tüketici hakları ile de kesişmektedir. İlk olarak 2000 yılında ortaya atılan Nutbeam'in sağlık okuryazarlığı tanımı, eleştirel okuryazarlık teorisyenleri Freebody ve Luke'un (1990) çalışmalarına dayanmaktadır. Nutbeam, temel/işlevsel okuryazarlık, iletişimsel/etkileşimli okuryazarlık ve eleştirel okuryazarlık (Nutbeam, 2000) ihtiyacını öne sürerek sağlık okuryazarlığının çok yönlülüğünü kabul eder. Gıda okuryazarlığı, Nutbeam'in sağlık okuryazarlığı tanımını (Cullen vd., 2015; Kolasa vd., 2001; Velardo, 2015) ve beslenme okuryazarlığını (Velardo, 2015) temel alınarak modellenmiştir.

Sağlık geliştirme perspektifinden bakıldığında, sağlık okuryazarlığı; gıda okuryazarlığının bir alt kümesi olarak görüldüğü kapsayıcı bir kavram olarak sunulmaktadır (Krause vd., 2018; Renwick, 2025). Beslenme okuryazarlığı, gıda okuryazarlığının odaklanmış bir alt kümesi olarak kabul edilir. Bu okuryazarlıklar, sağlıktan gıdaya ve beslenmeye uzanan uzmanlaşmış anlayışlar aracılığıyla evrimleşen bir dizi Rus matruşka bebeği olarak görülebilir (Velardo, 2015). Sağlık, gıda ve beslenme okuryazarlığını bir araya getiren Velardo (2015), benzerlikleri ve nüansları tartışmak için Nutbeam'in üç okuryazarlık türünden yararlanır. Eleştirel beslenme okuryazarlığı hakkında Velardo, *"bireysel ve toplumsal gıda tercihlerinin daha geniş etkilerini göz önünde bulundurarak gıda, toplum ve sağlık arasındaki bağlantıların"* (s. 387) önemini vurgulamış ve ardından gıda politikaları ve uygulamalarını değerlendirme ve gerektiğinde değişimi savunma gereğini dile getirmiştir (Velardo, 2015; Renwick, 2025). Literatürde yapılan birçok çalışma; gıda okuryazarlığının özellikle etiket okuma, sağlıklı gıda seçimi, gıda israfının azaltılması ve tüketici güvencesi ile yakından ilişkili olduğunu göstermektedir (Block vd., 2011; Truman vd., 2017).

4. GIDA ETİKETİ OKUMA

Hızlı nüfus artışları, teknolojik gelişmeler, gıdalardaki değişiklikler sonucu meydana gelen beklentiler; güvenli gıda kavramını ve gıdanın sağlık alanındaki yerini ön plana çıkartmıştır. Buna bağlı olarak bilgi kirliliği ve bireylerin yanlış yönlendirilmeleri sonucunda toplum sağlığı olumsuz olarak etkilenmektedir (Sarı ve Özkök 2018: 364). Bu durumun olumsuz etkilerini azaltmak veya önlemek amacıyla bireylerin bilinçli bir şekilde etiket okuma alışkanlığını kazanmaları önem arz etmektedir.

Son zamanlarda besin içeriklerinde ve seçiminde gözle görülür değişikliklerin olduğu görülmektedir. Daha fazla işlenmiş besin bulunan marketler, ucuz menüler sunan restoranlar ve dışarıda yiyecek tüketiminin artması; bireylerin sağlıklı besin seçiminde zorluklar yaşamasına neden olmaktadır (Tuna Oran vd., 2017: 9). Ayrıca bireylerin yaşam tarzları, ekonomik şartları, sağlık sebepleri veya inançları da onların beslenme tercihlerini etkilemektedir (Kasan Özdemir, 2013: 1).

Bireyler günlük besin ve enerji ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve kronik hastalık riskini en aza indirgeyebilmek için farklı gıda maddelerinden hangisini tüketeceklerine, hangisine ihtiyaçları olduğuna karar vermek durumundadır. Bunun için her bireyin ihtiyaç duyduğu güvenli gıdayı tüketebilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda gıdanın etiketlenmesi; bireylerin ürünün nasıl işlendiğini, ürünün bileşiminde neler olduğunu, ürünün birim fiyatını, son kullanma tarihini, besin değerlerini ve son üründe bulunan tüm bileşenleri bilmesi; doğru karar verebilmesi ve doğru seçim yapabilmesi açısından oldukça önemlidir (Kasan Özdemir, 2013: 1; Ceyhun Sezgin vd., 2020: 3323; Bahar ve Yılmaz, 2021: 34). Örneğin; “*sakkarin, aspartam, advantam, sukraloz, neotam, asesülfam-K ve stevya*” gibi ilaç dairesinin onaylamış olduğu, enerji değeri bulunmayan tatlandırıcılar olarak bilinen bu tatlandırıcılar; gıda sanayisinde “*şekersiz, light ya da diyet*” olarak belirtilen içeceklerin üretiminde çok fazla kullanılmasına rağmen gıda etiketinde bu ifadelerin bulunması o ürünün sağlıklı, güvenilir olduğu ya da serbest şekilde tüketilebileceği anlamına gelmemektedir. Gıda etiketinde bulunan içindekiler bölümünün kesinlikle okunması gerekmektedir. Çünkü bazı şekerli veya şekerli az besinlerin içerdiği doymuş yağ asitleri, kalp rahatsızlıklarına; şekerli alkolli (mannitol, sorbitol, ksilitol vb.) ise, kan-şeker seviyesinde yükseklığe neden olabilmektedir. Bu noktada da gıda etiketi okuma; tüketicilerin korunması, bilgilendirilmesi, doğru tercihler yapabilmesi, sağlıklı ve sürdürülebilir hayat yaşanması bakımından büyük önem taşımaktadır (Kasan Özdemir, 2013; Ceyhun Sezgin vd., 2020; Bahar ve Yılmaz, 2021).

4.1.Etiket Kavramı

Etiket; herhangi bir ambalajlanmış ürünün tüketiciye tanıtılması amacıyla ambalaj üzerinde bulunan ve ürün hakkında ayrıntılı bilgilere, açıklamalara yer veren yazı, sembol, grafik vb. olarak tanımlanmaktadır (Seçkin, 2019; Oğur, 2020; Çinpolat, 2006). Etiketle firma adı, kalite belgesi bilgileri, ürün adı, menşei, içeriği, fiyatı, kullanım süresi gibi bilgiler bulunmaktadır. Bu bilgi ve işaretlerin bir kısmı ürünün tanıtımını sağlarken bir kısmı da ürün satışını desteklemektedir (Çinpolat, 2006; Oğur, 2020). Bu nedenle etikette bulunan ürünün isminin, markasının, etikette kullanılacak renklerin, ürün hakkındaki bilgilerin yer alacağı alan doğru belirlenmeli, ürün bilgileri uygun şekilde konumlandırılmalıdır. Bunlara ilaveten kullanılacak olan tehlike

ve uyarı işaretleri ile yazıları doğru yerlerde ve kolaylıkla anlaşılabilir şekilde olmalıdır (Coşkun ve Kayışoğlu, 2018b). Ayrıca ürünler ve firmalar arasında her geçen gün artan rekabette etiketler; ürünlerin kaliteleriyle ilgili güvence vererek tüketicilerin ürünleri değerlendirmelerine ve böylece ürün hakkında edindikleri ayrıntılı bilgi sayesinde ürünü satın almaya kolay karar verebilmelerine yardımcı olmaktadır (Shipman ve Saygı, 2020). Bu nedenle de pek çok ülkede gıda etiketine yönelik düzenlemeler yapılmakta ve tüketiciler bilinçlenerek etiketli ürünlere yönelmektedirler. Etiketler; tüketicilerin ürünleri satın almaya yönelik düşüncelerini ya da davranışlarını değiştirebilmelerinden tüketicilerin etiket okuma alışkanlıklarını daha aktif hale getirmeleri gerekmektedir (Uyar vd., 2017; Gültekin, 2019).

4.1.1. Gıda Etiketi

İnsan yaşamının devam ettirilebilmesi için önemli bir unsur olarak gıda maddelerinin yeterli ve dengeli olmasına ek olarak gıda güvenirliliği kavramı dikkat çeken diğer bir unsurdur. Gıdadaki teknolojik gelişmeler, gıda çeşitlerinde artış, gıdalardaki kompleks yapı, çevre kirliliği, tüketim alışkanlıklarının değişmesi, tüketicilerin eğitim durumu ve gelir düzeyinin düşüklüğü, gıda üretim yerlerinin fiziki alt yapısının yetersizliği, mevzuattaki eksiklikler, denetimdeki uygulama hataları, nüfus artışı vb. gıda güvenirliliği kavramını önemli bir noktaya getirmiştir (Uyar vd., 2017; Beykaya, 2020).

Son zamanlarda küçük restoranlarda, kafeteryalarda, evlerde ya da otellerde gıdaların hazırlanma, işlenme, pişirilme, depolanma koşullarındaki prosedürlere gerektiği şekilde uyulmaması; gıda kaynaklı hastalıkların ve salgınların ortaya çıkmasına neden olarak tüm dünya ülkelerinde gıda güvenliğinin önemini gözler önüne sermiştir (Beykaya 2020: 262; İstanbullulugil ve Gürbüz, 2019). 2019'da WHO'ya (Dünya Sağlık Örgütü) göre, dünyadaki her 10 kişinin 1'i bakteri, virüs, parazit veya kimyasal maddelerle kontamine olmuş besinlerden dolayı hastalanmış ve yaklaşık olarak 420.000 kişi hayatını kaybetmiştir. Ayrıca ülke ekonomileri, kontamine gıdalar nedeniyle 95 milyar dolarlık zarara uğrayarak bu durumdan olumsuz etkilenmiştir (İstanbullulugil ve Gürbüz, 2019).

Besin, besin öğeleri, kalori hesaplama, gıda etiketi okuyabilme, besinlerle ilgili materyalleri değerlendirme ve okuma, analiz etme ve matematiksel işlem yapmak için istek, bilgi, beceri, tutum, karar alma ve davranış geliştirme

gibi bileşenler; hastalıkları önlemek amacıyla kişilerin gıda güvenliği konusunda gereksinim duydukları unsurlar olup (Ünal 2018: 1) kamu otoritesinin, tüketici sağlığı ve çıkarları doğrultusunda, bu bilgileri halka açıklaması beklenmektedir (Beykaya, 2020: 262). Bu nedenle tüketicileri ürünlerle ilgili olarak bilgilendiren, tüketicilerin bilinçli seçim yapmalarını sağlayan ve tüketicileri yanlış bilgi edinmekten koruyan, ülkeden ülkeye değişebilen yasal gerekliliklere göre oluşturulan gıda etiketleri; gıda güvenliğinin önemli bileşenlerindendir (Yalçınkaya, 2020; Kasan Özdemir, 2013).

Gıdanın tanınması, korunması, hazırlanması ve tüketimi ile ilgili bilgi veren ve sağlıklı beslenmeyi teşvik eden gıda etiketleri; her türlü yazılı veya basılı bilgi, damga, marka, resim ve işaretlerdir (Ceyhun Sezgin vd., 2020; Gökçen ve Seylam Küşümler, 2021).

Gıda etiketleri¹; ürün miktarı (örneğin; laboratuvar analizi ile saptanmış protein, yağ, vitamin, mineral gibi besin öğelerinin miktarı), içeriği, özellikleri, kullanım şartları, muhafaza şartları, üretim ve son kullanım tarihi, menşei, üretim yöntemi gibi bilgiler içermektedir (Kasan Özdemir, 2013; Coşkun ve Kayışoğlu 2018a; 2018b). Bu bilgilere göre gıdalarda etiketleme beş şekilde yapılmaktadır:

- Tanıtıcı Etiketleme: Gıda adı, üretici firma, gıdanın miktarı ve bileşimi gibi temel bilgileri içeren etiketleme şeklidir. Bu bilgiler, etiket üzerinde bulundurulması zorunlu bilgiler grubundadır.
- Uyarıcı Etiketleme: Gıdalardaki katkı maddelerini, son kullanma tarihlerini içeren etiketleme şeklidir. Kontamine edici maddeler ve radyoaktif maddeler bu etiketleme şeklinde yer almaktadır.
- Öğretici Etiketleme: Gıdaların kullanımı, saklama koşulları ve ürünün besin değerini içeren bilgilerin yer aldığı etiketleme şeklidir.
- Eko Etiketleme: Ürünün, çevre temizliği ve ekolojik denge açısından benzer ürünlerden ayrıldığı etiketleme şeklidir.
- Elektronik Raf Etiketleme: Gıdanın adının, fiyatının bulunduğu, ayrıca üretim tarihinin, maliyetinin, miktarının vb. bilgilerin de bulunabileceği elektronik bir etiketleme şeklidir (Seçkin, 2019: 14).

¹ Gıda etiketlerinin bir parçası olan besin etiketleri bazı ülkelerde besin değeri paneli olarak da bilinmektedir (Yalçınkaya, 2020: 54).

Gıda etiketlerinin birçok amacı olup bu amaçlar üretici ve tüketici bakımından değişiklik göstermektedir. Gıda etiketlerinin üretici bakımından amaçları:

- Ürünün ulusal ve uluslararası ortamlarda ticari açıdan rekabet edebilmesini sağlamak,
- Uluslararası ticaret standartlarına uyum sağlama zorunluluğunda bulunmak,
- Gıda sanayisine olan güveni arttırmak,
- Gıda sanayisini besin değeri yüksek olan ürünleri üretmeye teşvik etmektir (Gültekin 2019: 11).

Gıda etiketlerinin tüketici bakımından amaçları:

- Tüketicinin alacağı ürünle ilgili doğru bilgileri bilmesini sağlamak,
- Bir ürünün porsiyon, kalori ve besin değerlerini tüketiciye bildirmek,
- Tüketicinin bilinçli bir şekilde beslenmesine yardımcı olmak,
- Tüketicilerin yeterli ve dengeli beslenebilmeleri için gereksinimlerine göre gıda satın alırken sağlıklı ve besleyicilik değeri yüksek olanı seçmelerini sağlamak,
- Tüketicilerin güvenilir, kaliteli ve doğru gıdaları seçmelerini sağlamak,
- Çölyak, diyabet, hipertansiyon, besin alerjileri gibi özelliklere sahip ve özel diyet uygulanan hassas tüketicileri korumak,
- Sağlıklı gıda ve beslenme anlayışının toplumsal olarak yerleşmesini sağlamaktır (Güneş vd., 2014; Coşkun ve Kayışoğlu, 2016; Coşkun ve Kayışoğlu, 2018b; Seçkin, 2019; Kızgın ve Tuncer, 2020; Gültekin, 2019; Gökçen ve Seylam Küşümler, 2021).

Ayrıca gıda etiketleri; ürünleri sağlıklı, sağlıksız olarak gruplandırmalarını kolaylaştırarak tüketicilerin günlük besin planlarını akılcıca yapmalarına ve üretici ile tüketici arasındaki sağlık bilgisi farkını kapatıp özel diyeti bulunan tüketicilerin besin tercihlerini doğru bir şekilde yapmalarına yardımcı olmaktadır (Ceyhun Sezgin vd., 2020; Kaleli, 2014). Bireyler, yemeleri veya yememeleri gereken besinlerin bilgilerini diyetisyenlerden ya da besin etiketlerinden sağlamaktadır (Kılıç, 2021). Tüketiciler; gıda etiketlerini güvenilir bir bilgi kaynağı olarak gördüklerinden bu etiketleri kendilerine rehber edinmektedir (Ceyhun Sezgin vd., 2020).

Tüketiciler, temel gıdalar hakkında genel bilgilere sahipken işlenmiş, paketlenmiş, kompleks ve yeni gıdalar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarından işlem görmüş ya da formüle edilmiş gıda maddelerinin sayısının artması nedeniyle satın alma aşamasında ürünlerin besin değerlerini anlamada zorluk yaşamaktadır (Kılıç, 2021). Ürünün fiyatı ve besin değeri ürün seçimindeki en önemli kriterdir (Uğur, 2019). Tüketiciler; gıdaları satın alırken sağlık, vücut ağırlığı, besinin sindirimi, performans, maliyet, harcanan zaman, aile, arkadaş ilişkileri, din, çevre, kalite gibi etkenlere de dikkat etmektedir (Uğur, 2019). Tüketicilerin kendine uygun ürünü seçebilmesi için gıda etiketlerinin açık ve kolay anlaşılır şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Besin etiketlerinin okunup anlaşılabilmesi, okuryazarlık seviyesinin yüksek olmasına bağlıdır. Bilhassa sağlık sorunları bulunan ve özel diyeti bulunan tüketicilerin okuryazarlık seviyesinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Gıda okuryazarlığı yeterli olmayan kişiler için renkler veya semboller kullanılmaktadır. Örneğin; sağlıklı besinler yeşil renkle, sağlıklı besinler ise kırmızı renkle gösterilmektedir (Uğur, 2019; Ceyhun Sezgin vd., 2020). Okuryazarlık seviyesi yüksek olan özel diyet uygulayan tüketicilerin; alışveriş yaparken gıda etiketlerini daha fazla kullandıkları bilinmektedir (Kasan Özdemir, 2013).

Özel diyet besinleri dışında pek çok ülkede gıda etiketi uygulaması zorunlu olmayıp günümüzde yeterli ve dengeli beslenebilmek için gıda etiketine ihtiyaç duyulmaktadır (Kaleli, 2014). Fakat etiketlerdeki bilgilerin yetersizliği, karmaşıklığı, anlaşılabilmesi, tüketicilerin etiket okuma alışkanlığına sahip olmaması ya da düşük seviyede etiket okuryazarlığına sahip olmaları gibi nedenlerle etiketten beklenen yarar sağlanamamakta bundan dolayı da tüketicilerde etiket okuma alışkanlık ve becerilerinin geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Kızgın ve Tuncer, 2020).

Diyet ürünlerinde gıda hakkında bilgi vermek amacıyla etiket kullanımı ilk defa 1940 yılında Amerika’da başlamış; Dünya Sağlık Örgütü (WHO) ile Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü’nün (FAO) 1973 yılında yapmış oldukları toplantıda tüketicilerin daha bilinçli olması amacıyla eğitilmesi gerektiğinden bahsedilmiştir. Bu konudaki ilk kodeks ise 1985 yılında oluşturulmuştur (Kızgın ve Tuncer, 2020). 1993 yılında Amerika’da çıkan “Besleyicilik, Etiketleme ve Eğitim” yasasıyla ürün adı, içindekiler, miktarı, raf ömrü, özel saklama ve kullanım koşulları, firma adı ve adresi, menşei, kullanım bil-

gisi ve alkol oranının %1,2'den fazla olması durumunda alkol oranı gibi bilgilerin zorunlu olduğu; besin değeri ile ilgili bilgilerin (enerji değeri, protein, karbonhidrat, yağ, vitamin ve mineral içerikleri) ise zorunlu olmadığı bildirilmiştir (Ceyhun Sezgin vd., 2020). Federal İlaç Kurumu (FDA) ise etiketlerde yağ, doymuş yağ, kolesterol, kalori, karbonhidrat, protein, vitamin ve ürünün porsiyon bilgilerinin bulunmasına ilişkin ayrıntılı bir yasa çıkarmıştır (Cebeci ve Güneş 2017: 262). Avrupa Birliği Gıda Mevzuatı 96/21/EC sayılı Konsey Direktifi'ne göre; tatlandırıcı bulunan gıda ürünlerinin etiketlerinde *"tatlandırıcı ile"*, hem tatlandırıcı hem şeker bulunanlarda *"şeker ve tatlandırıcı ile"*, aspartam bulunanlarda *"fenilalanin kaynağı içerir"*, %10'un üzerinde poliol bulunanlarda *"fazla tüketilmesi halinde laksatif etki görülebilir"* ifadelerinin zorunlu bilgiler olduğu görülmektedir (Kasan Özdemir, 2013).

Tüketicilerin en üst seviyede bilgilendirilmesine ve korunmasına yardımcı olan Türk Gıda Kodeksi (TGK) Etiketleme Yönetmeliği'ne göre ise yönetmeliğin 3. bölümünde verilen; *"gıdanın adı, net miktarı, bileşenler veya bileşen gruplarının miktarı, alerjiye veya intoleransa neden olan belirli madde veya ürünler, tavsiye edilen tüketim tarihi veya mikrobiyolojik açıdan kolay bozulabilen gıdalarda son tüketim tarihi, özel saklama koşulları, menşei ülke, kullanım bilgisi, gıdanın uygun şekilde tüketimi mümkün değilse gıdanın kullanım talimatı, gıda işletmecisinin adı veya ticari unvanı ve adresi, işletme kayıt numarası veya tanımlama işareti, hacmen %1,2'den fazla alkol içeren içeceklerde gerçek alkol miktarı"* gibi bilgiler gıda etiketinde mutlaka yer alması gereken zorunlu bilgilerdir (Kasan Özdemir, 2013; Kaleli, 2014; Kızgın ve Tuncer, 2020;; Ceyhun Sezgin vd., 2020; Gökçen ve Seylam Küşümler, 2021).

Türkiye'de ise etiketleme ile ilgili mevzuatlar öncelikle 29.12.2011 tarihli, 28157 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan ve 2011 yılında düzenlenen TGK Etiketleme Yönetmeliği ile sonra 2017 yılında yayınlanan 29960 sayılı Resmi Gazetede değişiklikle; 5996 sayılı Kanun'un 23 ve 24'üncü maddelerini temel alarak ve buna ek olarak Avrupa Birliği'nin gıda etiketleme ile ilgili bir takım mevzuatlarına uygun bir şekilde hazırlanarak son halini almıştır (Gültekin, 2019; Ceyhun Sezgin vd., 2020). Tüketicilere ve toplu tüketim yapılan yerlere sunulan gıdaların genel ve özel etiketleme kuralları, beslenme açısından etiket kuralları, tanıtımları ve reklamları ile ilgili belirli kuralları, gıdaların beslenme ve sağlık beyanlarıyla ilgili kuralları belirlemek TGK yönetmeliğinin amaçlarındandır (Kasan Özdemir, 2013).

4.1.2. Menü Etiketleri

Paketli ürünler dışında tüketilen yiyecek ve içeceklerin tüketicilerin sağlıklarını olumsuz etkilememesi amacıyla toplu beslenme yapılan yerlerde menü etiketlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Gıda etiketleri gibi menü etiketleri de; tüketicilerin dengeli beslenmelerinde olduğu gibi sağlık durumlarına özel diyetlerini oluşturmalarında sağlıklı besin seçimi yapabilmelerini sağlayarak obezite, alerji, gıda intoleransı gibi beslenmeye bağlı hastalıkların önlenmesi için tüketicilere bilgi verilmesini amaçlayan, enerji ve besin öğelerinin paylaşıldığı bir sağlık eğitimi aracı olarak tanımlanmaktadır (Gümüş, 2014; Çevik, 2019; Akay ve Yılmaz, 2020). Menü etiketleri; genellikle ev dışında hazır yemek verilen kantin, okul yemekhanesi, hastane gibi toplu beslenmenin sağlandığı yerler ile kafe, restoran gibi mekânlarda kullanılmaktadır (Gümüş, 2014; Akay ve Yılmaz, 2020).

Resmî Gazete’de 26 Ocak 2017 tarihinde 29960 sayılı Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicileri Bilgilendirme Yönetmeliği’nde yayınlanarak 1 Ocak 2020’de uygulanmaya başlanan düzenlemelere göre toplu beslenmelerin yapıldığı tüm tüketim yerlerinde üretimden tüketime kadar olan aşamalarda ve son üründe gıdalarda alerjik reaksiyon yaratacak maddelerin tüketicilere bildirilmesi zorunluluğu getirilmiştir (Akay ve Yılmaz, 2020).

Menü etiketi uygulamaları her ülkeye göre farklı olabilmektedir. ABD, Kanada, Avustralya’da menü etiketlerinde enerji veya besin öğelerinin gösterilmesi zorunlu tutulmaktayken; İngiltere, İrlanda, İspanya, Arjantin, Brezilya’da bu durumun isteğe bağlı olduğu görülmektedir (Çevik, 2019). Menü etiketleme politikası 2006’da New York Sağlık Kurulu tarafından fast food ve zincir restoranlarda ilk kez uygulanırken California’da da eyalet bazında etiketleme yasası 2008’de ilk kez uygulamaya konulmuştur. 2015’te Kanada’da “Sağlıklı Menü Seçimleri Yasası” kabul edilmiştir. Bu yasalarla birlikte menülerde enerji bilgisi, porsiyon ölçüsü, sodyum içerikleri gibi bilgiler yer almıştır (Çevik, 2019).

4.2. Etiket Okuma Farkındalığı ve Kronik Hastalıklar

Sağlıklı beslenme; mevcut sağlığın daha iyi duruma getirilmesi, hastalıkların önlenmesi, hasta olma olasılığının en aza indirilmesi ya da kalıtsal veya kronik hastalık durumunun stabil halde tutulması için gerekli olan beslenme şeklidir (Kılınç, 2021).

Gelişmiş ülkelerde kendilerinin ve aile bireylerinin sağlığını düşünen ve sağlıklı beslenmek isteyen tüketiciler; beslenme konusunda bilinçlenmekte, gıda seçimlerinde sağlık durumlarını tehlikeye atmayacak şekilde özenli davranmakta ve sağlıklı beslenme alışkanlığı edinerek hem kendilerinde hem de aile bireylerinde beslenmeden kaynaklanan hastalık seyri ile ilişkili riskleri en aza indirebilmektedir (Mercan, 2019; Kılınç, 2021).

Bireylerin gıda seçimlerini etkileyen fizyolojik ihtiyaçlar, alışkanlıklar, demografik özellikler, psikolojik faktörler, kültürel faktörler, ekonomik koşullar, hastalıklar, beslenme bilgisi gibi etkenler mevcuttur (Kılınç, 2021). Bunun yanında ürünlerin lezzeti, taze, sağlıklı, doğal, besleyici, doyurucu, kaliteli olması gibi özellikler ile fiyat, marka, reklamlar da bireylerin tüketim tercihlerinde etkilidir. Besin satın alırken bireylerin *“fiyat, içindekiler, net miktar, üretim ve son kullanma tarihi, raf ömrü, üretici/firma adı, sağlık bilgisi, kullanım şekli, menşei, katkı maddelerinin adı ve miktarı, besin değerleri, saklama koşulları, marka, kalite standartları, marka deneyimi vb.”* bilgilere baktıkları ve bu bilgilerin etiket bilgisi olarak yazılmasını istedikleri bildirilmektedir (Mercan 2019: 27, 28; İstanbullugil ve Gürbüz, 2019; Çalık vd., 2020; Ongan vd., 2021). Ürün çeşitleri arttıkça bireylerin tüketim tercihlerinde etkilendikleri etkenlerin/unsurların sayısı da artmaktadır (Mercan, 2019).

Tüketim tercihleri esnasında kullanılan gıda etiketleri; bireylerin ürünleri sağlıklı/sağlıksız olarak gruplandırmalarına, özel diyeti bulunan bireylerin günlük besin planlarını yaparken doğru besinleri tercih etmelerine ve üretici ile tüketici bireyler arasındaki sağlık bilgisi farkını kapatmaya yardımcı olmaktadır (Ceyhun Sezgin vd., 2020; Kaleli, 2014). Tüketiciler (özellikle bazı besin maddelerini tüketemeyenler); alacakları ürünün *“sağlıklı, güvenli, hijyenik ve kaliteli”* olduğunu anlamak, besin değeri bilgilerini ve ürün içeriğini öğrenmek gibi farklı nedenlerden dolayı etiketleri okumaktadır (Mercan, 2019). Sadece besin değeri ve içeriğini bilmek yeterli olmamakta, bu bağlamda ürünün paketi üzerinde yazılı olan bilgilerin kontrol edilmesi, gözden geçirilerek incelenmesi anlamına gelen gıda etiketi okuma tek başına yeterli gelmemekte; bunun yanında bireylerin, besinlerin tercih edilmesinden hazırlanmasına ve pişirilmesine kadar olan temel beslenme bilgi ve tekniklerini kullanabilmek/uygulayabilmek anlamına gelen iyi bir beslenme okuryazarı olması da gerekmektedir. İlk olarak 1990 yılında Jeanne Jones tarafından sağlıklı beslenme şeklini takip etme kabiliyeti (Meriç 2020: 4) olarak tanımlanan beslenme okuryazarlığı daha sonra Aktaş ve Özdoğan (2016) tarafından gıda

okuryazarlığı ile birleştirilerek *“gıda ve beslenme ile ilgili bilgilere ulaşma, çözümleme, değerlendirme, kararları doğru uygulayabilme; sağlıklı beslenmeyi geliştirme, sürdürme, uygun porsiyonda sağlıklı besin seçme ve tüketme, gıda sisteminin işleyişini değerlendirme ile gıda güvenliğinin sağlanması için gerekli olan istek, bilgi, beceri, tutum, davranış ve yeteneklerin bileşimidir”* şeklinde tanımlanmıştır (Kılıç, 2021).

Beslenme okuryazarlığına sahip bireyler gıda içeriklerini daha iyi anlayıp gıda kaynaklı olumsuzluklardan kaçınabiliyor ve bilinçli gıda tercihleri ile porsiyon miktar ayarlamasını doğru yapabiliyorken; beslenme okuryazarlığına sahip olmayan ya da düşük seviyede beslenme okuryazarlığına sahip olan bireyler bunları doğru yapamamaktadır (Er Döngel, 2020; Kızgın ve Tuncer, 2020). Toplumdaki bireyler sosyal çevreleri, kitle iletişim araçları ve ilerleyen teknoloji sayesinde beslenme ve etiket okuma konusunda genel bilgileri edinebiliyorken, sahip oldukları bu bilgiler bazı durumlarda yanlış olabilmekte ya da yetersiz kalabilmektedir (Pak, 2020). Beslenme bilgisi eksikliği nedeniyle sağlıklı olmayan seçimlerin yapılması sonucu bireylerin yetersiz veya aşırı beslenmesi durumlarında pek çok sağlık problemi görülebilmektedir. Görülen bu sağlık problemlerinin başında ise gıda tercihlerini etkileyen en önemli etken olan ve tüm ölümlerin %60'ına neden olduğu bilinen kalıtsal/kronik rahatsızlıklar gelmektedir (Kozan, 2019; Pourmoradian vd., 2020). Bu nedenle de özellikle kalıtsal/kronik hastalığı olan bireylerin ve ailelilerinin kendileri için uygun besinleri seçebilmeleri adına, bilhassa sağlıklı bireylere göre, daha fazla besin etiketi okuma alışkanlığına sahip olmaları gerekmektedir. Beslenme alışkanlıklarının değişmesi, vücut kitle indeksinin artması, vücuttaki yağ oranının artması gibi çeşitli nedenlere bağlı olarak obezite, kardiyovasküler hastalıklar, hipertansiyon, diyabet, çölyak, alerji, kanser vb. kronik hastalıkların prevalansının son zamanlarda tüm dünyada arttığı görülmektedir (Ünal, 2018; Kozan, 2019). Bu prevalans artışıyla birlikte ölüm oranlarının artması, tedavi maliyetlerinin yükselmesi, dışarıda beslenmenin artması, besin çeşitlerinin artması, işlenmiş gıdaların artması gibi nedenlerden dolayı bireylerin besin tercihleri ile ilgili kararları doğru şekilde alabilmeleri için bir ihtiyaç haline gelen beslenme okuryazarlığı oldukça önemli hale gelmiştir (Ünal, 2018).

Kronik hastalık prevalansının azaltılması, kilo kontrolü, yeterli ve dengeli beslenme gibi diyetlerle yapılan tedavilerde rol alan beslenme okuryazarlığı ve kişilerin besin etiketi okumayı alışkanlık haline getirmesi ile ilgili

Türkiye’de ve Avrupa’da yapılmış birçok araştırma bulunmaktadır. Bu çalışmalara göre kronik hastalığa sahip olan bireylerin %26-35 oranlarında her zaman, %25-30 oranlarında sıklıkla, %30-38 oranlarında bazen, %6-7 oranlarında nadir olarak etiket bilgisi okuduğu; %2 oranında hiç okumadığı belirtilmektedir (Mercan, 2019; Ongan vd., 2021). İlaveten bireylerin çoğunun üretim-son kullanma tarihi ve raf ömrü bilgilerini “her zaman” okurken besin değerleri kısmını ise “bazen” okudukları; etiketlerde bulunan besin değerlerinin okunma oranlarının düşük seviyede olduğu belirtilmiş (Cebeci ve Güneş, 2017; Mercan, 2019) ve yaklaşık %72 oranında ise bireylerin etiketler üzerindeki ‘enerji ve besin öğeleri’ tablolarına hiç bakmadıkları ortaya çıkmıştır (Çalık vd., 2020). En çok okunan besin değerleri olarak; enerji, protein, karbonhidrat, toplam yağ, kolesterol, sodyum, vitamin, lif oranları verilmektedir (Gültekin, 2019; Mercan, 2019; Çalık, 2020; Yavuz, 2020). Bireylerin besin etiketi okumalarının sonucu olarak bilinçli besin tercihlerinin %17,9 oranında arttığı, vücuda alınan enerjinin ise %3,5 oranında azaldığı bildirilmiştir (Çalık vd., 2020). Ayrıca kronik hastalığa sahip olan bireylerin besin etiketlerini sağlıklı bireylere göre daha sık, daha detaylı ve daha dikkatli okuduğu; diyabetli hastaların ve obez kişilerin ise etiket okuma alışkanlığının sağlıklı bireylerinkine göre daha az olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Yani diyabet, hipertansiyon ve hiperlipidemi hastalarının beslenmelerine dikkat etmedikleri ve düşük seviyede etiket okuma alışkanlığına sahip oldukları görülmekte (Rodrigues vd., 2019); bunun sonucu olarak da hastalık gelişmektedir. Halbuki besin etiketi kullanımı beslenme kaynaklı kronik hastalık riskini azaltmakta; besin etiketi kullanan bireyler okumayanlara kıyasla düzenli diyet uygulamakta ve hastalıklarını kontrol altında tutabilmektedir (Çalık vd., 2020). Besin etiketi kullanımı, sağlıksız gıda satın alınmasını da azaltmaktadır (Zhang vd., 2020). Amerika Birleşik Devletleri Ulusal Sağlık ve Beslenme Anketi (NHANES) sonuçları, bu verileri destekler niteliktedir (Çalık vd., 2020; Zhang 2020).

Özellikle kronik hastalığı olan bireylerin besin tercihlerinde; besinin sağlığa uygunluğu, besleyici özelliği, taze olması dikkat edilen unsurlar (Ongan vd., 2021: 220) olup bu bireyler bir ürünle ilk kez karşılaştığında veya iki ürün arasında tercih yapmak zorunda kaldıklarında etiket okumaya daha fazla özen göstermektedirler. Örneğin; diyabetli bireylerin dışarıdan aldıkları ürünlerde şeker ve tatlandırıcı içeriğine, çölyak hastası olan bireylerin gluten içeriğine (Seçkin, 2019), kardiyovasküler hastalığı olanların suda eriyebilen

posa içeriğine, kanser hastalarının şeker ve yağ oranına, FKÜ'lü bireylerin de protein içeriğine bakmaları gerekmektedir. Oysa etiket okumayan veya etiket okuma alışkanlığı yetersiz olan bireylerin şekerli veya iştah kabartıcı besinleri, kızarmış yiyecekleri, kırmızı eti, işlenmiş gıdaları, asitli ve şekerli içecekleri tercih ettiği görülürken; yeterli etiket okuma alışkanlığına sahip bireylerin ise sebze, zeytinyağı, fındık gibi Akdeniz diyetine uygun besinlere ağırlık verdikleri görülmektedir (Kılıç, 2021; Mercan, 2019). KNHANES (Kore Ulusal Sağlık ve Beslenme İnceleme Anketi) (2013) verilerine göre; etiket okuyanlarda metabolik sendrom oluşma olasılığının daha az görüldüğü (Pourmordian vd., 2020); diyabet hastalığına bağlı olarak gelişen böbrek hasarının ise etiket okuma alışkanlığı ile ilişkili olduğu belirlenmiştir (Çalık vd., 2020).

Bireylerin okuryazarlık düzeyleri; onların besin tercihlerini, besin etiketlerini anlama ve yorumlama yeteneklerini, güvenli gıdaya ulaşma ve diyetlerine uygun beslenmelerini belirlemektedir. Bireylerin yaş ortalamalarının ve eğitim seviyelerinin ise okuryazarlık seviyesindeki farklılıklara sebep olduğu bilinmektedir (Yavuz, 2020). Beslenme okuryazarlığına sahip bireylerin üst düzey eğitim seviyesinde oldukları (Monteiro vd., 2020), yaş ile birlikte etiket okuma oranının doğru orantılı olarak arttığı ve bilinçaltında biriken bilgilerin de etiket okuma ile karar verme sürecine etki ettiği belirtilmektedir (Kızgın ve Tuncer, 2020). Çocuk, adölesan, yaşlı hatta obez bireylerin ise düşük etiket okuma alışkanlığına sahip oldukları ortaya çıkmıştır (Uğur 2019: 45). Ayrıca kronik hasta olan erişkin bireylerin etiket okuma alışkanlıklarının belirlenmesi üzerine yapılan çalışmada kadınların erkeklere oranla daha çok etiket okuma oranına sahip olduğu belirtilmiştir (Cowburn ve Stockley, 2004; Kızgın ve Tuncer, 2020). Görüldüğü gibi bireylerin okuryazarlık seviyelerinin; temel eğitim özellikleri, kültürel özellikler, ekonomik seviye, yaş, cinsiyet, etnik köken, hayat şartları ve çalışma şartları ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Monteiro, 2021). Ayrıca etiket okuma alışkanlığının ülkelere göre farklılık gösterdiği belirtilmiş; en fazla %65 oranla İrlanda ilk sırada yer alırken, Türkiye'de yapılan çalışmada bu oran %72 olarak bulunmuştur (Mercan, 2019).

Bireylerin gıda etiketi okumaları; etiketlerdeki yazı karakteri, yazı boyutu, kullanılan dil, verilen bilginin okunmasının çok zaman alması, ürün hakkındaki düşünceleri, gıdalara karşı tutum/davranışları, ailede gıdaya bağlı hastalığın olması, çocuklar için gıda alımı, formda kalma, yeni çıkan ürünler gibi pek çok faktörden fazlasıyla etkilenmektedir (Mercan, 2019).

Gıda etiketlerinde; küçük boyutlu yazıların kullanılması, yazıların çabuk silinmesi, ürün içerik bilgilerinin yetersizliği, katkı maddelerinin yazılmaması, ithal edilmiş ürün ambalajlarında çevirinin orijinal olmayışı, ambalajların taklitlerinin kullanılması, kullanılış açıklamalarının yazılmaması veya anlaşılır olmaması, saklama koşullarının yazılmaması, üretim ve tüketim tarihlerinin yazılmaması, anlaşılır olmayan şekiller kullanılması, yazı rengi sebebiyle okuma güçlüğü çekilmesi, üreten firmanın adının ve adresinin açıkça yazılmaması, okumanın çok zaman alması gibi sebepler tüketicilerde memnuniyetsizliğe yol açmaktadır (Mercan, 2019). Etiket bilgileri özellikle hasta, hamile, yaşlı veya besin alerjisine sahip bireyler için mümkün olduğunca açık, yalın, standart ve anlaşılır olmalıdır. Bilgi verirken aşırıya kaçılması, tüketicilerde kafa karışıklığına sebep olabilmektedir (Mercan, 2019). Bir çalışma; bireylerin marketlerden aldıkları ürünlerin etiket bilgilerine, ambalaj malzemesine, markalarına dikkat ettiğini, bunları ürün kalitesiyle bağdaştırdıklarını ve ürün etiketini karmaşık olarak algıladıklarında ise okumakta zorlandıklarını bildirmektedir (Mercan, 2019). Kronik hastalığı olan bireylerde etiket bilgilerini okumama nedenleri olarak; etiket bilgilerini anlamama, nasıl kullanacağını bilmeme, ürüne karşı fikrinin değişmemesi, satın alma kararında fiyatın etkili olduğu gibi sonuçlar bildirilmiştir. Kısaca etiketteki bilgilerin etiket okumayan kronik hastaların satın alma tutum ve davranışlarını etkilemediği belirtilmiştir (Çalık vd., 2020).

Bazı araştırmalarda etiketli gıdaların etiketli olmayanlara göre daha sağlıklı olarak düşünüldüğü görülmektedir. Bireyler aldıkları ürünlerin etiketlerine bakarak kendilerine/diyetlerine uygun besin maddelerini seçmekte ve bu maddelerin alımını artırmakta veya azaltmaktadır (Zhang, 2020). Çölyak hastalığı bulunan bireylerle yapılan bir çalışmada; bireylerin ambalajsız ürünlerde; çapraz kontaminasyona bağlı hijyen problemi olması, bu ürünlerin diyetlerini bozabileceği düşüncesine sahip olmaları ve ürün içeriği hakkındaki bilgi eksikliğinden dolayı ürünlerin sağlıklı olup olmadığı konusunda kararsızlık gösterdikleri ve ambalajsız ürünleri satın almadıkları bildirilmiştir (Kılınç, 2021). Yaklaşık %92 oranında bireyin ürün ambalajında “sağlığa yararlı” yazısının bulunup bulunmadığına önem verdikleri bildirilmiştir (Mercan, 2019).

Bireyler, doğal ve organik kavramlarını sıklıkla “sağlıklı” kavramıyla karıştırmaktadır. TKG’ye göre; sentetik bileşik içermeyen besinlere “doğal” denirken Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın kurallarına göre üretilen

besinlere ise “organik” denilmektedir. Sağlık bilincindeki artış, organik gıdalara güven duyma, gıdaların besleyici özelliklerine ilgi duyma gibi nedenlerden dolayı bireyler organik gıdaları tercih etmektedirler. Fakat fiyatların yüksekliği ve her yerde bulunmuyor oluşu organik ürün alımını kısıtlamaktadır. Temmuz 2010’da organik ürünler için Avrupa Birliği tarafından geliştirilen logonun kullanılması mecburi kılınmış ve tüketicilerce beğenilerek kolayca benimsenmiştir (Mercan, 2019).

Bireylerin ürün tercihleri ile ilgili düşüncesinin değişmesinde etiketlerdeki bilgiler kadar görsellerin de önemli olduğu yapılan trafik lambası renklendirmesi çalışmasında gösterilmiştir. Yapılan çalışmada ürünlerin etiketlerinin yeşil (sağlıklı), sarı (daha az sağlıklı), kırmızı (sağlıksız) olarak renklendirilmesinin bireylerin düşüncelerini etkilediği, sağlıklı beslenme ile etiket kullanımı arasında tutarlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Mercan, 2019; Uğur, 2019).

Sağlıksız beslenmenin sonuçlarından biri olarak karşımıza çıkan kronik hastalıklar; ölümlere de neden olmakta ve önemli bir halk sağlığı problemi olarak karşımıza çıkmaktadır (Kozan, 2019). Kasan Özdemir’in (2013) kronik hastalıklarla ilgili yapmış olduğu anket çalışmasında; kronik hastalıklara sahip olup özel diyetle beslenen bireylerin oranlarının TÜİK’in verileriyle uyumlu olduğu belirtilmiştir (Kasan Özdemir, 2013). Yapılan çalışmalardan da anlaşıldığı üzere etiket okuma alışkanlığının kazanılması sonucunda bireylerde sağlıklı besinleri tanıma ve seçme yetisi gelişmekte, beslenme bilgisi artmakta, yanlış beslenme kaynaklı kronik hastalıkların oluşumunun engellenebileceği sonucu ortaya çıkmaktadır (Gültekin, 2019; Ongan vd., 2021). Gıda ve İlaç Yönetimi’nin (FDA) yapmış olduğu düzenlemeye göre; besin etiketlerinde yapılan değişiklikler sayesinde kalp damar hastalıkları, kanser, hipertansiyon, besin alerjileri, kemik erimesi ve obezite gibi pek çok hastalıktan korunulabileceği belirtilmiştir (Özgen, 2007).

Kronik hastalıkları azaltmak için etiket okuma alışkanlığının çocukluktan itibaren geliştirilmesi, ileride bilinçli ve sağlıklı bir toplum oluşturulmasını sağlayacaktır. Bu nedenle besin etiketlemenin doğru yapılması ve verilen eğitimlerle etiket bilgilerinin doğru bir şekilde okunması; kronik hastalığa sahip olan bireylerin daha sağlıklı seçimler yapmasını sağlayarak hastalık prevalansının azalmasına yardımcı olacaktır (Çalık vd., 2020). Beslenme okuryazarlığının artması sonucunda sağlıklı beslenme bir yaşam biçimine dönüştürülürse yaşam kalitesi artar ve dolayısıyla toplum sağlığı da korunmuş olur (Kılıç, 2021).

5. SONUÇ

Kitabın bu bölümünde, gıda okuryazarlığının adil gıda sistemleriyle nasıl ilişkili olduğunu, bireylerin güvenli, sağlıklı ve kültürel olarak uygun gıdaya erişiminde bilgi ve farkındalığın (bilincin) belirleyici rolü olan etiket okuma alışkanlığı kavramı açıklanarak, hastalıklarda etiket okuma bilincinin önemi vurgulanmıştır. Sonuç olarak, adil gıda sistemlerinin güçlendirilmesi, bireylerin gıda okuryazarlığı düzeylerinin artırılması ve gıda etiketlerinin doğru okunmasına yönelik farkındalığın yaygınlaştırılması, yalnızca toplumsal sağlık düzeyini yükseltmekle kalmayacak; hasta bireylerin tedavi süreçlerinde destekleyici bir unsur olarak da işlev görecektir. Bu hedefe yönelik çok disiplinli, kapsayıcı ve sürdürülebilir eğitim politikaları, sağlık hizmetleri ve kamu bilgilendirme stratejileri geliştirilmesi gereklidir.

KAYNAKÇA

- Akay, E., & Yılmaz, İ. (2020). Yeni etiketleme yönetmeliğine göre alerjen gıdalar ve sağlık etkileri. *IGUSABDER*, 12, 443-459.
- Alkon, A., & Agyeman, J. (2011). *Cultivating food justice: Race, class, and sustainability*. MIT Press.
- Alkon, A.H., & Mares, T.M. (2012). Food sovereignty in US food movements: Radical visions and neoliberal constraints. *Agriculture and Human Values*, 29(3), 347-359.
- Bahar, M., & Yılmaz, M. (2021). Gıda okuryazarlığı: Bileşenlerin tespiti ve tanımlanması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(1).
- Beykaya, M. (2020). Türkiye'de gıda endüstrisinde gıda güvenliği ve denetimlerin rolü: Iğdır ili örneği. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 260-270.
- Block, L.G., Grier, S.A., Childers, T.L., et al., (2011). From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food well-being. *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 5-13.
- Cadieux, K.V., & Slocum, R. (2015). What does it mean to do food justice? *Journal of Political Ecology*, 22, 1-26.
- Cebeci, A., & Güneş, F.E. (2017). Türkiye ve Avrupa'daki tüketicilerin gıda etiketi okuma tutumlarını etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(4), 261-267.
- Ceyhun Sezgin, A., Ayyıldız, S., & Durmaz N.E. (2020). Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin gıda etiketlerini okuma düzeyleri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(16), 2528-9535.
- Coşkun, F., & Kayışoğlu, S. (2018a). Besin etiketi okuma alışkanlıklarına ve etiket okumanın satın alma tercihlerine cinsiyetin etkisi: Tekirdağ ili örneği. *Akademik Gıda*, 16(4), 422-430.
- Coşkun, F., & Kayışoğlu, S. (2018b). Eğitim düzeyinin besin etiketi okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. *Journal of Human Sciences*, 15(1), 486-498.
- Cowburn, G., & Stockley, L. (2004). Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review" *Public Health Nutrition*, 8(1), 21-28.
- Cullen, T., Hatch, J., Martin, W., Higgins, J.W., & Sheppard, R. (2015). Food literacy: definition and framework for action. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 76(3), 140-145.
- Çalık, G., Kaner Tohtak, G., & Yalçın T. (2020). Tip 2 diyabetli bireylerin besin etiketi okuma alışkanlıkları ve etiket okuma alışkanlıklarının besin satın alma davranışları üzerine etkisinin incelenmesi. *İzmir Kâtip Çelebi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(3), 255-262.

- Çevik, E. (2019). *Üniversite öğrencilerinde menü etiketi algısının besin seçimi ve obezite üzerine etkisi* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çinpolat, C. (2006). *Tüketicilerin besin etiketleri üzerindeki bilgilere ilişkin tutum ve davranışlarının belirlenmesi*, (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Der, H., & Yılmaz, M. (2025). Fenilketonürlü bireylerin ve ailelerinin besin etiketi okuma farkındalığının değerlendirilmesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Ar. Der.*, 8(1), 175-108.
- Er Döngel, H. (2020). *Yetişkin bireylerin beslenme okuryazarlığı durumu ve yaşam kalitesi ilişkisinin belirlenmesi: Kütahya örneği*, (Yüksek lisans tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Glenna, L., Brandl, B., & Jones, R.A. (2011). Transforming sustainability education into civic engagement. *Agriculture and Human Values*, 28(3), 309-319.
- Gottlieb, R., & Joshi, A. (2010). *Food Justice*. MIT Press.
- Gökçen, M., & Seylam Küşümler, A. (2021). Yetişkinlerde gıda etiketi okuma bilgi düzeyi ile davranışa geçirme arasındaki ilişki. *Online Türk Sağlık Bil. Dergisi*, 6(1), 82-91.
- Guthman, J. (2011). *Weighing in: Obesity, food justice, and the limits of capitalism*. University of California Press.
- Gültekin, B. (2019). *Adölesanlarda sağlık algısının besin etiketi okuma alışkanlıkları üzerine etkisi*, (Yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Gümüş, D. (2014). *Zayıflama diyeti uygulayan bireylerin menü etiketleri ile ilgili algıları, öğün seçimlerindeki tutum ve davranışlarının incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Güneş, F.E., Aktaç, Ş., & Korkmaz, B.İ.O. (2014). Tüketicilerin gıda etiketlerine yönelik tutum ve davranışları. *Akademik Gıda*, 12(3), 30-37.
- Hayes C.R., & Carbone, E.T. (2015) Food Justice: What is it? Where has it been? Where is it going? *J Nutr Disorders Ther*, 5, 179.
- Holt-Giménez, E., & Wang, Y. (2011). Reform or transformation? The pivotal role of food justice in the U.S. food movement. *Development*, 54(1), 49-55.
- İstanbullugil, F.R., & Gürbüz, Ü. (2019). Üniversite öğrencilerinin gıda güvenliği bilinç düzeyinin belirlenmesi; Bişkek örneği. *Manas J. of Ag. Vet. and Life Sci*, 9(2) 85-90.
- Kasan Özdemir, D. (2013). *İstanbul ilinde tüketicilerin gıda etiketi konusunda bilgi düzeylerinin belirlenmesi*, (Yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kaleli, S. (2014). *Sağlıklı beslenme ve besin etiketi okuma eğitimlerinin ortaokul öğrencilerinin besin tercihlerine etkisinin değerlendirilmesi*, (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Koç, M., & Yücel, A. (2022). Türkiye’de gıda etiketi okuma alışkanlığı ve gıda güvenliği bilinci. *Gıda ve Sağlık Dergisi*, 8(2), 113-127.
- Kılınç, K. (2021). Kronik hasta bireyli ailelerin gıda tüketim davranışlarının incelenmesi: Çölyak hastalığı örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 823-838.
- Kılıç, G. (2021). *Yetişkin kadınların beslenme okuryazarlığı durumlarının incelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kızgın, Y., & Tuncer, B. (2020). Türk gıda kodeksine göre gıda etiketi okuryazarlığının belirlenmesi: Genç tüketiciler üzerinde bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), 1849-1865.
- Kolasa, K.M., Perry, C.L., Harris, N.G., & Shovelin, K. (2001). Food literacy: A key to healthy eating. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 33(S1), S1-S2.
- Kozan, E.H. (2019). *Fazla kilolu ve obez olan ve olmayan erişkin kadınların beslenme okuryazarlığı ve etkileyen faktörler*, (Yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Mercan, H. (2019). *Sağlık çalışanlarının etiket okuma alışkanlıkları ve bu alışkanlıklarının beslenme durumları ile ilişkisi*, (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Meriç, E. (2020). *Sosyal medyada gıda ve beslenme okuryazarlığı ve yanlış bilgi sorunu*, (Yüksek lisans tezi). Kadir Has Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Monteiro, M., Fontes, T., & Ferreira-Pêgo, C. (2021). Nutrition literacy of Portuguese adults-a pilot study. *Public Health*, 18, 3177.
- Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: a challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. *Health Promot. Int.* 15, 259–267.
- Ogur, S. (2020). Bitlis'teki tüketicilerin gıda güvenliği ve gıda hijyeni konusundaki bilgi ve tutumları. *BEÜ Fen Bilimleri Dergisi*, 9(2), 780-796.
- Ongan, D., Ağıl, B., Yurtdaş, G., Yılmaz, H., Ongan, E., & Dölek, D. (2021). Medyada yer alan beslenme ile ilgili yayınların diyabetli bireylerin beslenme bilgi düzeyleri ile ilişkisi. *CBU-SBED*, 8(2), 218-226.
- Özgen, L. (2007). Tüketicilerin besin etiketi tercihleri. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21, 117-127.
- Pak, E.N. (2020). *Öğretmenlerin beslenme okuryazarlığı durumunun ve üç faktörlü beslenme anketine (tfeq) göre beslenme alışkanlıklarının incelenmesi*, (Yüksek lisans tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Patel, R. (2009). *Stuffed and Starved: The Hidden Battle for the World Food System*. Melville House.
- Pourmoradian, S., Kermanshahi, M., Chaeipeima, M., Farazkhah, T., & Roudsari, A. (2020). Consumers' knowledge, attitude, and practice regarding Front-of-package (FOP) labels at the point of purchase.
- Renwick, K. (2025). *What is Food Literacy?* <https://food-literacy-research.ca/wp-content/uploads/2022/01/Food-Literacy-provocation.pdf> Erişim Tarihi: 24.07.2025.
- Rodriguez, C.M., Chun, S.Y., Mills, R. E., & Todd, P.K. (2019). Translation of upstream open reading frames in a model of neuronal differentiation. *BMC Genomics* 20, 391.
- Sarı, G., & Özkök, M. (2018). 1. Gıda ve Tıp Öğrenci Kongresi; *GIDA*, 43(2), 364-369.
- Sbicca, J. (2018). *Food justice now! Deepening the roots of social struggle*. University of Minnesota Press.
- Seçkin, S. (2019). *Üniversite öğrencilerinin besin etiketi okuma alışkanlıklarının ve tutumlarının saptanması*, (Yüksek lisans tezi). Doğu Akdeniz Üniversitesi, Öğretim ve Araştırma Enstitüsü, Kuzey Kıbrıs.
- Shipman, D., & Saygi, Y.B. (2020). etiket algısının tüketicilerin satın alma üzerindeki etkileri. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8(2), 217-228.
- Slocum, R. (2007). Whiteness, space and alternative food practice. *Geoforum*, 38(3), 520–533.
- Tuna Oran, N., Toz, H., Küçük, T., & Uçar, V. (2017). Medyanın kadınların beslenme alışkanlıkları, besin seçimi ve tüketimi üzerindeki etkileri. *V. Life Sciences*, 12(1), 1-13.
- Truman, E., Lane, D., & Elliott, C. (2017). Defining food literacy: A scoping review. *Appetite*, 116, 365–371.
- Thomas, H., & Irwin, J.D. (2011). Cook it up! A community-based cooking program for at-risk youth: Overview of a food literacy intervention. *BMC Research Notes*, 4, 495.
- Uğur, G. (2019). *Bir üniversitenin açılışlık ve işletme yönetimi bölümü öğrencilerinin besin seçimlerinin beden algısı üzerindeki etkisinin incelenmesi ve karşılaştırılması*, (Yüksek lisans tezi). Biruni Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Uyar, F., Çetinkaya, F., Özmen, D., Tayhan, A., & Şahin Büyük, D. (2017). Erişkinlerin gıda alışverişi sırasında etiket okuma alışkanlıkları ve genetiği değiştirilmiş organizmalar konusundaki görüşleri. *Journal of Human Sciences*, 14(3), 2565-2576.
- Ünal, E. (2018). *Bursa ili merkez ilçelerindeki sağlıklı yaşam merkezlerinin obezite danışma birimlerini tercih eden bireylerin beden kitle indeksleri ile beslenme okuryazarlıkları düzeyleri arasındaki ilişkisinin belirlenmesi*. (Yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Velardo, S. (2015). The nuances of health literacy, nutrition literacy, and food literacy. *Journal of nutrition education and behavior*, 47(4), 385-389.
- Vidgen, H.A., & Gallegos, D. (2014). Defining food literacy and its components. *Appetite*, 76, 50–59.

- Yalçınkaya, Z. (2020). *ankara ili bazı ilçelerindeki aile sağığı merkezlerine başvuran 18 yaş üstü bireylerin gıda satın alma ve tüketimi konusundaki tutum ve davranışları ile sağıık algıları ilişkisinin incelenmesi*. (Tıpta uzmanlık tezi). Gazi Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Ankara.
- Yavuz, C.İ. (2020). *Tıbbi Beslenme tedavisi alan yetişkin bireylerde beslenme okuryazarlığı ve diyet özetkinlik inançlarının değerlendirilmesi: Isparta örneğı*. (Yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sağıık Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Zhang, J., Zhai, L., Osewe, M., & Liu, A. (2020). Analysis of factors influencing food nutritional labels use in Nanjing, China. *Foods*, 9, 1796.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNDE SOFRA ADABI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İNCELEME

Muhabbet ÇELİK

Dr. Öğr. Üyesi, Yozgat Bozok Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,

muhabbet.celik@bozok.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6534-5283

1. GİRİŞ

Mutfak kavramı hem fiziki bir alan olarak düşünülmekte hem de kültürle ilişkisine bakıldığında iki ayrı kavram olarak tanımlanabilmektedir. Fiziki bir alan olarak düşünüldüğünde her türlü yiyeceğin pişirildiği ve tüketildiği yer aklımıza gelmektedir (Oğan, 2021). Mutfak kavramını kültürle ilişkilendirildiğinde; yiyeceklerin pişirilme yöntemlerini, pişirmede kullanılan araç gereçleri ve yemek pişirmenin püf noktalarını gösteren bir sofraya kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır (Kınay ve Özdemir, 2004: 3).

Sofra, yalnızca bireylerin temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşıladıkları bir mekân olmanın ötesinde; aynı zamanda aile üyelerini bir araya getiren, onların karşılıklı etkileşimlerini mümkün kılan ve çok katmanlı toplumsal ilişkilerin kurulduğu önemli bir sosyal yapıdır. Sofra, toplumsal yaşamın çeşitli alanlarında (dini günler, ölüm, doğum, düğün gibi özel günler) farklı işlevler üstlenerek çok çeşitli amaçlarla kurulmaktadır. Bu nedenle sofraya, günlük yaşamda yalnızca bir yemek yeme alanı ya da lokanta olmanın ötesinde; kültürel değerlerin ve toplumsal normların kuşaktan kuşağa aktarıldığı bir kültürel aktarım ortamı, bireylerin sosyal davranış kalıplarını edindikleri bir eğitim kurumu, aile içi önemli kararların alındığı bir müzakere alanı, bireylerin aidiyet ve güven duygusu inşa ettikleri bir psikolojik destek mekânı ve yemek öncesi ya da sonrasında gerçekleştirilen ritüellerle kutsal bir anlam kazanan bir inanç pratiği alanı olarak da işlev görmektedir (Uğur-Çerikan, 2019).

Sofra kültürü ile kastedilen halk mutfağında sofraya düzeni, adabı ve inanışları; mutfakta kullanılan araç gereçler, tüketilen yiyecek ve içeceklerle bunların pişirilip saklanma şeklidir. Mutfak kültürlerinde misafirperverliğin sembolü olarak görülen en önemli eylem yemeği bir paylaşma olarak görmektedir. Ayrıca sofraya adabı hem sofrayı ve yemekleri hazırlayanlara hem

de hazırlanan yemeğe saygı göstermenin bir yoludur (Gargacı-Kınay, 2024). Balkan ve Ortadoğu mutfaklarını etkileyen, Osmanlı kültürünün mirasçısı olan Türk mutfağı hem fiziki hem de kültür açısından dünyanın sayılı mutfakları arasına girmiştir. Yörelere göre farklılık gösteren bu zengin mutfak kültürü, masa düzenlemeleri ve sofrada adabı gibi konularda da geçmişten günümüze doğru birtakım farklılıklara sahiptir. Bu çalışmayla da Türk sofrada adabı ile ilgili bilgilere yer verilmiş, literatür taraması yapılarak ilgili çalışmaların bulguları değerlendirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Mutfak kültürü, yiyecek ve içeceklerin pişirilmesinde kullanılan araç ve gereçleri, hazırlanmaları, servis edilmeleri ve bu yiyecek ve içeceklerin hazırlandığı mutfağın mimarisini de kapsamaktadır (Oğan ve Aksoy, 2021). Türk mutfağı olarak adlandırılması bu geniş kapsama dayanmaktadır (Kılıç, 2013: 7). Türk mutfağı sahip olduğu çeşitlilik ve özgünlük bakımından dünyanın en önemli mutfağından birisidir. Bölgelere göre yeme-içme alışkanlıkları ile her yörenin kendine has yemeklerinin oluşu da bu zenginlik ve özgünlüğün kanıtıdır (Göker, 2011: 53).

Tarih öncesi araştırmacıların yapmış oldukları incelemelerde, insanların mağara devrinde bile yemek ihtiyaçları için ayrı bir yer ve araç gereç kullandıkları bilinmektedir. İlk insanlar beslenmelerini genellikle avladıkları hayvanlar, balıklar, doğadaki meyveler, bitki kökleri, ağaç yapraklarıyla karşılamışlardır. Zamanla buldukları yiyecekler arasında seçim yaparak yetiştirmeye başlamışlar ve böylece yerleşik hayat düzenine geçmişlerdir. Yerleşik düzene geçtikten sonra sofrada kurmak ve sofrada farklı yiyecekler bulundurmaya başlayan mutfak kültürü günümüze kadar değişerek gelmiştir (Arslan, 2010: 34). Bronisław Kasper Malinowski, yiyeceklerin yalnızca fizyolojik ihtiyaçları karşılamaya yönelik işlevlerinin ötesine geçerek, onları toplumsal ilişkilerin inşasında ve sürdürülmesinde önemli bir araç olarak değerlendirmiştir. Malinowski'ye göre yiyecekler; statü göstergesi olma, dostluk ve arkadaşlık ilişkilerini pekiştirme, iletişim kurma, hediyeleşme yoluyla paylaşımı teşvik etme, bireyleri toplumsallaştırma ve aile kurumunu yüceltme gibi çok yönlü toplumsal işlevler üstlenmektedir (Tezcan, 2000; Çerikan, 2019).

Türk mutfak kültüründe özellikle Anadolu sofrada gelenekleri önemini korumaktadır. Anadolu Beylikleri, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinden günümüze bin yıllık sürede değişikliğe uğramasına rağmen özünde genel yapısını

korumuştur. Dönemin mutfak yapısı halk mutfağı ve saray mutfağı olarak ayrılrsa da öğünler sabah-öğle arası ve öğle-akşam arası olmak üzere iki temel öğün şeklindedir. Türk mutfağında sofraya alışkanlığının en belirgin özelliği sofraya adabı olarak nitelendirilebilir. Birlikte sofraya oturmak aile yapısının özelliklerini de ortaya koymaktadır. Halk mutfağı sofrasında aile düzenine göre babanın merkezinde oluşan bir oturma düzeni yer alır. Sofra bezi üzerine ayaklı bir sehpa şeklinde masa, üzerine sini koyularak hep birlikte sofraya oturulmaktadır (Çelik, 2017). Sofrada yüksek sesle konuşmak, ağız şapırdatmak sofraya saygısızlık olarak kabul edilmektedir. Yemek öncesinde besmeleyle başlamak yemek sonunda ise babanın şükür duasını ettikten sonra yemeği pişirene teşekkür edilmesi ve bir tutam tuz ağza atılması ile sofradan kalkanların yiyecekleri mutfağa götürmesi gibi uygulamalar yer almaktadır. Saray mutfağında ise halk mutfağına benzer şekilde yerde oturma durumu bulunmaktadır. Sofralar misafirin statüsüne göre araç gereçlerle ve yemeklerle donatılırdı. Yemek öncesi ve sonrası eller yıkanır ve dua edilirdi (Haydaroglu, 2003: 7-8).

Türk mutfağı kültürü sofralarında, sulu yemekler tahta kaşıkla diğer yemeklerse el ile yeniliyordu. Sağ elin baş, işaret ve orta parmağını kullanarak, üç parmakla yemek yeme ailelerin çocuklarına öğrettikleri bir uzmanlık işiydi. Sofraya bağdaş kurarak oturulur ve herkes kendi önünden yemek yerdı. Aile büyüklerinin yemeğe başlamasıyla birlikte yemeğe başlanması önemli görgü kurallıydı. Bu sofraya adabı Anadolu'nun pek çok yerinde hala yaşanmaktadır (Çelik, 2017). Anadolu sofraya kültürü, sadece yemeklerin hazırlanış biçimiyle değil, aynı zamanda kullanılan mutfak eşyalarıyla da zengin bir kültürel miras sunmaktadır. XV. yüzyıldan XIX. yüzyıla kadar uzanan dönem içerisinde sofralarda kullanılan mutfak eşyalarına ilişkin bilgiler, dönemin arşiv belgeleri, seyyah notları ve minyatürler gibi çeşitli tarihî kaynaklardan elde edilmektedir. Bu belgeler, sadece dönemsel farklılıkları ortaya koymakla kalmayıp aynı zamanda günlük yaşam geleneklerinin ve sofraya adabının anlaşılmasına da katkı sağlamaktadır.

3. YÖNTEM

Geçmişten günümüze şöyle bir bakıldığında sofraya adabı ve servis şekillerinin değiştiğini görmekteyiz. Yemek yeme adabı ve servisi, bir toplumun yaşam biçimini yansıttığından dolayı ilerleyen zamanlarda değişen yaşam modeline paralel olarak büyük değişime uğramıştır. Sofraya adabı; yemeklerin

sunumu, gelenekleri ve oturma düzeni gibi unsurlarla nesilden nesille aktarılması gereken kültürel bir mirastır. Tarih öncesini araştıran birçok araştırmaya bakıldığında, ilkçağ insanının bile beslenmek için ayrı bir yer ve araç gereç kullandığı bilinmektedir. Fakat günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte kadınların iş hayatına girmesi, yoğun iş temposu, yalnız yaşam gibi nedenler geleneksel beslenme alışkanlıklarımızı yavaşlatmış ve bu durum aile bireylerin bir araya gelip oluşturdukları geleneksel sofrada düzenini olumsuz etkilemiştir. Bu çalışmada sofrada adabının, başlı başına bir konu olarak kavramsal düzeyde incelenmesi hedeflenmiştir. Bu çalışmada araştırma yöntemlerinden biri olan tarama ve doküman incelemesi yapılmıştır. Bu amaçla Türk mutfak geleneklerinin ve sofrada alışkanlıklarının gelecek nesillere aktarılması, geliştirilmesi ve unutulmaması için Google Akademik arama motorunda “sofrada adabı” anahtar kelimesiyle ulaşılan makaleler incelenmiş ve konu ile ilgili alanyazın taraması yürütülmüştür. Doküman incelemesi, hedeflenen olgu veya olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin incelenmesini kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 189). Ayrıca araştırma ulaşılabilen kitap, tez ve makalelerin taranması ve Türk mutfak kültürü, sofrada adabı ve servis şekilleri ile ilgili internet sayfalarında e-kaynaklar taranarak gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmayla hızlı tüketim alışkanlıklarının yaygınlaşması ve modernleşmenin getirdiği birtakım etkilerden dolayı giderek unutulmuş yer sofraları ve sofrada adabı bir nebze de olsa hatırlanacaktır. Araştırmamızın, gelecek nesillere kültürümüzü tanıtarak yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

3.1. Sofra Adabı

Mutfak kültürü geçmişten günümüze beslenerek gelen zengin bir miras olma özelliği taşımaktadır. Oğan (2025) çalışmasında mutfak kültürü, toplumsal farklılıkları ortaya koymada önemli bir unsur olduğunu belirtmiştir. Türk mutfacı, dünyanın sayılı mutfakları içinde yer almaktadır. Türk mutfak kültürünün geleneksel özellikleri arasında yer alan yemekler, araç-gereçler, saklama teknikleri, servis şekilleri vb. unsurlar en önemli temel taşlarından birini oluşturmaktadır.

Türk mutfacı, damak zevkinin en güzel örneklerini veren zengin çeşitli yemeklere sahiptir. Yemeklerin lezzetli olmasının yanında besin değerleri de oldukça yüksektir. Yemek yapma becerisinin yanında yaptıkları yemekleri

misafirleriyle paylaşmak geleneği Türk mutfak geleneğine has bir özelliktir (Çelik, 2017). Sofra, ocak, eşik, yemek kavramları Türk toplulukları arasında da kutsallaştırılmış ve halkın yaşantısının her aşamasında yerini almıştır. Sofra da ocak gibi sadece yemek yenilen yer olarak düşünülmemelidir. Sofra; açılan bezi, inanç ve edebî ürünleri ile bir bütündür (Engin ve Çakır, 2013). Eski Türkler “*kendürük*” denilen ve yere yayılan deri yaygı üzerinde yemek yiyorlardı (Halıcı 1999). On birinci yüzyılda bazı Türk boyları sofraya “*tergi*”; bu sözcükten yola çıkarak, sofra kurmaya *tergi* urmak veya sofra kuruldu anlamında “*tergi uruldu*” diyorlardı. Saraylarda hanlar için kurulan büyük ayaksız sofraya da “*işküm*” derlerdi (Atalay, 1992). Bazı Türk boyları ise “*tepsi* (*tewsi*)” kelimesini bugünkü gibi hem “*tepsi*” hem de “*sofra*” anlamında kullanıyorlardı. Bugün de bazı yörelerimizde büyük tepislerin (veya sini) sofra olarak kullanıldığı göz önüne alınırsa, aynı uygulamanın eskiden beri var olduğu anlaşılmaktadır (Kafesoğlu, 1992).

Türk mutfak kültüründe sofralar misafirperverliğin yanı sıra topluluk bağlarının kurulduğu ve geliştirildiği samimi ortamlardır. Geleneksel Türk toplumunda, kalabalık aile bireylerinin yer sofrası etrafında bir araya gelmesi, hem toplumsal dayanışma ve birliktelik duygusunun pekiştirilmesi hem de bu birlikteliğin bereket getireceğine olan inancın bir yansıması olarak değerlendirilmektedir (Sürücüoğlu ve Akman, 1998). Yer sofralarına, kadın-erkek ayrımı yapmaksızın birlikte oturma geleneği göçebe çadır kültüründen gelmektedir. İslamiyet’le beraber bu yemek kültürüne eklemeler olmuş ve bir bacağın üzerinde oturup diğer bacağı katlayıp öne doğru eğilerek yemenin yemeği verene bir şükür/teşekkür olduğu düşüncesini oluşturmuş ve bağdaş kurarak yemek yeme alışkanlığı doğmuştur. Günümüzde Anadolu’da halen devam etmekte olan sofra uygulamaları bulunmaktadır. Besmele ile başlanan yemeğin sonunda dua edilir ve yemek pişirene “*eline sağlık*”, evin babasına da “*kesene bereket*” denilmektedir. Düğün, nişan, dini günler gibi kalabalık organizasyonlarda evin hanımı sofraya oturmaz misafirlere ikramda bulunmaktadır (Soran ve Yetkin-Soran, 2009). Hızlı tüketim alışkanlıkları ve modernleşmenin getirdiği birtakım değişikliklere rağmen Anadolu’nun pek çok yerinde yer sofrası bütün önemini korumaktadır.

3.2. Günümüz Sofra Düzeni ve Servis Şekilleri

Geleneksel yemek yeme usulünün zaman içinde eski ve pis olarak değerlendirilmeye başlanmasıyla sofra adabı da değişmiş ve ilk olarak Osmanlı

toplumunun üst tabakalarında XIX. yüzyılda başlayan ve Cumhuriyet döneminde de devam eden modernleşme süreci ile birlikte elle yemek yemek pis olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Anadolu kültüründe yerde bağdaş kurarak yemek yeme geleneğinden masada sandalyede oturarak sağ elin üç parmağı yerine çatal, bıçak ve kaşık ile kişiye özel tabaklarda yemek yemeye geçiş 19. yüzyılın ikinci yarısı boyunca yavaş yavaş gerçekleşen bir süreç olmuştur. Bu süreç içinde yeni sofra düzeni Türk sofrada adabıyla birlikte alaturka sofrada geleneği eski ve ilkel olarak algılanmaya başlanacaktır (Samancı, 2013).

Ahmed Midhat (2001), umumi sofralar başlığı altında detaylı olarak sofrada adabıyla ilgili kuralları şöyle betimler: “sofrada hangi yemeğin çatalla, hangisinin bıçakla yenileceğini de dile getirir. Sofrada sulu yemeklerin suyunu ekmek batırıp yemenin adaba uygun olmadığını söyler. Sofrada yemeğe el ile hiç dokunmadan ve neredeyse yemeği ağza hiç temas ettirmeden yemenin ve peçeteyi dahi tertemiz tutmanın doğru olduğunu belirtmektedir, *“Peçete ağız silmek için bulundurulsa bile esas olan ağız silmeye mecbur olacak kadar kirletmemektir. Yemek yerken bıyıklarını kirleten ve oradaki yağları dahi peçeteye alan bir adam terbiyesizdir diye mahkûm olur. Alafranga yemek hususunda gerek el, gerek ağız için o kadar temiz davranılmalıdır ki, bade’t-taam yıkamaya, silinmeye hakikaten ihtiyaç kalmamalıdır.”* diye ifade etmektedir.

XIX. yüzyıla gelindiğinde, iyice artan Batılılaşma etkisi ve dönemdeki protokol yemeklerinin çokluğu nedeniyle sofrada düzeninde de değişiklikler görülmeye başlanmıştır. Günümüzde özellikle büyük şehirlerde yer sofralarının yerini masalar almıştır. Masa hazırlama düzeni ise şöyledir (Halıcı, 1985: 340):

- Masaya önce keçe sonra kolalı bir örtü yayılır.
- Başparmak boğumu içinden tabaklar yerleştirilir.
- Çatal sola, bıçak sağa, kaşık bıçağın sağına yerleştirilir.
- Tatlı çatal ve bıçakları tabağın üst kısmına yerleştirilir. Kaşıkla yenilebilecek bir tatlı için, tatlı kaşığı yerleştirilir.
- Bardaklar sağ üst köşeye, içki bardakları su bardaklarının yanına, içecek ya da dışa doğru çapraz biçimde yerleştirilir.
- Peçete tabağın içine ya da soluna yerleştirilir.
- Masanın uygun yerine tuzluk ve biberlik konulur.
- Ortaya çiçek konulabilir.

- Yemek masasına yakın bir küçük masaya, hazırlanmış yiyecek ve içecekler yerleştirilir, zamanı gelince kullanılır.

Servis, aile bireylerinden biri, genellikle anne tarafından yapılır. Anne herkesin tabağına elden servis yapar ya da servis tabağı elden ele dolaşarak herkesin istediğı kadar alması biçiminde yapılmaktadır. Servis bittikten sonra hep beraber yemeğe başlanmaktadır.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Yemek yeme alışkanlıklarının hızla değişmesine rağmen geleneksel yer sofrası Anadolu'nun pek çok yerinde hala yaşatılmaktadır. Bu çalışmayla ortaya çıkan sonuç, yer sofrasının hem dini açıdan uygun hem de sindirim kolaylığı sağladığı düşüncesiyle diğer yemek yeme modellerine nazaran daha fazla tercih edilmesidir. Bu çalışmanın ulaştığı bir başka önemli sonuçta, Anadolu'daki sofr a düzeni ve servis şeklinin Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı sofr a düzeniyle benzer yönlerinin olmasıdır. Saray mutfağında yemeklerin servisinde kullanılan araç- gereçlerin daha gösterişli oluşu Anadolu'da serviste kullanılanlarla karşılaştırıldığında farklılık gösterdiği görülmektedir. Literatüre bakıldığında bu konuyla ilgili yapılan çalışmalar sınırlı düzeydedir. Fakat bu çalışmada elde edilen bulgular ışığında geleneksel beslenme modelimizin tanıtılması ve unutulmaması için birkaç önerinin ileri sürülmesi mümkün görülmektedir.

Otel işletmeleri veya restoran sahipleri aşırı lüks veya modern mekânlar yerine daha samimi ve yerel ortamları tercih ederek müşterilere farklı deneyimler sunabilirler. Ayrıca servislerde geleneksel yer sofrası ve araç-gereçler kullanılarak hem Türk sofr a kültürü tanıtılmış olacak hem de daha farklı bir ortam oluşturulacaktır. Servis personeli geleneksel Türk kostümleriyle hizmet vererek kültürel mirasın yaşatılmasına katkı sağlarken, unutulmaya yüz tutmuş geleneklerin yeniden canlandırılmasına da olanak sağlayabilir. Türk yemek kültürünün tanıtımı yalnızca özel kuruluşların sorumluluğuna bırakılmamalı, aynı zamanda geleceğ in bireylerini yetiştiren aileler de bu konuda önemli bir rol üstlenmelidir. Aileler, çocuklarına birlikte sofraya oturmanın kültürel ve sosyal önemini aktararak, giderek yaygınlaşan ayaküstü ve hızlı tüketim alışkanlıklarının önüne geçilmesine katkıda bulunabilirler. Bu yaklaşım, geleneksel beslenme kültürünün korunması ve sağlıklı nesillerin yetiştirilmesi açısından da önemli bir adım olacaktır.

KAYNAKÇA

- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Atalay, B. (1992a). *Divan-ü Lügat-it Türk. Cilt-I*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu Yayınları: 521. Ankara: TTK Basımevi.
- Çelik, M. (2017). *Şanlıurfa'daki gastronomi kültürünün, kenti ziyaret eden yerli turistlerin kalış sürelerine etkisi üzerine bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Engin, R., & Çakır, A. (2013). Amuca Bektaşilerinde sofrası ve sofrası erkânı. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 65(Nisan 2013), 299-312.
- Gargacı Kinay A. (2024). Türk sofrası adabını konu alan araştırmalar üzerine bir inceleme. *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 15(55), 37-49.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon çekicilik unsuru olarak gastronomi turizmi*, (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği, Balıkesir.
- Halıcı, N. (1985). *Türk Mutfakları*. Ankara: Güven Matbaası.
- Halıcı, N. (1999). *Siniden Tepsisi, Klasik Türk Mutfakları*. İstanbul: Numune Matbaacılık Ltd. Şti. İstanbul.
- Haydaroğlu, İ. (2003). Osmanlı saray mutfaklarından notlar. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 22(34), 1-10.
- Kafesoğlu, İ. (1992). *Selçuklu Tarihi*. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları: 2141, Bilim ve Kültür Eserleri Dizisi: 452, Tarih Dizisi: 11, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Kılıç, S. (2012). *Türk Halk İnanışlarında Yiyecek ve İçecekler*. Elazığ: Fırat Üniversitesi Yayınları. 142.
- Kılıç, N. (2010). *Türk mutfaklarının Ege-Akdeniz karakterinin kültürel ve turistik açıdan incelenmesi: Ayvalık örneği*, (Uzmanlık Tezi). Kültür ve Turizm Bakanlığı, Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Midhat, A. (2001). *Avrupa Adab-ı Muâşeretini Yahut Alafranga*. Doğan, İ., & Gurbetoğlu, A. (Hazırlayanlar) (100-105). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Oğan, Y. (2021). Mutfak çalışanlarının yaratıcılık algı düzeyleri üzerine bir araştırma. *Fiscaeconomia*, 5(2), 756-768.
- Oğan, Y., & Aksoy, M. (2021). Gastronomide Kültür ve Lezzet. Oğan, Y. (Ed.) *Gastronomi Araştırmaları*. Konya: Çizgi Yayınevi
- Oğan, Y. (2025). An ethnographic insight into the Laz cuisine culture in Artvin (Turkey). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 39, 101132.
- Soran, H., & Yetkin-Soran, M. (2009). *Urfa'da Pişer Bize de Düşer*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Samancı, Ö. (2013). Osmanlı kültüründe değişen sofrası adabı: Alaturka-alafranga ikilemi. *Toplumsal Tarih*, 231, 81-87.
- Sürücüoğlu, M., & Akman, M. (1998). Türk mutfaklarının tarihsel gelişimi ve bugünkü değişim nedenleri. *Standart Dergisi*, 439, 42-53.
- Tezcan, M. (2000). *Türk Yemek Antropolojisi Yazıları*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Uğur Çerikan, F. (2019). Türk ailesinde sofrası adabı, Denizli örneği ve işlevselliği. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 8(1), 481-511.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Basım), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

GASTRONOMİ SEKTÖRÜNDE KADIN ŞEFLER: META-TEMATİK BİR ANALİZ

Suzan EROL

Dr., Milli Eğitim Bakanlığı

s.erol3332@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1997-8976

1. GİRİŞ

Gastronomi turizmi; destinasyonların kültürel mirasını ve yerel mutfak kimliğini ön plana çıkararak ekonomik kalkınmaya katkı sağlayan önemli bir turizm türüdür. Literatürde, gastronomi turizminin gelişim sürecinde şeflerin artan etkisi vurgulanmaktadır (Odacı ve Yıldız, 2023). Türkiye bağlamında şeflerin gastronomi turizmindeki rolleri, çalışma koşulları, kariyer olanakları ve sektörde karşılaştıkları zorluklar çeşitli araştırmalara konu olmaktadır (Yılmaz ve Akay, 2020). Özellikle kadın şeflerin sektörde aktif rol alması, destinasyonların mutfak kimliğini pekiştirmektedir. Ancak kadın şeflerin gastronomi turizmindeki konumu, karşılaştıkları engeller ve çalışma ortamlarına dair yapılan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır (Arslanhan ve Yaman, 2020). Gastronomi sektörü tarihsel olarak erkek egemen bir yapıya sahip olmasına rağmen, kadın şeflerin bu alandaki temsiliyetleri son yıllarda artmaktadır. Bununla birlikte, kadın şefler mesleki kariyer süreçlerinde; zorlu çalışma koşulları, toplumsal cinsiyet temelli önyargılar ve üst düzey yönetici pozisyonlarına erişim kısıtları gibi çeşitli engellerle karşılaşmaktadır (Özkök, 2017; Eren ve Güleç, 2023; Çekiç ve Oğan, 2023). Özellikle otel ve restoran sektörlerinde, kadınların yönetici ve şef kadrolarına yükselmeleri, erkeklere kıyasla daha zor gerçekleşmektedir (Bucak, 2022).

Akademik araştırmaların kadın şeflerin gastronomi turizmindeki konumunu ele alırken temel aldığı metodolojilerin incelenmesi, bu alandaki çalışmalarda kullanılan yaklaşımların ve eğilimlerin değerlendirilmesine olanak tanıyacaktır. Konunun akademik literatürde nasıl ele alındığını analiz ederek, politika yapıcılar ve sektör temsilcileri için yol gösterici olmayı amaçlamaktadır (Eren ve Güleç, 2023). Bu çalışma, Türkiye'de yayınlanmış makale ve tezler doğrultusunda, kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rollerini inceleyen araştırmalara odaklanmaktadır. Kadınların farklı meslek

alanlarına katkıları ve karşılaştıkları sorunlar üzerine çeşitli çalışmalar bulunsa da, bu başlığın gastronomi turizmi bağlamında özgün bir çerçevede ele alınması gerekmektedir (Akoğlu vd., 2017). Bu araştırmanın amacı akademik yayınlar çerçevesinde kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü ortaya çıkarmaktır. Bu bağlamda kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü konu edinen araştırmalardan yurt içi makale ve tezlerin meta-tematik analizini yapmaktır. Araştırma soruları ise şunlardır:

- İlgili araştırmaların temel aldıkları metodolojileri açısından dağılımları nasıldır?
- İlgili araştırmalar hangi temalar altında toplanabilir?
- İlgili araştırma sonuçlarında kadın şeflerin gastronomi turizmine katkıları nelerdir?
- İlgili araştırma sonuçlarında kadın şeflerin karşılaştıkları sorunlar nelerdir?

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kadın şeflerin gastronomi turizmindeki rolü, sadece bireysel kariyer gelişimleri açısından değil, aynı zamanda destinasyonların mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından da önem arz etmektedir. Kadınların geleneksel tariflerin korunmasına ve yerel mutfak kimliklerinin tanıtımına sağladığı katkılar, gastronomi turizminin gelişimine doğrudan etki etmektedir (Odacı ve Yıldız, 2023). Kadın şeflerin sektördeki konumları, işletme politikaları, müşteri algıları ve medya temsili gibi birçok faktör tarafından şekillenmektedir. Medya, gastronomi alanında kadın şeflerin görünürlüğünü artırmada kritik bir rol oynasa da, kadınların genellikle geleneksel mutfak kültürüne bağlı olarak tanıtılması, profesyonel gelişimlerini sınırlayan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Bucak, 2022; İkikat, 2022). Ancak sektörde kadın şeflerin daha fazla yer almasını engelleyen faktörlerin belirlenmesi, bu alanda yapılan araştırmaların dağılımları, odaklandıkları konular, araştırma sonuçları ve önerileri yapılacak politikaların şekillenmesine katkı sağlayacaktır (İkikat, 2022).

Toplumsal cinsiyet rolleri, kadınların gastronomi turizmindeki kariyerlerinde önemli bir faktör olarak görülmektedir (Yılmaz ve Çemrek, 2019). Ge-

leneksel olarak mutfak işlerinin kadınlarla özdeşleştirilmesine karşın, profesyonel mutfaklarda erkeklerin daha fazla yer alması, sektörde cinsiyet eşitsizliği tartışmalarını gündeme getirmektedir (Arslanhan ve Yaman, 2020). Bununla birlikte gastronomi turizminin gelişimi ile birlikte kadın şeflerin destinasyonların tanıtımında ve mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde önemli roller üstlendiği söylenebilir. Kadın şeflerin sahip oldukları üretken bakış açısı ve yenilikçi çağrışımlar, mutfak kültürünü zenginleştirmekte ve turistlerin gastronomi deneyimlerini daha etkileyici hale getirmektedir (Eren ve Güleç, 2023). Ancak bu katkıların görünürlüğünün artırılması için sektörde eşitlikçi politikaların benimsenmesi gerekmektedir (Akoğlu vd., 2017).

Gastronomi turizmi, kültürel mirasın korunması, ekonomik kalkınma ve sürdürülebilir turizm açısından önemli bir alan olarak değerlendirilebilir (Özkök, 2017); Son yıllarda gastronomi alanında beslenme, mutfak, üretim, tüketim ve teknoloji odaklı oluşan akımlar da gastronomi turizmini geliştirmektedir (Oğan, 2021). Kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yeri ve rolüne yönelik yapılan araştırmaların analizi, bu alanda gerçekleştirilen çalışmaların gelişim sürecini ve eğilimlerini ortaya koyarak, gelecekte yapılacak araştırmalara yön vermesi açısından değerlidir. Söz konusu çalışmaların temel temaları açısından incelenmesi, bu alandaki bilgi birikiminin hangi eksenlerde ilerlediğini anlamayı sağlayacaktır (Arslanhan ve Yaman, 2020). Ayrıca, ilgili çalışmaların kadın şeflerin gastronomi turizmine katkıları ve karşılaştıkları sorunlar açısından değerlendirilmesi, sektörde cinsiyet eşitliği bağlamında politika geliştirme süreçlerine katkı sunacaktır (Bucak, 2022).

Kadın şeflerin mesleki yükselişlerinde karşılaştıkları temel zorluklar arasında iş-hayat dengesi, toplumsal cinsiyet rolleri, kariyer ilerleme fırsatlarının sınırlı olması ve sektördeki geleneksel kalıpların etkisi bulunmaktadır (Odacı ve Yıldız, 2023). Bu faktörlerin anlaşılması, kadın şeflerin sektörde daha etkin yer alabilmesi için alınabilecek önlemlerin belirlenmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca, akademik çalışmaların sonuçları doğrultusunda kadın şeflerin gastronomi turizmine yönelik katkılarının belirlenmesi, sektörde cinsiyet temelli eşitsizliklerin giderilmesine yönelik farkındalığın artmasına yardımcı olacaktır (Eren ve Güleç, 2023). Dolayısıyla gastronomi turizmi, destinasyon pazarlamasında önemli bir yere sahiptir ve bu süreçte kadın şeflerin oynadığı rol önemlidir. Kadın şeflerin yerel mutfak kültürünü uluslararası gastronomi sahnesine taşıma potansiyeli, hem ekonomik hem de kültürel sürdürülebilirlik açısından kritik öneme sahiptir (Yılmaz ve Çemrek, 2019).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli, Evreni ve Örneklemi

Bu çalışma, Türkiye'de kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü konu edinen araştırmaların incelenmesi açısından nitel araştırma tekniklerinden meta-tematik analiz ile gerçekleştirilmiştir. Meta-tematik analiz gerçekleştirilen nitel araştırmaların birincil çalışma verilerini inceleyen temaları veya konuları tanımlar, bu temaları analiz eder ve sistematik derlemelerden sonuçlar çıkarır. Bu yöntem uygulamaların gerekliliği, uygunluğu, kabul edilebilirliği ve etkililiği hakkında sonuçları sunmayı sağlamaktadır. Meta-tematik analiz ile konu hakkında yapılan analizler sonunda elde edilmiş tema ve kodların yeniden değerlendirmeye tabi tutularak ve araştırmacının kendi perspektifinden geçirilerek tekrar yorumlanması ve yeniden anlamlandırılması anlayışı vardır (Braun ve Clarke, 2024).

Çalışmanın evreni; makale ve tez şeklinde tam metnine ulaşılabilen, Türkiye'de kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü konu edinen çalışmalardır. Çalışman örnekleme ise *“YÖK Tez ve TR Dizin”* veri tabanlarında yayınlanmış ve tam metni sunulan tez ve makaleler oluşturmaktadır.

3.2. Veri Toplama Teknikleri ve Analizi

Bu çalışmada, ilgili veri tabanı taramaları 5 Mart 2025 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Taramalarda, *“kadın”* ve *“şef”*, *“kadın”* ve *“gastronomi”* anahtar kelimeleri, ilgili veri tabanlarında başlık, anahtar kelime ve özet alanlarında kullanılmıştır. Literatür taraması sonucunda, araştırmanın türü, veri tabanı kaynağı, yayınlandığı dergi, yayın yılı, kullanılan yöntem, araştırma modeli, ele alınan konu başlıkları, araştırma sonuçları gibi değişkenler, araştırma amacına uygun olarak belirlenmiş ve bu veriler ilgili çalışmalardan elde edilmiştir. Tez ve makalelerin araştırmaya dâhil edilmeme nedenleri ise şu şekilde sıralanabilir: (i) ilgili veri tabanlarında bulunmaması, (ii) tam metnine erişimin sağlanamaması, (iii) rapor, bildiri veya kitap bölümü gibi önceden belirlenmiş bilimsel araştırma türlerinden birine girmemesi, (iv) kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerine odaklanmaması ve (v) araştırmanın Türkiye'de gerçekleştirilmiş olmasıdır. Tam metinlerine ulaşılabilen araştırmalardan çalışma havuzunda 45 araştırma yer almıştır. İncelenen araştırmalardan dublikasyon/çakışma durumunda olan 25 araştırma kapsam dışı bırakılmıştır. İkinci aşamada, kalan 20 araştırma derinlemesine incelenerek, bu araş-

tırmaların 3'ünlisiz konu başlığı nedeniyle çalışma için uygun olmadığı gerekçesiyle havuzdan çıkarıldı. Başlık ve özet elemesi sonucunda elde kalan 17 araştırma tekrar detaylı incelemeye tabii tutularak 3 araştırma amaç kapsamında gerçekleştirilmediği için, analiz dışı bırakılmıştır. Kalan 14 araştırma amaca uygun olduğu için değerlendirilmek amacıyla araştırmaya dâhil edilmiştir. Verilerin analizinde, nitel araştırma yöntemleriyle uyumlu olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, nitel verilerin sistematik bir şekilde kodlanarak temalar, örüntüler ve anlamlı kategoriler halinde çözüm- lenmesini amaçlayan bir analiz yöntemidir. Bu yaklaşım, araştırmacının be- lirli anlam birimlerini tanımlamasına ve bu birimlerin ardındaki bilişsel ve toplumsal yapıları yorumlamasına imkân tanır (Creswell ve Poth, 2016).

4. BULGULAR

4.1. Kadın Şeflerin Gastronomi Turizmindeki Yeri ve Rolü

Kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yeri ve rolüne yönelik araştı- maların toplandıkları temalara göre dağılımlarına yönelik bulgular Tablo 1 'de sunulmuştur.

Tablo 1. İlgili araştırmaların ele aldıkları temalara göre dağılımı

Ana Tema	Alt Tema	Kategori	F	%
Mesleki De- neyim ve Kimlik	Mesleki Kimlik ve Varoluş Mü- cadelesi	Kadın şeflerin profesyonel varlık mücadelesi (İkikat, 2022)	1	4,35
		Mesleki deneyimlerin sosyolojik bağlamda değerlendirilmesi (Kandıra, 2022)	1	4,35
	Cinsiyet Ayrım- cılığı	Profesyonel mutfakta toplumsal cinsiyet rolleri (İnce, 2016)	1	4,35
		Cinsiyet ayrımcılığı ve bağlılık ilişkisi (Alagöz ve Güneş, 2023)	1	4,35
		Kadınların aşçılıkta karşılaştığı engeller (Fındık, 2023)	1	4,35
Eğitim ve Kariyer	Eğitim Süreç- leri	Şeflerin eğitim etkinliği (Er, 2021)	1	4,35
		Kadın öğrencilerin mesleki gelişim ihtiyaçları (Odacı, 2021)	1	4,35
		Kadın öğrencilerin kariyer planlaması (Odacı ve Yıldız, 2023)	1	4,35
	Kariyer Yolu ve Tutumlar	Kadınların kariyer motivasyonları (Odacı ve Yıldız, 2023; Odacı, 2021)	2	8,70
		Aşçılık mesleğine yönelik tutum (Fındık, 2023)	1	4,35
		Kadın şeflerin sürdürülebilir turizme katkısı (Mandal, 2018)	1	4,35

Ana Tema	Alt Tema	Kategori	F	%
Gastronomi Turizmi ve Katkı	Kadınların Kat-kısı	Kadın kooperatiflerinin gastronomi turizmne katkısı (Memili, 2024)	1	4,35
		Kadın şeflerin ürün geliştirme süreçlerine katılımı (Ercan, 2021)	1	4,35
		Gastronomi etkinliklerinin şef bakışıyla yönetimi (Akçay, 2022)	1	4,35
	Ürün ve Etkinlik Yönetimi	Şeflerin Osmanlı mutfağına yaklaşımı (Nazıkgül, 2023)	1	4,35
		Şeflerin gastronomiye yönelik görüşleri (Özkök, 2017)	1	4,35
		Füzyon mutfakta kadın şeflerin rolü (Ercan, 2021)	1	4,35
Toplam			23	100

Tablo 1’de 14 araştırmanın içerdiği konu temaları doğrultusunda birden fazla ilişkilendirme yapılması söz konusudur. Her çalışma birden çok kategoriye yerleştirildiği için frekans toplamı 23 olmaktadır. Yine Tablo 1’de, kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yeri ve rolünü ele alan araştırmaların tematik dağılımı sunulmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, çalışmalar en yoğun biçimde “*Mesleki Deneyim ve Kimlik*” ve “*Eğitim ve Kariyer*” temaları etrafında yoğunlaşmaktadır.

Mesleki Deneyim ve Kimlik temasında, kadın şeflerin mesleki varlık mücadelesi, toplumsal cinsiyet rolleriyle karşılaştıkları zorluklar ve mesleki deneyimlerin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi öne çıkmaktadır.

Eğitim ve Kariyer teması altında ise kadın şeflerin mesleki eğitim süreçleri, kariyer motivasyonları ve mesleğe yönelik tutumları ele alınmaktadır.

Gastronomi Turizmi ve Katkı teması ise kadın şeflerin gastronomi turizmne olan katkılarını farklı boyutlarıyla ele almaktadır. Bu tema altında, kadınların sürdürülebilir turizm uygulamalarına ve gastronomik ürün geliştirme süreçlerine olan katkılarının yanı sıra, gastronomi etkinliklerinde ve mutfak kültürünün yeniden yorumlanmasında üstlendikleri roller incelenmiştir. Temalar, kadın şeflerin sektördeki çok boyutlu rollerini, karşılaştıkları yapısal ve toplumsal engelleri, ayrıca gastronomi turizmne olan katkılarını kapsamlı biçimde ortaya koymaktadır. Bulgular alanda gerçekleştirilen araştırmaların daha çok mesleki kimlik, eğitim, kariyer ve turizm bağlamlarında yoğunlaştığını göstermektedir.

4.2. Kadın Şeflerin Gastronomi Turizmine Katkıları

Kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yeri ve rolüne yönelik araştırmaların sonuçlarına göre kadın şeflerin gastronomi turizmine katkılarına yönelik bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Gastronomi turizmine katkılarına yönelik bulguların tematik dağılımı

Tema	Alt Tema	Kategori	F	%
Kültürel Mirasın Aktarımı	Geleneksel Mutfakların Yaşatılması	Yerel yemek tariflerinin korunması ve menülere aktarımı (Nazikgöl, 2023; Ercan, 2021; İnce, 2016)	5	10,6
		Osmanlı ve Anadolu mutfak kültürünün kadın şeflerce canlandırılması (Mandal, 2018; Özkök, 2017)	4	8,5
	Coğrafi İşaretle Ürün Geliştirme	Coğrafi işaretle ürünlerin reçetelendirilmesi (Memili, 2024; Alagöz ve Güneş, 2023)	3	6,3
	Tarif ve Ürün Hikâyeleştirme	Gastronomide anlatı kültürü ve otantik deneyim aktarımı (İkikat, 2022; Özkök, 2017)	4	8,5
Sürdürülebilirlik ve Yerellik	Yerel Gıda Kullanımı	Kadın şeflerin tedarikte yerel üreticileri tercih etmesi (Mandal, 2018; Akçay, 2022; Ercan, 2021)	5	10,6
	Gıda İsrafının Azaltılması	Menü planlamasıyla israf azaltımı (Memili, 2024; Nazikgöl, 2023)	3	6,3
	Mevsimsel Ürün Kullanımı	Doğaya saygılı, döngüsel mutfak uygulamaları (Ercan, 2021; Alagöz ve Güneş, 2023)	3	6,3
Turistik Deneyim Tasarımı	Menü ve Sunum Yaratıcılığı	Füzyon mutfağın kadın bakışıyla yeniden yorumlanması (Nazikgöl, 2023; Özkök, 2017)	4	8,5
	Festival ve Etkinlik Katılımı	Gastronomi festivallerinde görünürlük ve panel konuşmaları (Akçay, 2022; Mandal, 2018)	4	8,5
	Turistik Menü Tasarımı	Turistlere özel “deneyim menüsü” sunumları (Ercan, 2021; İkikat, 2022)	3	6,3
	Kadın Şeflerin Rol Model Olması	Genç kadınlara örnek olma, sektörel motivasyon (İkikat, 2022; Alagöz ve Güneş, 2023)	4	8,5
Toplumsal Etki ve Temsilîyet	Medya ve Tanıtımda Kadın Temsilîyeti	Televizyon programları, belgesel ve sosyal medya etkileşimi (Özkök, 2017; Nazikgöl, 2023)	4	8,5
	Toplumsal Cinsiyet Farkındalığı	Gastronomi alanında kadınların görünürlüğü ve eşitliği (İnce, 2016; Memili, 2024)	3	6,3
Toplam			47	100

Tablo 2’de kadın şeflerin gastronomi turizmine katkılarına ilişkin bulgular tematik olarak sınıflandırılmıştır. Verilere göre kadın şeflerin katkıları beş ana tema altında toplanmıştır. Bunlar; kültürel mirasın aktarımı, sürdürülebilirlik ve yerellik, ekonomik katkı ve girişimcilik, turistik deneyim tasarımı ile toplumsal etki ve temsiliyet şeklindedir.

İlk tema olan kültürel mirasın aktarımı (%33,9), kadın şeflerin geleneksel mutfakları yaşatma, coğrafi işaretli ürünlerin geliştirilmesi ve tarif hikâyeleştirme yoluyla gastronomik değerleri koruyarak gelecek kuşaklara aktardıklarını göstermektedir. Özellikle yerel tariflerin korunması (f=5, %10,6) ve Osmanlı-Anadolu mutfağının yeniden canlandırılması (f=4, %8,5) bu alanda öne çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik ve yerellik temasında (%23,2), kadın şeflerin yerel gıda kullanımı (f=5, %10,6), gıda israfının azaltılması ve mevsimsel ürün tercihleriyle çevresel farkındalık oluşturdıkları görülmektedir. Bu, hem doğaya duyarlı bir yaklaşımı hem de yerel üreticilerin desteklenmesini içermektedir. Turistik deneyim tasarımı temasında (%23,3), kadın şeflerin yaratıcı menü sunumları, gastronomi festivallerine aktif katılımları ve turistlere özel deneyimsel menü tasarımlarıyla gastronomi turizmine estetik ve kültürel boyut kattıkları tespit edilmiştir. Son olarak toplumsal etki ve temsiliyet temasında (%23,3), kadın şeflerin genç kadınlara rol model olmaları, medyada görünürlük kazanmaları ve toplumsal cinsiyet farkındalığı oluşturmaları önemli görülmektedir. Bu, gastronomi alanında kadınların güçlenmesine yönelik sosyal bir etki alanı yaratmaktadır. Kadın şeflerin gastronomi turizmine olan katkıları yalnızca mutfakla sınırlı kalmayıp kültürel aktarım, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınma, turistik deneyim tasarımı ve toplumsal dönüşüm gibi çok boyutlu alanlara yayılmaktadır. Bu bulgular, kadın şeflerin gastronomi turizmi içinde stratejik ve dönüştürücü bir rol üstlendiklerini ortaya koymaktadır.

4.3. Kadın Şeflerin Gastronomi Turizminde Karşılaştıkları Sorunlar

Kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yeri ve rolüne yönelik araştırmalara göre; kadın şeflerin gastronomi turizminde karşılaştıkları sorunlara yönelik bulgular Tablo 3 ’de sunulmuştur.

Tablo 3. Gastronomi turizminde karşılaşılan sorunlara yönelik bulgular

Tema	Alt Tema	Kategori	F	%
Toplumsal Cinsiyet Engelleri	Cinsiyet Temelli Ayrımcılık	Kadınların şeflerin yükselmesinde görünmeyen engeller	5	10,4
		Kadınların yetkinliklerinin sorgulanması	4	8,3
	Aile-İş Yaşamı Uyumu	Uzun çalışma saatlerinin aile yaşamını olumsuz etkilemesi	4	8,3
	Fiziksel Güç Algısı	Mutfakta "erkek işi" algısının kadınları dışlaması	3	6,2
	Statü Algısı	Şefliğin "erkek egemen meslek" olarak görülmesi	2	4,1
Mesleki Görünürlük Sorunları	Medya Temsiliyeti Eksikliği	Gastronomi alanında kadın şeflerin az yer bulması	4	8,3
	Rol Model Yetersizliği	Genç kadın şef adayları için yeterli örnek figür olmaması	3	6,2
	Tanıtımda Arka Planda Kalma	Etkinlik ve festival tanıtımlarında geri planda bırakılması	3	6,2
Kurumsal ve Sektörel Engeller	Kariyer İlerlemesinde Eşitsizlik	Kadınların terfi süreçlerinde daha fazla engelle karşılaşması	5	10,4
	Mutfak Hiyerarşisinde Dışlanma	Kadınların karar verici pozisyonlara gelmekte zorlanması	4	8,3
	Mentorluk ve Ağ Eksikliği	Kadınlara özel kariyer geliştirme ağlarının eksikliği	3	6,2
Psikolojik ve Sosyal Zorluklar	Tükenmişlik ve Yorgunluk	Uzun süreli fiziksel ve zihinsel yüklenme	3	6,2
	Sosyal Kabul Mücadelesi	Geleneksel toplumsal rollerle çatışma	3	6,2
	Özgüven Sorunları	Cinsiyet temelli önyargıların öz-yeterliğini etkilemesi	2	4,1
Toplam			48	100

Tablo 3'e göre bulgular dört ana tema altında toplanmıştır. Bunlar toplumsal cinsiyet engelleri, mesleki görünürlük sorunları, kurumsal ve sektörel engeller ile psikolojik ve sosyal zorluklar olarak belirtilebilir.

Araştırma bulgularına göre, kadın şeflerin gastronomi turizminde mesleki ilerlemelerinde çeşitli toplumsal cinsiyet temelli engellerle karşılaştıkları görülmektedir (f=14, %29,1). Şef pozisyonlarına yükselme sürecinde ayrımcılık (f=5, %10,4), yetkinliklerin sorgulanması (f=4, %8,3) ve uzun çalışma saatlerinin aile yaşamına olumsuz etkisi (f=4, %8,3) öne çıkan sorunlardandır.

Ayrıca, şefliğin “erkek işi” olarak algılanması da kadınların sektöre tam katılımını zorlaştırmaktadır. Kadın şefler medya temsiliyetinde yetersizlik (f=4, %8,3), rol model eksikliği (f=3, %6,2) ve etkinliklerde geri planda kalma gibi görünürlük sorunları yaşamaktadırlar (f=10, %20,7). Kurumsal düzeyde ise terfi süreçlerinde eşitsizlik (f=5, %10,4), karar verici pozisyonlardan dışlanma (f=4, %8,3) ve mentorluk eksikliği (f=3, %6,2) gibi yapısal engeller dikkat çekmektedir (f=12, %25). Uzun çalışma saatlerinin neden olduğu tükenmişlik (f=3, %6,2), geleneksel rollerle çatışmalar (f=3, %6,2) ve önyargıların özgüvene etkisi (f=2, %4,1) gibi psikososyal zorluklar da kadın şeflerin kariyerlerini olumsuz etkilemektedir (f=9, %18,7).

5. SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu araştırmada akademik yayınlar çerçevesinde kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü ortaya çıkarılmıştır. Bu bağlamda kadın şeflerin gastronomi turizmindeki yerini ve rolünü konu edinen yurt içi makale ve tezlerin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Kadın şeflerin gastronomi turizmine yönelik katkılarına dair yapılan analizler, bu aktörlerin yalnızca mutfak pratiğiyle sınırlı kalmadığını, aynı zamanda kültürel, çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutlarda da etkili roller üstlendiklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgu, kadınların sektördeki konumlarının salt üretici kimliğiyle değil, aynı zamanda kültürel taşıyıcı ve dönüştürücü aktörler olarak değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir. Nitekim gastronomi turizmi, yalnızca yemek tüketimini değil; yerel değerlerin deneyimlenmesini, kültürel kimliğin tanıtılmasını ve geleneksel bilgi birikiminin aktarımını da kapsamaktadır. Bu bağlamda, kadın şeflerin en çok öne çıkan katkılarından biri olan kültürel mirasın korunması ve aktarımı, onların yerel mutfak kültürünü yaşatma konusundaki sorumluluklarını gözler önüne sermektedir. Özellikle geleneksel tariflerin sürdürülmesi, sözlü tarih öğelerinin yemek pratiğine entegre edilmesi ve coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımında aktif rol üstlenmeleri, kadın şefleri kültürel sürdürülebilirliğin taşıyıcıları hâline getirmektedir. Bu tür katkılar, yerel kimliklerin küresel ölçekte tanınmasına ve gastronomi destinasyonlarının farklılaşmasına olanak tanımaktadır.

Kadın şeflerin kültürel miras aktarımındaki bu etkin rolleri, sadece geleneksel tariflerin yeniden üretilmesiyle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda bu tariflerin hikâyeleştirilmesi ve anlatı yoluyla ziyaretçilere sunulmasıyla daha

anlamalı bir deneyim alanı yaratılmaktadır. Hikâyeleştirme, gastronomik deneyimi yalnızca duysal bir eylem olmaktan çıkararak kültürel ve duygusal bir bağlamla bütünleştirmekte; bu da gastronomi turizminin otantik ve özgün yönünü beslemektedir. Kadın şeflerin sıklıkla bu yöneme başvurusu, toplumsal belleğin korunmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca kadın şeflerin çevresel sürdürülebilirliğe yönelik katkıları da dikkat çekici bir diğer boyutu oluşturmaktadır. Yerel ve mevsimsel ürünlerin kullanımına öncelik vermeleri, gıda israfının önlenmesi yönünde bilinçli tercihlerde bulunmaları ve mutfakta çevre dostu uygulamalara yönelmeleri, onların doğayla daha uyumlu bir gastronomi anlayışını benimsediklerini göstermektedir. Bu durum, sürdürülebilir turizmin temel ilkeleriyle doğrudan örtüşmekte ve kadın şefleri çevresel duyarlılık bağlamında da örnek aktörler hâline getirmektedir.

Kadın şeflerin bu çok yönlü katkıları, gastronomi turizminin deneyimsel yapısını da dönüştürmektedir. Yemek deneyimlerinin estetik, kültürel ve sanatsal yönlerle zenginleştirilmesi, kadın şeflerin özgün bakış açıları sayesinde mümkün olmaktadır. Sunum tekniklerinden menü tasarımına, mekân düzenlemesinden tematik etkinliklere kadar birçok unsurda kadın şeflerin yaratıcı dokunuşları fark yaratmakta ve ziyaretçilerin deneyimlerini daha anlamlı hâle getirmektedir. Bu da gastronomi turizminin sıradan bir tüketim alanı değil, bir kültürel etkileşim mekânı olarak yeniden tanımlanmasına olanak tanımaktadır. Kadın şeflerin bu deneyim odaklı yaklaşımlarının bir diğer önemli sonucu da sosyal alanda rol model olmalarıdır. Özellikle genç kadınlar için ilham verici bir figür haline gelen kadın şefler, toplumsal cinsiyet temelli engellerin aşılabildiğini göstermekte ve kadınların mutfak dışında da karar verici rollerde bulunabileceğine yönelik güçlü bir mesaj vermektedir. Bu durum, gastronomi alanında kadın temsiliyetinin artırılmasına yönelik farkındalığı beslemekte ve kadınların sektörel güçlenmelerine doğrudan katkı sunmaktadır. Bu bağlamda kadın şeflerin gastronomi turizmine katkıları; yalnızca mutfak pratiklerine değil, aynı zamanda kültürel aktarım, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik girişimcilik, yaratıcı deneyim tasarımı ve toplumsal dönüşüm gibi çok katmanlı alanlara da yayılmaktadır. Bu katkıların daha görünür hale getirilmesi, yalnızca kadınların sektördeki konumlarını güçlendirmekle kalmayacak; aynı zamanda gastronomi turizminin daha kapsayıcı, sürdürülebilir ve kültürel açıdan zengin bir yapıya evrilmesini de mümkün kılacaktır.

Kadın şeflerin gastronomi turizminde karşılaştıkları sorunlar, yalnızca bireysel çabalarla aşılabilecek engeller olmaktan öte, çok katmanlı toplumsal, mesleki ve kurumsal yapıların iç içe geçtiği bir dizi yapısal soruna işaret etmektedir. Bu bağlamda, kadınların sektördeki varlığını sınırlandıran başlıca etkenlerden biri, toplumsal cinsiyet temelli önyargıların hâlâ güçlü bir biçimde varlığını sürdürmesidir. Özellikle “şeflik” mesleğinin fiziksel güç, baskın karakter ve otoriteyle ilişkilendirilmesi, bu alanı erkek egemen bir yapı olarak konumlandırmakta ve kadınların bu pozisyona yükselmesini güçleştirmektedir. Kadın şeflerin yetkinliklerinin sürekli sorgulanması, çoğu zaman teknik becerilerinden ziyade cinsiyet kimlikleri üzerinden değerlendirilmelerine yol açmakta; bu durum mesleki ilerlemelerini ciddi şekilde engellemektedir. Bu görünmeyen bariyerler, yalnızca işe alım ya da terfi gibi yapısal süreçlerde değil, aynı zamanda işyeri ilişkilerinde de etkisini göstermektedir. Kadın şeflerin mutfak içindeki otoritesinin çalışanlarca sorgulanması ya da kadın liderliğin doğasına yönelik önyargılar, sektördeki profesyonel etkileşimleri olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, kadın şeflerin liderlik rollerini içselleştirmesi ve benimsetmesi daha fazla çaba gerektirmektedir.

Toplumsal cinsiyet normları yalnızca iş ortamını değil, kadınların özel hayatlarını da doğrudan etkilemektedir. Gastronomi sektörünün uzun ve düzensiz çalışma saatleri, kadınların aile yaşamı ve çocuk bakımı sorumluluklarıyla çakışmakta; bu durum, iş-aile dengesinin sağlanmasını güçleştirmektedir. Kadınların hâlâ ev içi rollerin birincil taşıyıcısı olarak görülmesi, profesyonel kimliklerinin önünde ciddi bir engel teşkil etmektedir. İş-aile dengesizliği, kadın şeflerin kariyerlerinden vazgeçmeleri ya da yükselme hedeflerini ertelemeleriyle sonuçlanabilmektedir. Bu da sektörde kadın temsiliinin düşüklüğüyle doğrudan bağlantılıdır. Zira potansiyel kadın liderlerin, bu uyumsuzluk nedeniyle meslekten çekilmesi, gastronomi turizminde kadın perspektifinin zayıflamasına neden olmaktadır. Kadın şeflerin görünürlük sorunu da bu bağlamda kritik bir başka sorundur. Medyada erkek şeflerin daha fazla temsil edilmesi, kadın şeflerin başarılarının gölgede kalmasına yol açmaktadır. Televizyon programları, gastronomi dergileri ve sosyal medya gibi mecralarda erkek figürlerin baskın olması, kamusal algıyı biçimlendirmekte ve kadınların görünürlüğünü sınırlamaktadır.

Bu medyatik eksiklik, sektörde yeterli sayıda kadın rol modelin bulunamamasıyla birleştiğinde, kadınların mesleki kimliklerini içselleştirmelerini ve uzun vadeli kariyer hedefleri oluşturmalarını güçleştirmektedir. Özellikle

genç kadın şef adayları için bu görünmezlik, meslek seçiminde caydırıcı bir faktör olabilmektedir. Bu durum, toplumsal cinsiyet temelli mesleki ayrışmaların yeniden üretilmesine zemin hazırlamaktadır. Kurumsal düzeyde ise terfi ve kariyer gelişim süreçlerinde karşılaşılan yapısal eşitsizlikler, kadın şeflerin mesleki ilerlemesini ciddi biçimde sınırlamaktadır. Geleneksel mutfağın hiyerarşilerinde karar verici pozisyonlara erkeklerin daha kolay erişebilmesi, cinsiyet temelli bir ayrıcalık sisteminin varlığına işaret etmektedir. Bu da liyakat ilkesinin sektöre uğramasına neden olmaktadır. Psikolojik zorlanmaların en önemli kaynaklarından biri, kadınların toplumsal rollerle mesleki roller arasında yaşadığı ikilemlerdir. Hem iyi bir şef hem de iyi bir anne ya da eş olma baskısı, kadınların sürekli olarak kendilerini yetersiz hissetmelerine neden olabilmektedir. Bu tür ikili roller arasında sıkışmak, kadınların öz yeterlik algılarını zedelemekte ve mesleki özgüvenlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Kadın şeflerin özgüven sorunları, genellikle cinsiyet temelli önyargılarla beslendiği için bireysel çabalardan çok, yapısal dönüşümlerle giderilebilecek bir durumdur. Meslektaşlar, yöneticiler ve sektörel yapılar tarafından gösterilen cinsiyet temelli ayrımcılık, kadınların karar alma süreçlerine katılımını ve liderlik yetkinliklerini ifade etmesini engellemektedir. Bu da toplumsal cinsiyet eşitliğini kurumsal düzlemde imkânsızlaştırmaktadır. Tüm bu sorunların üstesinden gelinmesi, yalnızca kadın şeflerin bireysel direnciyle değil, aynı zamanda sektörel, yasal ve toplumsal düzeyde bütüncül politikalarla mümkündür. Eğitimde toplumsal cinsiyet eşitliği vurgusu, kadın girişimcilerin desteklenmesi, gastronomi eğitim kurumlarında rol model kadın şeflerin görünürlüğünün artırılması ve medyada eşit temsiliyetin sağlanması, atılabilecek önemli adımlar arasındadır. Ayrıca, işyerlerinde toplumsal cinsiyet duyarlılığı eğitiminin yaygınlaştırılması, esnek çalışma saatleri ve kreş desteği gibi uygulamaların hayata geçirilmesi, kadınların iş-aile dengesini sağlamalarına katkı sunarak sektöre daha uzun süreli katılım göstermelerine olanak tanıyabilir. Bu tür uygulamalar, sadece kadınlar için değil, tüm çalışanlar için daha adil ve kapsayıcı bir iş ortamı yaratacaktır.

Araştırma sonuçları bağlamında kadın şeflerin gastronomi turizmine katkılarını derinlemesine kavrayabilmek için, farklı coğrafyalarda yürütülecek niteliksel saha araştırmaları ve disiplinler arası çalışmaların teşvik edilmesi gerekmektedir. Böylece kadın şeflerin deneyimleri, karşılaştıkları engeller ve geliştirdikleri başarı stratejileri, bütüncül bir kuramsal çerçeve içinde

değerlendirilebilir. Sözlü tarih projeleri, bu birikimi tarihsel bir arşive dönüştürürken toplumsal farkındalığı da artıracaktır. Aynı doğrultuda, gastronomi eğitimi veren kurumların müfredatlarına toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın emeği ve liderliği temalarının eklenmesi, sektöre daha eşitlikçi bir mesleki bilinç kazandıracaktır.

Sektörün uygulama boyutunda, deneyimli şeflerle eşleştirilen mentorluk programları, cinsiyet duyarlı insan kaynakları politikaları ve psikososyal destek hizmetleri, kadın şeflerin kariyer gelişimine doğrudan katkı sunar. Kadın şeflerin görünürlüğüne artırmak amacıyla medyada belgeseller, dijital platformlarda kısa video serileri ve bloglar hazırlanması; gastronomi festivalleri, fuarlar ve yarışmalar düzenlenmesi; ayrıca bu şeflerin işlettiği restoranları içeren tematik gastronomi rotalarının kurgulanması yerel turizmi canlandırırken sektördeki temsiliyeti de güçlendirecektir. Yerel yönetimlerin, kadın şefleri bölgesel ürünlerle yenilikçi tarifler geliştirmeye yönelten yarışmalar ve fon destekli projeler organize etmesi, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlayacaktır.

Stratejik düzeyde ise, kadın şeflerin girişimcilik faaliyetlerini destekleyen mikro kredi, vergi indirimi ve yatırım teşvikleri gibi cinsiyet odaklı politika araçları, sektördeki liderlik pozisyonlarına erişimi kolaylaştırır. Meslek odalarının gönüllü kota uygulamaları ve temsilci atamaları, karar alma mekanizmalarında cinsiyet dengesi oluşturulmasına hizmet ederken; ulusal ve uluslararası ağlara erişimi kolaylaştıracak seminer ve çalıştaylar da profesyonel gelişimi hızlandırır. Son olarak, akademik yayın destek programları ile kadın şeflerin gastronomi turizmine katkılarını konu alan özgün çalışmaların fonlanması, literatürdeki boşlukları doldurarak sürdürülebilir bir bilgi tabanı oluşturacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçay, S.Z. (2022). *Gastronomi etkinlikleri ve şeflerin bakış açısıyla Türkiye’de gastronomi etkinlikleri yönetimi*, (Yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Akoğlu, A., Çavuş, O., & Bayhan, İ. (2017). Michelin yıldızlı restoran şeflerinin moleküler gastronomi algı ve eğilimleri: San Sebastián, İspanya örneği. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 5(1), 43-59.
- Alagöz, G., & Güneş, E. (2023). Cinsiyet ayrımcılığı ve meslek aşkının mesleki bağlılık ve mesleği bırakma niyeti üzerine etkisi: Aşçılık öğrencileri üzerine bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 745-759.

- Arslanhan, Y., & Yaman, Z.Ö. (2020). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Mezunlarının Eğitime İlişkin Memnuniyet Düzeyleri ile İstihdam Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 8(3), 2013-2028.
- Bucak, T. (2022). Kız öğrencilerin cam tavan algısı: Gastronomi ve mutfak sanatları bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), 1293-1308.
- Braun, V., & Clarke, V. (2024). Thematic Analysis. In *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (7187-7193). Cham: Springer International Publishing.
- Creswell, J.W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Çekiç, İ., & Oğan, Y. (2023). Kadın aşçıların cam tavan sendromuna yönelik metaforik algıları üzerine bir değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 1177-1194.
- Er, E. (2021). *Uluslararası gastronomi işletmelerinde çalışan şeflerin eğitimlerinin etkinliğinin değerlendirilmesi*, (Yüksek lisans tezi). İstanbul Aiyansaray Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Ercan, M.O. (2021). *Gastronomi turizmi kapsamında Türk tatlılarının şefler tarafından değerlendirilmesi: Füzyon mutfak uygulamaları kapsamında ürün geliştirme çalışması*, (Yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Eren, S., & Güleç, E. (2023). Mutfakta kadınlara yönelik cinsiyet ayrımcılığı var mıdır? Gastronomi ve mutfak sanatları bölümünde okuyan kadın öğrenciler üzerine bir araştırma. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(12), 1617-1634.
- Fındık, G. (2023). *Gastronomi ve aşçılıkta kadın çalışanların istihdam sorunlarının incelenmesi*, (Yüksek lisans tezi). Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- İkikat, H.E. (2022). *Türkiye'deki kadın şeflerin varoluş çabaları*, (Yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İnce, Ş. (2016). Şeflerin savaşı: Profesyonel mutfaklarda erkek ve kadın şefler. *Moment Dergi*, 3(2), 409-435.
- Kandıra, Y. (2022). *Türkiye'deki kadın şeflerin mesleki deneyimleri üzerine nitel alan araştırması*, (Yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Mandal, M. (2018). *Türkiye'de sürdürülebilir gastronomi turizminin gelişmesinde mutfak şeflerinin rolü*, (Yüksek lisans tezi), Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Memili, Ş.N. (2024). *Destinasyonların gastronomi değerinin artırılmasında kadın kooperatiflerinin rolü: Balıkesir örneği*, (Yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Nazıkgül, M. (2023). *Otel işletmelerindeki mutfak şeflerinin Osmanlı saray mutfakları uygulamalarının gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi*, (Yüksek lisans tezi). Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gümüşhane.
- Odacı, G. (2021). *Gastronomi bölümünde okuyan kadın öğrencilerin kariyer beklentileri ve aşçılık mesleğine yönelik tutumları arasındaki ilişki*, (Yüksek lisans tezi). Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Odacı, G., & Yıldız, S. (2023). Kadın öğrencilerin kariyer beklentileri ve aşçılık mesleğine yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencileri üzerine bir araştırma. *Tourism and Recreation (Online)*, 5(2), 186-193.
- Oğan, Y. (2021). Gastronomi Turizmi ve Gastronomik Akımlar. Birinci, M.C., & Yayla, Ö. (Ed.), *Rekreasyon ve Turizm Araştırmaları* (34-52). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Özkök, G.A. (2017). Mutfak şeflerinin gastronomi ile ilgili görüşleri: Nitel bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 182-193.

- Purssell, E., & Gould, D. (2021). Undertaking qualitative reviews in nursing and education-A method of thematic analysis for students and clinicians. *International Journal of Nursing Studies Advances*, 3, 100036.
- Sak, R., Şahin Sak, İ.T., Öneren Şendil, Ç., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250.
- Tutar, H., & Erdem, A.T. (2020). *Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, H., & Çemrek, F. (2019). Aşçılık programı ile gastronomi bölümünde okuyan kadın öğrencilerin aşçılık mesleğine yönelik tutumları: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 2(2), 141-156.
- Yılmaz, İ., & Akay, E. (2020). Gastronomi sektöründe kadınların durumunun değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 10(2), 81-86.

GASTRONOMİ FESTİVALLERİNİN ŞEHİR İMAJI VE TURİZMİNE ETKİSİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ANALİZ

Osman ÖZER

Öğr. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

osman-ozar@hotmail.co.uk, ORCID: 0000-0001-8543-0664

1. GİRİŞ

Günümüzde turizm sektörü, destinasyonlar arasındaki rekabetin yoğunlaştığı bir dönemden geçmektedir. Küreselleşen dünyada destinasyonlar arasında artan rekabet ortamında şehirler, farklılaşma stratejileri geliştirmek ve turistik çekiciliklerini artırmak için çeşitli yöntemler aramaktadır. Bu bağlamda, gastronomi giderek artan bir şekilde destinasyonların pazarlama ve markalaşma stratejilerinin merkezine oturmaktadır (Hjalager ve Corigliano, 2000). Bir şehrin mutfak kültürü, sadece beslenme ihtiyacını karşılayan bir unsur olmaktan öte, o şehrin tarihini, geleneklerini, sosyal yapısını ve doğal kaynaklarını yansıtan önemli bir kültürel miras unsuru haline gelmiştir. Gastronomi turizmi, son yıllarda hızla gelişen alternatif turizm türleri arasında önemli bir konuma sahiptir (Aşık, 2021). Gastronomi festivalleri ise bu alanda destinasyonların kendilerini tanıtmak, yerel kültürlerini paylaşmak ve turist çekmek için kullandıkları etkili araçlar haline gelmiştir.

Gastronomi festivalleri, bir destinasyonun yemek kültürünü, geleneksel lezzetlerini ve mutfak mirasını ziyaretçilerle buluşturan özel etkinliklerdir. Bu festivaller, sadece yemek deneyimi sunmakla kalmaz, aynı zamanda destinasyonun kültürel kimliğini yansıtan, sosyal etkileşimi artıran ve ekonomik değer yaratan kapsamlı organizasyonlardır (Demirci, 2020). Aynı zamanda yerel üreticileri destekleyerek, bölgesel ürünleri tanıtarak ve kültürel etkileşimi teşvik ederek yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır (Smith ve Xiao, 2008). Ayrıca, festivallerin sunduğu benzersiz deneyimler, bir destinasyonun genel çekiciliğini artırarak turistlerin o bölgeye olan ilgisini yükseltmektedir (Getz, 2008). Türkiye'de de son yıllarda farklı şehirlerde düzenlenen gastronomi festivalleri, hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

Şehir imajı, bir destinasyonun potansiyel ziyaretçilerin zihnindeki algısıdır ve turizm başarısı için yüksek öneme sahiptir (Crompton, 1979). Bununla birlikte bir destinasyonun turistlerin zihnindeki algısını ifade eden kritik bir kavramdır. Destinasyon imajı, turistlerin seyahat kararlarını etkileyen temel faktörlerden biridir (Gürbüz, 2019). Gastronomi festivalleri, şehrin özgün kimliğini ve kültürel zenginliğini ön plana çıkararak bu imajın olumlu yönde şekillenmesine yardımcı olabilir. Aynı zamanda şehirlerin imajlarını güçlendirmek, pozitif algı yaratmak ve turistik marka değerini artırmak için stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır. Zira festivaller, ziyaretçilere otantik deneyimler sunarak ve sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaşarak şehrin imajını güçlendirme potansiyeli taşımaktadır. Bu bağlamda gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki etkilerinin akademik perspektiften incelenmesi önem arz etmektedir.

Bu çalışma, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm gelişimi üzerindeki etkilerini mevcut literatür çerçevesinde sistematik olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Türkiye’de ulusal literatürde bu konuda yapılan çalışmaların derlenmesi ve analizi, hem mevcut bilgi birikimine katkı sağlayacak hem de gelecekteki araştırmalar için bir temel oluşturacaktır. Araştırma kapsamında, bu alandaki mevcut akademik bilgi birikimi değerlendirilmekte, temel kavramlar açıklanacak ve gelecek araştırmalar için öneriler sunulmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, çalışmanın temelini oluşturan gastronomi festivalleri, şehir imajı ve turizm kavramları detaylı bir şekilde açıklanarak aralarındaki ilişkiler incelenmektedir.

2.1. Gastronomi Festivalleri

Gastronomi turizmi, destinasyonların yerel yemek kültürü ve mutfak geleneklerini deneyimlemek amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Okumuş, 2018). Bu turizm türü, turistlerin otantik yemek deneyimleri yaşamalarını, yerel kültürü yakından tanımalarını ve destinasyonla duygusal bağ kurmalarını sağlar. Gastronomi turizmi, bir destinasyonun yerel mutfak kültürünü deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatleri ifade eder

ve son yıllarda popüleritesi artan bir niş pazar haline gelmiştir (Hall ve Mitchell, 2001). Dolayısıyla gastronomi festivalleri, bu turizm türünün en önemli çekiciliklerinden biridir.

Gastronomi festivalleri, belirli bir coğrafi bölgenin yemek kültürünü, geleneksel lezzetlerini ve mutfak mirasını ziyaretçilerle buluşturan özel etkinliklerdir (Karakaş, 2021). Gastronomi festivalleri, yiyecek ve içecek ekseninde şekillenen, genellikle belirli bir temaya (örneğin zeytin, peynir, şarap, bölgesel mutfak vb.) sahip olan ve ziyaretçilere kültürel, sosyal ve ekonomik deneyimler sunan etkinliklerdir (Getz, 2008). Bu festivaller, yemek deneyimi sunmanın yanı sıra kültürel etkileşim, sosyal paylaşım ve ekonomik değer yaratma işlevleri de görmektedir (UNWTO, 2025). Bu festivaller, mevsimsel ürünleri kutlayabilir, yerel şefleri ve üreticileri bir araya getirebilir veya belirli bir mutfak geleneğini vurgulayabilir. Gastronomi festivalleri, hem yerel halk hem de turistler için önemli cazibe merkezleri haline gelmiştir. Gastronomi festivallerinin temel amaçları arasında şunlar yer almaktadır:

Yerel mutfak kültürünü tanıtmak ve korumak: Bölgenin özgün yeme-içme alışkanlıklarını, tariflerini ve ürünlerini sergilemek (Everett ve Aitchison, 2008).

Yerel ekonomiyi desteklemek: Küçük ölçekli üreticilere pazar fırsatları sunmak, turizm gelirlerini artırmak ve istihdam yaratmak (Richards ve Wilson, 2004).

Destinasyonun cazibesini artırmak: Ziyaretçiler için çekici bir etkinlik takvimi oluşturmak ve tekrar ziyaret etme motivasyonu yaratmak (Deery vd., 2012).

Şehir imajını güçlendirmek: Destinasyonu "*gastronomi destinasyonu*" olarak konumlandırarak farklılaşma sağlamak (Quan ve Wang, 2004).

2.2. Şehir Markalaşması ve İmajı

Şehir imajı, bir şehrin potansiyel ziyaretçilerin, yatırımcıların ve yerel halkın zihninde oluşan genel algısıdır (Konecnik ve Gartner, 2007). Bu imaj, şehrin fiziksel özelliklerinden (mimari, doğal güzellikler), kültürel mirasından (tarihi yapılar, sanat), sosyal yapısından (insanlar, yaşam tarzı) ve ekonomik faaliyetlerinden (endüstri, ticaret) etkilenir. Şehir imajı, turistlerin bir

şehir hakkındaki algıları, düşünceleri ve inançlarının toplamını ifade etmektedir (Yılmaz, 2020). İmaj, turistlerin destinasyon seçimi, tatil deneyimi ve gelecekteki seyahat kararları üzerinde doğrudan etkilidir. Pozitif şehir imajı, turist çekme, tekrar ziyaret ve tavsiye etme davranışlarını artırmaktadır. Pozitif bir şehir imajı, turizm gelişimi, yabancı yatırım çekme ve yerel halkın yaşam kalitesini artırma gibi birçok fayda sunar (Kotler vd., 1999).

Şehir markalaşması, destinasyonların kendilerini farklılaştırmak, rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilir turizm gelişimi sağlamak için geliştirdikleri stratejik yaklaşımları içermektedir (Özkan, 2019). Gastronomi, bir şehrin imajının önemli bir bileşeni haline gelebilir; zira yeme-içme deneyimleri, bir destinasyonun kültürel kimliğinin güçlü bir göstergesidir. Gastronomi festivalleri, şehir markalaşması sürecinde önemli araçlar olarak kullanılmaktadır.

2.3. Gastronomi Festivallerinin Şehir İmajı ve Turizm Arasındaki İlişki

Gastronomi festivalleri ile şehir imajı ve turizm arasındaki ilişki döngüsel ve karşılıklıdır. Bir gastronomi festivali, bir şehrin benzersiz mutfak kimliğini ve kültürel zenginliğini vurgulayarak şehrin imajını olumlu yönde etkiler. Bu olumlu imaj, daha fazla turistin şehri ziyaret etmesini teşvik eder. Artan turist sayısı, festivalin başarısını artırır ve bu da şehrin imajını daha da güçlendirir (Smith ve Xiao, 2008).

Algılanan Destinasyon Çekiciliği: Festivaller, destinasyonu daha çekici hale getirir, ziyaretçilere özgün deneyimler sunar (Deery vd., 2012).

Ağızdan Ağıza Pazarlama: Memnun kalan ziyaretçiler, deneyimlerini başkalarıyla paylaşarak ücretsiz ve etkili bir pazarlama kanalı oluşturur (Kotler vd., 1999).

Medya Görünürlüğü: Festivaller, yerel ve ulusal medyada geniş yer bularak şehrin tanıtımına katkı sağlar (Getz, 2008).

Tekrar Ziyaret Niyeti: Festivaller, ziyaretçilerde tekrar ziyaret etme ve destinasyonda daha uzun kalma isteği uyandırabilir (Kim vd., 2009).

Bu kavramsal çerçeve, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki karmaşık ve çok boyutlu etkilerini anlamak için bir temel sağlamaktadır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi ve betimsel analiz teknikleri kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini, gastronomi festivalleri ve şehir imajı konularında TR Dizin ve Dergi Park veri tabanlarında yayınlanan akademik makaleler oluşturmaktadır. Ayrıca, uluslararası literatürden de konuyla ilgili temel çalışmalar incelenerek atıflarda bulunmak suretiyle kapsamlı bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır.

3.1. Veri Toplama Süreci

Literatür taraması 2018-2025 yılları arasında yayınlanan çalışmalarla sınırlandırılmıştır. Arama stratejisi olarak *"gastronomi festivali"*, *"şehir imajı"*, *"destinasyon pazarlaması"*, *"turizm"*, *"yerel kültür"* anahtar kelimeleri kullanılmıştır. İlk taramada 127 makale tespit edilmiş, tekrarlılık kriteri uygulanarak 45 makale çalışma kapsamına alınmıştır. Doküman analizi, belirli bir konu hakkında yazılmış metinleri, belgeleri, makaleleri ve diğer yazılı materyalleri inceleyerek veri toplama yöntemidir (Bowen, 2009). Bu çalışmada, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizmine etkileri üzerine yazılmış bilimsel makaleler, tezler, kitap bölümleri ve konferans bildirileri incelenmiştir. Doküman analizinin temel aşamaları şu şekildedir:

Dokümanların Seçimi: Çalışmanın amacına uygun anahtar kelimeler (*"gastronomi festivali"*, *"şehir imajı"*, *"turizm"*, *"destinasyon pazarlaması"*, *"mutlak turizmi"*) kullanılarak ilgili veri tabanlarında (özellikle TR Dizin ve Dergi Park) tarama yapılmıştır.

Dokümanların Değerlendirilmesi: Elde edilen dokümanların başlıkları, özetleri ve anahtar kelimeleri incelenerek çalışmanın kapsamına uygunluğu değerlendirilmiştir.

Verilerin Çıkarılması ve Düzenlenmesi: Seçilen dokümanlardan, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizme etkilerine dair doğrudan veya dolaylı bulgular, argümanlar ve kavramlar sistematik bir şekilde not alınmıştır.

Verilerin Analizi ve Yorumlanması: Toplanan veriler, ortak temalar, eğilimler ve tekrarlayan bulgular açısından analiz edilerek yorumlanmıştır.

3.2. Veri Analizi

Toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmalar tema bazlı kategorilere ayrılarak sistematik olarak değerlendirilmiştir. Analiz sürecinde güvenilirlik sağlamak için uzman görüşü alınmıştır. Betimsel analiz, toplanan verileri özetleyerek, kategorize ederek ve yorumlayarak belirli bir konuyu detaylı bir şekilde açıklama yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu çalışmada, doküman analizi ile elde edilen bulgular, betimsel bir yaklaşımla sunulmuştur. Bulgular, tablolar ile desteklenerek okuyucunun konuyu daha iyi anlaması amaçlanmıştır. Betimsel analizde, şu adımlar izlenmiştir:

Kategorileştirme: Elde edilen veriler, gastronomi festivallerinin şehir imajına etkileri (algı, çekicilik, marka değeri vb.) ve turizme etkileri (ziyaretçi sayısı, harcama, tekrar ziyaret niyeti vb.) gibi ana temalar altında kategorize edilmiştir.

Tema Belirleme: Her bir kategoride öne çıkan ana temalar ve alt temalar belirlenmiştir.

Bulguların Sunumu: Bulgular, literatürden doğrudan alıntılar ve araştırmacıların yorumlarıyla zenginleştirilerek sunulmuştur.

4. BULGULAR

Bu bölümde, yapılan literatür taraması sonucunda gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizmine etkilerine yönelik elde edilen bulgular sunulmuştur. Bulgular, belirlenen temalar altında toplanmış ve mümkün olduğunca tablolar, şekiller veya grafiklerle desteklenerek (literatürde mevcut olan veriler ışığında) görselleştirilmiştir.

4.1. Literatür Dağılımı

Yapılan analize göre gastronomi festivalleri konusundaki akademik çalışmalar 2018 yılından itibaren hızla artmıştır. Çalışma her ne kadar 45 adet TR Dizin ve Dergi Park indekslerinden makalelerle sınırlandırılmış olsa da özellikle turizm ve gastronomi alanındaki kült kaynaklardan da zaman sınırı olmadan yararlanılmaktadır. Yıllara göre yayın dağılımı aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Yıllara Göre Yayın Dağılımı

Yıl	Makale sayısı	Yüzde
2018	4	8.9%
2019	6	13.3%
2020	8	17.8%
2021	11	24.4%
2022	9	20.0%
2023	5	11.1%
2024	2	4.4%
Toplam	45	100%

4.2. Temalar ve Kategoriler

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen literatür analizi sonucunda beş ana tema belirlenmiştir. Bu temalara ait bilgiler, Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Tema dağılımı

Tema	Çalışma sayısı	Yüzde
Destinasyon İmajı ve Algı	15	33.3%
Ekonomik Etkiler	12	26.7%
Kültürel Kimlik ve Miras	9	20.0%
Turist Deneyimi ve Memnuniyeti	6	13.3%
Sürdürülebilirlik	3	6.7%
Toplam	45	100%

4.3. Gastronomi Festivallerinin Şehir İmajı Üzerindeki Etkileri

Literatür taraması, gastronomi festivallerinin bir şehrin imajının oluşturulması ve güçlendirilmesinde önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Çalışmaların %33.3’ü gastronomi festivallerinin şehir imajı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Elde edilen bulgular; festivaller şehir farkındalığını %68 oranında artırmaktadır. Ayrıca pozitif imaj algısı yaratma konusunda %85 başarı oranı, şehir tercih edilirliğinde %45 artış ve sosyal medya paylaşımlarında %156 artış olarak elde edilmiştir. Bulgular tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. Gastronomi festivallerinin şehir imajı etkisi

İmaj	Frekans
Destinasyon Farkındalığı	68%
Pozitif İmaj Algısı	85%
Tercih Edilirlik	45%
Sosyal Medya Etkisi	156%

Festivallere farklı bir bakış açısıyla incelemek çalışmayı daha etkin kılmaktadır. Bu bağlamda, başarılı gastronomi festivalleri, zamanla şehrin "gastronomi destinasyonu" olarak markalaşmasına katkı sağlar. Bu markalaşma, ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığı artırır ve şehre katma değer katar (Kotler vd., 1999). Bir şehrin özgün mutfak kültürüyle ilişkilendirilmesine ve bu kimlik üzerinden farklılaşmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin, Zeytin Festivali ile Ayvalık veya Erik Festivali ile Salıhlı gibi eşleşmeler, destinasyonun gastronomik bir kimlik kazanmasına katkı sağlamaktadır (Öztürk ve Çolakoğlu, 2017). Bu durum, şehrin algılanan çekiciliğini artırmaktadır. Katılımcıların festival deneyimleri, destinasyona yönelik genel algılarını olumlu yönde etkilemektedir. Festival süresince edinilen hoş deneyimler, şehrin sıcak, misafirperver ve ilgi çekici bir yer olarak algılanmasına yol açmaktadır (Deery vd., 2012). Gastronomi festivalleri, yerel ve ulusal medyada geniş yer bularak şehrin tanıtımına önemli katkı sağlamaktadır. Festivale dair haberler, televizyon programları ve sosyal medya paylaşımları, şehrin imajının geniş kitlelere yayılmasına yardımcı olur (Yılmaz ve Aktaş, 2019). Bu durum, şehrin tanıtım maliyetlerini düşürürken, erişimini artırmaktadır. Gastronomi festivallerinin şehir imajı bileşenlerine etkisi Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Gastronomi festivallerinin şehir imajı bileşenlerine etkisi

Şehir İmajı Bileşeni	Gastronomi Festivali Etkisi
Özgünlük	Destinasyona özgü mutfak kimliği oluşturma
Çekicilik	Ziyaretçi ilgisini artırma
Canlılık	Dinamik ve eğlenceli bir atmosfer yaratma
Güvenilirlik	Yerel ürünlerin kalitesini vurgulama

4.4. Gastronomi Festivallerinin Sosyo-Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Gastronomi festivalleri, turizm hareketliliğini artırarak şehir ekonomisine ve sosyal yapısına önemli katkılar sağlamaktadır. Festivaller, özellikle belirli dönemlerde şehre olan ziyaretçi akışını önemli ölçüde artırmaktadır. Festivaller geleneksel mutfak kültürünün yaşatılmasında kritik rol oynamaktadır. Festivaller, sadece yeme-içme kültürünü değil, aynı zamanda yerel el sanatlarını, müzikleri ve diğer kültürel unsurları da tanıtmaya fırsatı sunar. Farklı kültürlerden ziyaretçilerin yerel kültürle tanışması sağlanmaktadır. Bu entegre yaklaşım, kültürel turizmi teşvik eder ve destinasyonun çok yönlü çekiciliğini artırır (Everett ve Aitchison, 2008). Hem yerel hem de ulusal turistlerin ilgisini çeken bu etkinlikler, ziyaretçi sayısında gözle görülür bir yükselişe neden olmaktadır (Kuzu ve Aktaş, 2018). Festivallerin sunduğu benzersiz ve tatmin edici deneyimler, ziyaretçilerde destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetini güçlendirmektedir (Kim vd., 2009). Memnun kalan ziyaretçiler, aynı zamanda destinasyonun gönüllü elçileri haline gelerek çevrelerine olumlu tavsiyelerde bulunurlar. Özellikle düşük sezonlarda düzenlenen gastronomi festivalleri, turizm hareketliliğini canlandırarak sezonluk dalgalanmaları azaltmaya yardımcı olabilir (Hall ve Mitchell, 2001). Bu sayede destinasyon, yıl boyunca daha dengeli bir turizm akışına sahip olabilir. Festivale katılan ziyaretçiler, konaklama, yeme-içme, alışveriş ve ulaşım gibi kalemlere harcama yaparak yerel ekonomiye doğrudan katkıda bulunurlar (Richards ve Wilson, 2004). Ekonomik etkiye ait etkiler Tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 4. Ekonomik Etki Kategorileri

Kategori	Ortalama Etki	Çalışma Sayısı
Yerel İşletme Gelirleri	+42%	8
İstihdam Artışı	+28%	6
Turist Harcamaları	+65%	9
Otel Doluluk Oranı	+38%	5
Restoran Ziyaretçi Sayısı	+71%	7

Ekonomik kalkınmayla birlikte sosyal alanlar güç kazanmaktadır. Kültürel kimlik ve miras etkileri artış göstermektedir. Bu durum, özellikle küçük

ve orta ölçekli işletmeler için önemli bir gelir kaynağı oluşturur. Genç nesillere geleneksel yemek kültürünün aktarılmasında önemli katkı ve yerel halkın nesiller arası kültürel kimliğine sahip çıkma duygusunun güçlenmesi sağlar. Gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm gelişimi için güçlü bir katalizör görevi gördüğünü açıkça ortaya koymaktadır. Ancak, festivallerin başarısı; etkin bir planlama, pazarlama stratejisi ve yerel paydaşların katılımıyla doğru orantılıdır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki olumlu etkileri konusunda literatürdeki genel eğilimlerle uyumludur (Getz, 2008; Smith ve Xiao, 2008). Çalışma, festivallerin destinasyon kimliğini güçlendirme, pozitif algı oluşturma ve marka değeri yaratma gibi imaj bileşenleri üzerindeki etkilerini vurgulamaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular, uluslararası literatürdeki sonuçlarla paralellik göstermektedir. Özellikle Türkiye’de ulusal literatüründe yapılan çalışmalar da bu bulguları destekler niteliktedir (Öztürk ve Çolakoğlu, 2017; Kuzu ve Aktaş, 2018).

Festivallerin turizm gelirlerini ve ziyaretçi sayısını artırdığına dair bulgular, ekonomik kalkınma açısından önem taşımaktadır. Gastronomi festivallerinin destinasyon imajı üzerindeki pozitif etkisi, turizm pazarlamasında önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Festivaller, destinasyonların gastronomik kimlik kazanmasını sağlayarak rekabet avantajı yaratmaktadır. Bu durum, destinasyon yönetimi açısından stratejik planlamanın önemini vurgulamaktadır. Ekonomik etkiler açısından gastronomi festivalleri, yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için festival dönemlerinde gelir artışı yaşanmaktadır. Ancak bu etkinin sürdürülebilirliği için festival sonrası stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Olumlu ivmenin sürdürülebilirliği ve yerel halk üzerindeki olası olumsuz etkileri (fiyat artışları, kalabalıklaşma gibi) daha derinlemesine incelenmelidir. Literatürde, festivallerin yerel halkla ilişkileri ve sosyal sürdürülebilirliği konularına daha fazla odaklanılması gerektiği belirtilmektedir (Deery vd., 2012).

Bu çalışma, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki etkilerini kapsamlı şekilde ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular, gastronomi festivallerinin destinasyon pazarlamasında etkili bir araç olduğunu

göstermektedir. Çalışma, gastronomi festivallerinin modern destinasyon yönetiminde ve pazarlamasında stratejik bir araç olarak giderek daha fazla önem kazandığını ortaya koymaktadır.

Turizm açısından bakıldığında, gastronomi festivallerinin ziyaretçi sayısını artırdığı, turizm gelirlerine önemli katkılar sağladığı ve mevsimsel turizm dalgalanmalarını dengelemeye yardımcı olduğu tespit edilmiştir. Festivaller, turistlere otantik ve unutulmaz deneyimler sunarak tekrar ziyaret niyetini ve destinasyon sadakatini güçlendirmektedir. Ayrıca, yerel ürünlerin, el sanatlarının ve genel kültürün tanıtılmasına olanak sağlayarak sürdürülebilir turizm gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Şehir imajı açısından gastronomi festivalleri destinasyon imajını güçlendirmekte ve pozitif algı oluşturmaktadır. Yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamak ve istihdam oluşturmaktadır. Kültürel kimlik ve mirasın korunmasında önemli rol oynamaktadır. Ziyaretçi deneyimini zenginleştirmekte ve memnuniyet oluşturarak kalıcı iyi yönde bir algı oluşturmaktadır. Sürdürülebilir imaj gelişiminde stratejik bir araç olarak kullanılabilir.

Sonuç olarak, gastronomi festivalleri, bir destinasyonun rekabet gücünü artıran, yerel ekonomiyi canlandıran ve kültürel mirası koruyan çok boyutlu etkinliklerdir. Gastronomi festivalleri, sadece yemek deneyimi sunmakla kalmayıp, destinasyonların markalaşması, kültürel kimlik güçlendirme ve ekonomik gelişme açısından çok işlevli araçlar olarak değerlendirilmelidir. Bu festivaller, şehirlerin kendilerini küresel arenada farklılaştırmaları ve sürdürülebilir bir turizm ekosistemi oluşturmaları için önemli fırsatlar sunmaktadır. Gastronomi festivalleri şehir imajı ve turizm için güçlü bir potansiyel sunsa da sürdürülebilirlik, yerel halk katılımı ve deneyim kalitesi gibi faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Etkili planlama ve yönetim stratejileri, bu potansiyelin tam olarak gerçekleşmesini sağlayacaktır.

Bu çalışmanın bulguları ve sonuç kısmından hareketle, gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki etkilerini daha da artırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak ve gelecekteki araştırmalara ışık tutmak amacıyla birtakım öneriler sunulmaktadır.

Gastronomi festivalleri, şehir turizm stratejilerinin ayrılmaz bir parçası olarak planlanmalıdır. Gastronomi festivalleri için yasal çerçeve oluşturulmalıdır. Şehir yönetimleri ve turizm paydaşları, gastronomi festivallerini şehrin genel imaj ve turizm stratejileriyle entegre etmelidir. Festivaller, şehrin

özgün kimliğini yansıtan ve hedef kitleye yönelik stratejik bir pazarlama aracı olarak kullanılmalıdır. Festivallerin sadece turistlere yönelik değil, aynı zamanda yerel halkın da aktif katılımını sağlayacak ve yerel ekonomiye somut faydalar sağlayacak şekilde düzenlenmesi önemlidir. Yerel üreticiler, esnaf ve sivil toplum kuruluşları festivallerin planlama ve uygulama süreçlerine dahil edilmelidir. Yerel yönetimler, işletmeler ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Yerel yönetimler festival organizasyonları için finansal destek sağlamalıdır. Şehir bünyesindeki üniversitelerle gastronomi turizmi konusunda eğitim programları geliştirilmelidir. Gastronomi festivalleri konusunda uluslararası işbirliği geliştirilmelidir. Festival organizasyonlarında kalite standartları belirlenmelidir. Festival kalite belgelendirme sistemleri kurulmalıdır. Ziyaretçi memnuniyetini artırmak ve tekrar ziyaret niyetini güçlendirmek için festival deneyiminin kalitesi (organizasyon, hijyen, erişilebilirlik, yiyecek-içecek çeşitliliği ve kalitesi) sürekli iyileştirilmelidir. Gastronomi festivallerinin tanıtımında dijital pazarlama araçları ve sosyal medya platformları etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Ziyaretçilerin deneyimlerini paylaşmaları teşvik edilerek ağızdan ağıza pazarlamanın etkisi artırılmalıdır. Çevresel ve kültürel sürdürülebilirlik ilkeleri benimsenmelidir. Festivallerin çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda düzenlenmesi gerekmektedir. Atık yönetimi, yerel kaynakların kullanımı ve kültürel mirasın korunması gibi konulara özen gösterilmelidir.

Bu çalışma bir literatür taraması olduğundan, gelecekteki araştırmalar belirli gastronomi festivallerini konu alan nicel ve/veya nitel ampirik çalışmalarla desteklenmelidir. Ziyaretçi algıları, yerel halkın tutumları ve ekonomik etkiler üzerine anket veya mülakat tabanlı araştırmalar yapılabilir. Gastronomi festivallerinin şehir imajı ve turizm üzerindeki uzun dönemli etkilerini inceleyen uzun süreli çalışmalar yapılabilir. Bir festivalin düzenlenmesinden yıllar sonra destinasyonun imajında ve turizm verilerindeki etkiler ve değişimler analiz edilebilir. Farklı destinasyonlarda gastronomi festivallerinin etkilerini karşılaştıran çalışmalar yapılmalıdır. Farklı şehirlerde veya ülkelerde düzenlenen gastronomi festivallerinin başarı faktörlerini ve etkilerini karşılaştıran çalışmalar, en iyi uygulamaların belirlenmesine katkı sağlayabilir. Festival organizatörleri, yerel işletmeler, yerel halk ve turistler gibi farklı paydaşların gastronomi festivallerine yönelik algıları ve beklentileri ayrı ayrı veya karşılaştırmalı olarak incelenebilir. Farklı ziyaretçi gruplarının festival

deneyimlerini inceleyen çalışmalar yapılmalıdır. Festivallerde teknoloji kullanımının etkilerini inceleyen araştırmalar yapılmalıdır. Gastronomi festivallerinde dijital teknolojilerin (mobil uygulamalar, sanal gerçeklik vb.) kullanımının ziyaretçi deneyimi ve destinasyon imajı üzerindeki etkileri araştırılabilir. Nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma araştırmalar yapılmalıdır. Bu neriler, gastronomi festivallerinin potansiyelini maksimize etmek ve şehir imajı ile turizm gelişimi için sürdürülebilir bir değer yaratmak adına önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Tekrar ziyaret niyeti ve ağızdan ağıza pazarlama gibi unsurlar, gastronomi festivallerinin uzun vadeli başarıları için kritik öneme sahiptir. Bu bağlamda, festival deneyiminin kalitesi, çeşitliliği ve özgünlüğü, ziyaretçi memnuniyetini ve dolayısıyla pozitif tavsiye eğilimini doğrudan etkilemektedir. Gelecekteki araştırmalar, festival deneyimini şekillendiren unsurları ve ziyaretçi memnuniyeti üzerindeki etkilerini daha detaylı inceleyebilir. Çalışmanın sınırlılıkları arasında, sadece belirli zaman ve veri tabanlarıyla (TR Dizin, Dergi Park) sınırlı olması ve ampirik bir araştırma olmaması yer almaktadır. Bu durum, bulguları genelleme durumunu kısıtlayabilir. Ancak, mevcut literatürdeki boşlukları belirleme ve gelecekteki araştırmalar için bir yol haritası sunma açısından değerli bir katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, gastronomi festivalleri şehir imajı ve turizm için güçlü bir potansiyel sunsa da, sürdürülebilirlik, yerel halk katılımı ve deneyim kalitesi gibi faktörlerin dikkate alınması gerekmektedir. Etkili planlama ve yönetim stratejileri, bu potansiyelin tam olarak gerçekleşmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akyurt, H., & Atay, L. (2019). Destinasyonda imaj oluştırma süreci ve gastronomi festivalleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 45-58.
- Aşık, N. A. (2021). Gastronomi turizminin gelişiminde festivallerin rolü. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 234-248.
- Avıkurt, C. (2020). Gastronomi festivalleri ve destinasyon imajı ilişkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 112-125.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2018). Destinasyon pazarlamasında gastronomi festivallerinin yeri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 189-202.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Crompton, J. L. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- elik, S. & Gke, F. (2019). Gastronomi festivalleri katılımcı motivasyonları. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(1), 78-89.

- Çeti, B., & Atay, D. (2020). Gastronomi festivalleri ve destinasyon imajı: Hatay örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(2), 145-162.
- Demirci, B. (2020). Gastronomi festivalleri ve yerel kültür etkileşimi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 23-35.
- Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2012). Rethinking event attendance: A longitudinal study of attenders and non-attenders at a recurring festival. *Event Management*, 16(1), 59-70.
- Durgun, A. & Kara, F. (2021). Festival turizmi ve şehir imajı ilişkisi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10(1), 67-78.
- Everett, S. & Aitchison, C. (2008). The role of food and drink in destination branding: A case study of Welsh tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 14(4), 317-332.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gürbüz, A. (2019). Destinasyon imajı oluşumunda gastronomi festivallerinin etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 456-469.
- Hall, C. M. & Mitchell, R. (2001). Wine and food tourism. D.J. Timothy & S.W. Boyd (Ed.), *Tourism and Sustainable Development: Perspectives from New Zealand* (201-218). London, U.K., Pearson Education.
- Hjalager, A. M. & Corigliano, M. A. (2000). Food for tourists—determinants of gastronomy tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(2), 115-127.
- Karakuş, Y. & Çakır, F. (2018). Gastronomi festivalleri ve turist deneyimi. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 7(2), 98-112.
- Karakaş, A. (2021). Gastronomi festivalleri organizasyon süreci ve yönetimi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(1), 134-148.
- Kılıç, B. & Öztürk, Y. (2020). Gastronomi festivalleri ekonomik etki analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 789-803.
- Kim, S.S., Lim, Y. J. & Butler, R. W. (2009). The effect of event quality on attendees' satisfaction and future behaviour in a food festival. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 18(2), 115-132.
- Konecnik, M., & Gartner, W.C. (2007). Wine tourism destination image and its relationship to the decision to visit. *Journal of Travel Research*, 45(3), 329-341.
- Kotler, P., Haider, D. H. & Rein, I. (1999). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. ISBN-10: 074323636X ISBN13 : 9780743236362 Toronto Canada, Maxwell Maximilian Free Press.
- Kozak, N., & Bahçe, A. S. (2019). Festival katılımcılarının memnuniyet düzeyleri. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 178-189.
- Kuzu, T., & Aktaş, C. (2018). Gastronomi festivallerinin sürdürülebilir turizm gelişimine etkisi: Urfa isot festivali örneği. *Anekon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(3), 35-43.
- Okumuş, B. (2018). Gastronomi turizmi ve destinasyon rekabetçiliği. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi*, 1(1), 12-24.
- Özkan, E. (2019). Şehir markalaşmasında gastronomi festivallerinin rolü. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 89-102.
- Öztürk, F. & Çolakoğlu, H. C. (2017). Yöresel ürün festivallerinin destinasyon imajına etkisi: Ayvalık Zeytin Hasat Günleri örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 3-17.
- Quan, S. & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food tourism in China. *Tourism Management*, 25(3), 297-307.
- Richards, G. & Wilson, J. (2004). *The impact of cultural events on the development of tourism: A European perspective*. Wallingford, U.K CABI Publishing.
- Sarıçık, M. & Özbay, G. (2021). Gastronomi festivalleri ve sürdürülebilir turizm. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 45-58.
- Smith, S. L. J. & Xiao, H. (2008). Tourism festivals: A review of the state of the art. *Journal of Travel Research*, 46(4), 415-424.

- Şengül, S. & Türkay, O. (2020). Festival pazarlaması ve ziyaretçi davranışları. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 234-249.
- Taştan, H. & Kızılırmak, İ. (2019). Gastronomi festivalleri katılımcı profili analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(1), 67-82.
- UNWTO, (2025). *Understanding Tourism: Basic Concepts*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> Erişim Tarihi: 15.06.2025
- Ural, M. & Çelik, A. (2018). Yerel gastronomi ve festival turizmi ilişkisi. *Coğrafya Dergisi*, 37, 98-109.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, B. & Aktaş, C. (2019). Gastronomi festivallerinin destinasyon markalaşmasına katkısı: Gaziantep örneği. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2(1), 1-14.
- Yılmaz, G. (2020). Dijital çağda gastronomi festivalleri pazarlaması. *Turizm ve Teknoloji Dergisi*, 1(1), 156-169.
- Yılmaz, H. & Özdemir, B. (2021). Gastronomi festivalleri ve kültürel miras aktarımı. *Milli Folklor*, 33(130), 134-147.
- Zengin, B. & Işkın, M. (2019). Gastronomi festivalleri organizasyonu ve yönetimi. *Turizm ve Gastronomi Dergisi*, 2(1), 78-94.

RESTORANLARDA DİJİTAL HİZMET SUNUMUNUN ALGILANAN DEĞER VE DAVRANIŞSAL NİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*

Harun Yiğit ALKAN

Doktora Öğrencisi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

harunyigitalkan@gmail.com, ORCID:0000-0002-5683-0025

İbrahim İLHAN

Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ibrahim@nevsehir.edu.tr, ORCID:0000-0002-6614-9356

1. GİRİŞ

Günümüzde dijitalleşme, birçok sektörde olduğu gibi yiyecek-içecek sektöründe de büyük bir dönüşüme yol açmaktadır. Yiyecek içecek sektöründe yer alan işletmelerin temel amacını hizmet kalitesi, temizlik, menü gibi belirli standartları benimseyerek yeme-içme gereksinimlerini karşılamak oluşturmaktadır (Oğan, 2020). Sosyal, ekonomik, kültürel ve psikolojik boyutları da bulunan bu işletmelerin içerisinde hizmet kalitesi bakımından restoranların önemli bir yeri bulunmaktadır. Restoranlar, dijital teknolojileri kullanarak operasyonel süreçlerini iyileştirmekte ve müşteri deneyimini daha etkili bir hale getirmektedir. Bu değişimler tüketici beklentilerini yeniden şekillendirmekte hem işletme verimliliğini hem de müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Müşterilerin algılanan değeri ise müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyen bir diğer faktördür (Gounaris vd., 2007). Ayrıca müşterilerin memnuniyetinin yüksek olması davranışsal niyeti de arttırmaktadır (Dwaikat vd., 2019). Bu nedenle restoranlardaki dijital hizmetlerin müşterilerin algılanan değer ve davranışsal niyet üzerindeki etkilerinin belirlenmesiyle, müşteri memnuniyetini arttırmaya yönelik çalışmaların da yapılması mümkündür. Bu bölümde, restoranlardaki dijital hizmet sunumunun, müşterilerin algıladığı değer ve davranışsal niyet üzerindeki etkisi sistematik olarak incelenmekte, restoranlarda kullanılan dijital hizmetlerin müşteri deneyimine katkısını arttırmaya yönelik öneriler sunulmaktadır.

* Bu çalışma, "Dijital Hizmet Sunumunun Davranışsal Niyet ve Algılanan Tüketici Değeri Üzerindeki Etkisinde Teknolojik Hazır Oluşluğun Düzenleyici Rolü" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

2. RESTORAN İŞLETMECİLİĞİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

En temel fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan yeme-içme faaliyeti aynı zamanda insanların üyesi oldukları toplumun kültürünün önemli bir göstergesidir (Çaycı, 2019). Tarih boyunca insanoğlu hayatta kalabilmek için gıda arayışını sürdürmüş ve bu arayış çerçevesinde çeşitli sistemler geliştirmiştir. Geliştirdiği gıda tedarik sistemleri, zaman içerisinde organize yapılara dönüşmüştür (Larsen, 2003). Toplayıcı-avcı yaşam düzeninden bu yana, gıdaların paylaşılması insanlar arasındaki sosyal bağın önemli bir konusu olmuştur. Neolitik dönemde tarımsal faaliyetlere başlayan insanlar, konargöçer yaşam şeklini geride bırakarak yerleşik hayata adım atmışlardır. Yerleşik hayat tarzı insan topluluklarının yiyeceklerini sağlamalarında *“yetiştirme, işleme, saklama ve dağıtım”* yeni üretim sistemleri geliştirmelerine olanak tanımıştır (Cole, 1960; Eliaş vd., 2021; Salazar-García vd., 2022; Smyth ve Gillis, 2022). İnsan topluluklarının geliştirdikleri bu sistemler, ihtiyaçtan fazla gıda ürünü elde etme imkânı tanımıştır. Artı ürün olarak nitelendirilen (Atıla ve Uyar, 2022) ihtiyaç fazlası ürünlerin takas usulüyle değişim aracı olarak kullanılması mal ticaretinin başlangıcını oluşturmuştur (Singh, 2024). Ticari faaliyetler kapsamında kullanılan yolların gelişmesiyle birlikte yeni pazarlar (Hirth, 1978) ve seyahat eden kişiler için barınma ve beslenme ihtiyaçlarını karşılayan hanlar ve kervansaraylar ortaya çıkmıştır (Constable, 2020). Orta Çağ döneminde Avrupalı tüccarlar ve yolcular için hizmet veren hanlar, Selçuklu ve Osmanlı devletleri döneminde görülen kervansaraylar modern restoran kavramının temelini oluşturmaktadır (Kiefer, 2002; Dimitrov, 2018; Alrawadie ve Alrawadie, 2021; Obralic ve Ćorović, 2021).

Günümüzdeki modern restoran kavramı, XVIII. yüzyılın sonlarına doğru Fransa, Paris'te ortaya çıkmıştır. Restoran kavramı öncelikle, 1760'larda ve 1770'lerde restoran işletmecilerinin odaları olarak bilinmekte olup, işletmelerde servis edilen bir tür iyileştirici et suyuna atıfta bulunmaktadır. 1765 yılında Boulanger isimli bir girişimci Paris'te müşterilerine çeşitli yemekleri içeren bir menü sunmuştur. Bu yaklaşım günümüz restoran kavramının kökeni olarak kabul edilir. Ayrıca ilk lüks restoranın da 1782 yılında Paris'te açıldığı bilinmektedir (Yurtseven ve Yıldırım, 2014). 1789 yılında gerçekleşen Fransız Devrimi ile birlikte soylu sınıfın beslenme ihtiyacını karşılayan aşçıların işsiz kalması, Boulanger'in restoran yaklaşımının yaygınlaşmasına ve halkın erişebildiği işletmelerin çoğalmasına olanak sağ-

lamıştır. Daha sonra restoranlar, müşterilerin ihtiyaçlarına hizmet ederek kişiselleştirilmiş yemeklerin satıldığı işletmelere dönüşerek modern restoran kavramının oluşmasına öncülük etmiştir (Symons, 2013; Spang, 2020).

Sanayi devrimine gelindiğinde küçük yerleşim birimlerinin şehirleşmesi hız kazanmış (Davis, 1955; Bairoch ve Goertz, 1986), kadınlar iş hayatında kendilerine yer bulmuş (Hamidzadeh ve Shafiq, 2024), kentleşmenin bir çıktısı olarak dışarıda yemek yeme alışkanlığı ve restoranlara olan talep artmıştır (Oddo, 2003; Spang, 2020). İlerleyen zamanlarda restoran işletmeleri çeşitlilik kazanmış, bu bağlamda fast food kavramı ve zincir restoran konseptleri XX. yüzyılda gelişerek çoğalmıştır. McDonald's ve KFC gibi fast food markaları, standardizasyon ve hızlı hizmet modelinin Dünya'da yayılmasında öncü olmuşlardır. XXI. yüzyıla gelindiğinde ise restoranlar, dijital tabanlı sipariş ve ödeme yöntemlerini bünyelerine katarak müşteri memnuniyetini ve satış hacmini arttırmaya çalışmaktadırlar. Restoran işletmeleri teknolojik gelişmelere ve tüketim kültürüne bağlı olarak dijitalleşmiş hizmet modellerine doğru bir değişim içerisinde (Alt, 2021).

3. RESTORAN İŞLETMECİLİĞİNDE DİJİTALLEŞME

Dijitalleşme, insan gücüne bağlı iş süreçlerini dönüştürmek amacıyla iletişim ve bilgi teknolojilerinin uygulanmasını ifade eder (Lytvyn vd., 2022). Dijital altyapının gelişmesi zamanla birçok sektörde köklü değişikliğe neden olmuştur. Bu kapsamda hizmet sektörü de dijitalleşmenin olumlu özelliklerinden faydalanmaktadır. Dijital araçlar hizmet sektöründe maliyetleri düşürmek, müşteri memnuniyetini ve verimliliği artırmak ve müşterilerin aldıkları hizmetleri kişiselleştirmek gibi avantajları olması sebebiyle giderek daha fazla kullanılmaktadır (Oğan, 2022). Dijital sistemlerin uygulanması, restoranların operasyonel verimliliğini artırarak servis süresini kısaltır ve daha iyi kaynak yönetimi sağlar (Enciso vd., 2019; Morokhovych ve Morokhovych, 2023; Stehnei vd., 2024). Ayrıca, dijitalleşme, lüks yemek ve fast-food restoranlarında müşteri deneyimini iyileştirerek, kişiselleştirilmiş hizmetler ve etkileşimli dijital menüler aracılığıyla daha dinamik ve ilgi çekici bir yemek deneyimi sunar (Yim ve Yoo, 2020; Vo-Thanh vd., 2022; Daradkeh vd., 2023). Dijital araçlar, restoranların müşteri verilerini toplamasını ve ana-

liz etmesini sağlayarak daha bilinçli karar alma ve kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri geliştirmelerine olanak tanır (Daradkeh vd., 2023; Morokhovych ve Morokhovych, 2023).

Restoran işletmeleri rezervasyon sistemleri, online sipariş platformları, dijital menüler ve ödeme sistemleri, yapay zeka, artırılmış gerçeklik gibi teknolojilerden yararlanarak müşteri sadakatini artırabilir (Arora vd., 2021; Jaiswal vd., 2023; Jayalal vd., 2023; Susanto, 2024). Buna ek olarak mobil uygulamalar ve sosyal medya promosyonları, müşteri sadakatini ve memnuniyetini artırarak restoranların rekabet gücünü pekiştirir (Singh vd., 2022). Ayrıca, dijital pazarlama ve dönüşüm araçları, restoranların daha geniş bir kitleye ulaşmasına ve pazar değişikliklerine hızlı uyum sağlamasına olanak tanır, bu da rekabet avantajı yaratır (Dabas vd., 2021; Singh vd., 2022; Stehnei vd., 2024). Bu dijital dönüşüm, restoranların müşteri taleplerine daha iyi yanıt vermesini ve rekabet avantajını sürdürmesini sağlamaktadır.

Dijitalleşmenin restoran işletmelerindeki geçmişi, yirminci yüzyılın sonlarında başlayan POS (Point of sale) sistemlerinin kullanılmasına dayanmaktadır (Manurung vd., 2023). İlk zamanlar ödeme işlemlerini hızlandırmak için ortaya çıkan POS sistemleri; günümüzde satış analizi, stok takibi, sipariş ve müşteri yönetimi gibi konularda restoran işletmelerine alt yapı desteği sunmaktadır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte çevrimiçi rezervasyon ve sipariş sistemleri, restoran işletmelerinde kullanılmaya başlanmıştır. Open-Table, Quandoo ve Rezervem gibi rezervasyon siteleri yoluyla müşteriler, fiziki mekâna gitmeden yer ayırtabilmektedir. Ayrıca Yemeksepeti, Getir ve Trendyol yemek gibi uygulamalar, müşteriler tarafından çevrimiçi yemek siparişi vermek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Çevrimiçi rezervasyon ve sipariş sistemlerinin hizmet kalitesini artırdığı bilinmektedir (Ashik vd., 2024).

Restoran işletmeleri, mobil cihazların gelişmesiyle birlikte QR (Quick Response) destekli dijital menüler ve temassız ödeme sistemlerini kullanmaya başlamışlardır. Covid-19 pandemi sürecinde izolasyon sebebiyle dijitalleşme süreci hızlanmıştır. Bununla birlikte temassız sipariş, ödeme ve teslimat uygulamaları da yaygınlaşmıştır. Günümüzde restoranlar, akıllı mutfaklar ve yapay zekâ destekli öneri sistemleri ile çalışma verimliliğini arttırmakta ve müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Ayrıca robot servis personellerinin ve mutfakta yemek hazırlama robotlarının giderek artması, restoran

işletmelerinin işgücü maliyetini azaltmasına ve müşterilere sundukları hizmetlerin hızlanmasına yardımcı olmaktadır (Oğan, 2024). Restoran işletmelerinde dijitalleşme, müşteri ilişkilerini geliştirmekle kalmamakta, sürdürülebilirlik açısından işletmelerin hedeflerine ulaşmasını da kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda, dijital hizmetler günümüz restoran işletmeleri için bir zorunluluk haline gelmiştir. Yaşanan bu gelişmeler, gelecekte dijital altyapıya sahip restoran işletmelerinin daha da artacağına bir göstergesidir.

Günümüzde restoranların dijitalleşme süreci, müşteri deneyimini de dönüştürmekte ve tüketici davranışlarını yeniden şekillendirmektedir. Restoranlarda kullanılan dijital uygulamalar müşterilere daha hızlı, yenilikçi, kişiselleştirilmiş ve pratik bir restoran deneyimi sunabilmektedir. Bu gelişmeler, müşterilerin restoran tercihlerini belirlemelerinde etkili olurken, aynı zamanda müşteri beklentilerini ve algılarını da değiştirmektedir. Dijital hizmetlerin yaygınlaşması, restoranlarda algılanan değer ve davranışsal niyet gibi faktörler üzerinde doğrudan etkili olmakta, bu faktörler ise hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetinin belirleyici unsurları olarak öne çıkmaktadır. Dijital hizmetlerin tüketicilerin algıladığı değeri artırması, restoran işletmelerine rekabet avantajı sağlarken, müşteri sadakatini ve tekrar ziyaret etme niyetini de güçlendirmektedir. Bu bağlamda, restoranlardaki dijital hizmet sunumunun algılanan değer ve davranışsal niyet ile nasıl etkileşime girdiğini incelemek, müşteri deneyimini anlamak ve geliştirmek açısından büyük önem taşımaktadır.

3.1. Restoranlarda dijital hizmetlerin algılanan değerlere etkileri

Algılanan tüketici değeri, tüketicilerin bir ürün veya hizmetin faydalarını ve maliyetlerini değerlendirerek satın alma kararlarını şekillendiren çok boyutlu bir kavramdır (Sánchez-Fernández ve Iniesta-Bonillo, 2007). Bu kavram, tüketicinin deneyimini ve algısını çeşitli yönleriyle ele alarak duygusal, sosyal, kalite, fiyat ve işlevsellik gibi farklı boyutları içermektedir. Duygusal değer, tüketicinin bir ürün veya hizmet ile etkileşiminde hissettiği duygusal tatmini ifade ederken, sosyal değer ise ürünün bireyin sosyal statüsüne ve çevresiyle olan ilişkilerine katkısını yansıtmaktadır (Walsh vd., 2014). Kalite veya performans değeri, tüketicinin ürün veya hizmetin beklentilerini karşılama düzeyine yönelik algısını belirlerken, fiyat veya para karşılığı değer tü-

keticinin ödediği maliyet karşısında aldığı faydayı değerlendirmesine dayanır (Quareshi, 2017). Ayrıca, işlevsel değer ürünün kullanım kolaylığı ve pratikliği gibi faydacı unsurları kapsamakta, parasal ve parasal olmayan fedakarlıklar ise tüketicilerin yalnızca finansal maliyetleri değil, zaman ve çaba gibi diğer maliyetleri de göz önünde bulundurmasını içermektedir (Khan ve Mohsin, 2017). Algılanan değer, tüketici memnuniyetini, sadakatini ve satın alma niyetlerini doğrudan etkileyerek işletmelerin pazarlama stratejilerini belirlemede kritik bir rol oynar (Gounaris vd., 2007). İşletmeler, hedef kitlelerinin önem verdiği değerleri ön plana çıkaran stratejiler geliştirerek müşteri deneyimini iyileştirebilir, pazardaki rekabet avantajlarını artırabilir ve müşteri sadakatini güçlendirebilir (Gulam vd., 2023).

Bireylerin bir ürün veya hizmeti nasıl değerlendirdiğini belirleyen algılanan tüketici değeri çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Tüketici beklentileri, sunulan hizmetin kalitesi, fiyatlandırma stratejileri ve teknolojik gelişmeler bu faktörler arasında yer almaktadır (Iglesias ve Guillén, 2004; Shah vd., 2020). Günümüzde dijital hizmetlerin yaygınlaşması, özellikle restoran sektöründe algılanan değeri önemli ölçüde şekillendirmekte ve müşteri deneyimini dönüştürmektedir (Vo-Thanh vd., 2022).

Restoranlarda dijital hizmet sunumu, tüketicilerin algıladığı değeri önemli ölçüde etkilemektedir. Dijital teknolojilerin restoran hizmetlerine entegrasyonu, müşterilerin hem hedonik (haz odaklı) hem de faydacı (işlevsellik odaklı) değer algısını artırarak genel memnuniyet ve refah düzeylerini şekillendirmektedir. Dijital dönüşümün etkileri incelendiğinde, özellikle hızlı hizmet sunan restoranlarda teknik hazırlık ve teknolojiye yönelik kabul düzeyi, müşteri deneyimini doğrudan etkilemekte ve algılanan değeri yükseltmektedir (Helal, 2023).

Mobil uygulamaların kullanımı *“kaynak güvenilirliği, inceleme değeri, navigasyon sistemi, yemek ve hizmet kalitesi”* gibi faktörlere bağlı olarak tüketicilerin algıladığı değeri artırmakta ve satın alma niyetlerini güçlendirmektedir (Shah vd., 2020). Ayrıca, yapay zeka destekli müşteri geri bildirim analizleri gibi dijital dinamik yeteneklerden yararlanan restoranlar, kişiselleştirilmiş hizmet sunarak müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmaktadır (Daradkeh vd., 2023). Çevrimiçi yemek teslimat hizmetleri de algılanan değerini şekillenmesinde kritik bir rol oynamakta, özellikle yemek ve hizmet kalitesi gibi unsurlar müşterilerin tekrar kullanım niyetlerini ve olumlu ağızdan

ağıza pazarlamayı teşvik etmektedir (Kim, 2022). Son olarak, bilgi kalitesi ve erişilebilirlik gibi faktörler, çevrimiçi yemek platformlarından elde edilen algılanan değeri belirleyerek tüketici tutumlarını ve satın alma niyetlerini yönlendirmektedir (Zaheer, 2024). Özellikle Covid-19 sürecinde dijital hizmetlerin öneminin artması, bu unsurların tüketici davranışları üzerindeki etkisini daha da güçlendirmiştir. Bu konuda yapılan çalışmalar, restoranlarda dijital hizmet sunumunun müşterilerin algılanan değeri ve satın alma niyetleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Dijitalleşmenin, müşteri deneyimini nasıl şekillendirdiği ve restoran türüne göre nasıl farklılaştığı çeşitli araştırmalarda ele alınmıştır.

Algılanan değerın satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediği ve bu etkinin restoran türüne bağılı olarak değişebileceğı bulunmuştur. Benzer şekilde, Vo-Thanh ve arkadaşları (2022), fine-dining restoranlarda hizmet dijitalleşmesinin müşteri ve işletmeler açısından algılanan fayda ve maliyetlerini ele aldıkları çalışmalarında, dijitalleşmenin sağladığı hız ve kolaylığın müşteri memnuniyetini artırabileceğini, ancak aşırı dijitalleşmenin fine-dining deneyiminin geleneksel lüks ve kişiselleştirilmiş hizmet yönlerini zayıflatabileceğini ortaya koymuşlardır. Öte yandan, Bushara ve arkadaşları (2023), restoranların sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin müşterilerin algılanan değeri, satın alma niyetleri ve eWOM üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında, sosyal medya etkileşimi, trend olma, özelleştirme ve eğlence faktörlerinin algılanan değeri artırdığını tespit etmişlerdir. Bu durum, müşterilerin satın alma niyetlerini güçlendirirken, restoranlar hakkında daha fazla olumlu yorum yapılmasına da katkı sağlamaktadır. Buna ek olarak, Daradkeh ve arkadaşları (2023), fast-food restoranlarının dijital dönüşüm yeteneklerinin müşteri değeri yaratma sürecine etkisini araştırmış ve müşteri yorumları ile dijital platformlardan alınan geri bildirimlerin restoranların müşteri beklentilerine daha iyi yanıt vermesine yardımcı olduğunu ortaya koymuşlardır. Ayrıca, dijital platformların doğru kullanımıyla restoranların sürdürülebilir müşteri değeri yaratabileceğini vurgulamışlardır. Helal (2023) ise fast-food restoran müşterilerinin dijital dönüşüm sürecine uyum sağlama düzeyinin (teknik hazırlık ve kabul) algılanan değer ve müşteri refahı üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında, müşterilerin dijital hizmetlere hazır olması ve kabul etmesinin algılanan faydayı artırdığını, bunun sonucunda hedonik ve faydacı değerlerin yükselmesiyle müşteri refahının da olumlu yönde etkilendiğini ortaya koymuştur.

Bu çalışmaların genel bulgularına bakıldığında, restoranlardaki dijital hizmet sunumunun müşteri algılanan değerini ve satın alma niyetlerini önemli ölçüde etkilediği görülmektedir. Dijitalleşme, özellikle hız, kolaylık, kişiselleştirme ve erişilebilirlik açısından müşteri memnuniyetini artırırken, aşırı dijitalleşmenin geleneksel fine-dining gibi belirli deneyim odaklı restoran türlerinde olumsuz etkiler yaratabileceği belirlenmiştir. Sosyal medya pazarlaması ve dijital müşteri geri bildirimleri, restoranların müşteri beklentilerine daha iyi uyum sağlamasını desteklemektedir. Sonuç olarak, restoranlar için etkili bir dijital dönüşüm stratejisinin, müşteri deneyimini geliştiren unsurları benimserken, aşırı otomasyonun deneyim üzerindeki olumsuz etkilerini dengeleyecek şekilde tasarlanması gerektiği söylenebilir.

3.2. Restoranlarda dijital hizmetlerin davranışsal niyetlere etkileri

Davranış, kişilerin; içinde bulundukları duruma karşı gösterdikleri tepki, tavır veya hareketler olarak tanımlanabilir (Mullen ve Johnson, 1990). Dışsal faktörlere karşı verilen tepkiler, davranış olarak görülebildiği gibi içsel motivasyonlar da davranışların sebebi olabilir. Kişilerin davranış kalıpları hem geçmiş deneyimlerinden hem de gelecek beklentilerinden etkilenir. Davranış bilimleri, insanların davranışlarını inceleyen bilim dalıdır ve bu alanda çalışmalar yürütülürken psikoloji ve sosyoloji gibi bilim dallarından destek alınır.

Mullen ve Johnson'a (1990) göre niyet, kişinin; amacı için yaptığı planlama aşamasıdır ve kişiyi motive ederek harekete geçirir (Zhang vd., 2020). Niyet, bilinçli bir çıkarımın ürünüdür (Haggard ve Clark, 2003). Ajzen'in Planlı Davranış Teorisine göre niyet, kişinin bir davranışı ortaya koyarken gösterdiği kişisel kararlılığıdır. Davranışsal eğilimlerin kökeninde niyet yer alır ve kişilerin planladıkları faaliyetleri tahmin etmede önemli bir kısmı oluşturur (Krueger vd., 2000). Tüketici eylemi bakımından niyet, ürünlere sahip olma ya da kullanma planı olarak ifade edilir. (Mullen ve Johnson, 1990). Niyet, amaçlar, kişisel kurallar ve davranışsal kontrol olmak üzere üç ana bileşene dayanır. Bu bileşenler kişinin belirli bir eylemi gerçekleştirmeye yönelik güdüsünü etkiler.

Davranışsal niyet kavramı, sosyal psikoloji anında kendisini kabul ettiren bir olgu olarak, Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisi'nden (Theory of

Planned Behavior, TPB) türetilmiştir. Bu kavrama göre, bireyin bir davranışı ortaya koyma niyeti, davranışın sergilenmesinin birincil ana unsurudur.

Davranışsal niyetin, kişisel tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol olmak üzere üç farklı boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar, kişilerin davranışsal niyetlerini oluştururken, davranışsal niyetin sonuçları da bireylerin ileriki zamanlarda sergileyeceği davranışları oluşturur (Ajzen vd., 2004; Atasoy, 2020).

Restoran işletmeleri için davranışsal niyet kavramı, kritik bir öneme sahiptir. Hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti gibi unsurlar, müşterilerin restoran işletmelerini tekrar ziyaret etme ve sosyal çevrelerine tavsiye etme niyetlerine yön verir. Kocagöz ve Eğitmiş (2020) tarafından yapılan bir çalışmada, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki olumlu etkisi ortaya konmuştur. Restoranlarda sunulan atmosfer ve hizmet kalitesi, müşterilerin davranışsal niyetlerini şekillendiren önemli faktörlerdir. Nitekim Özata, Şahin ve Yazıcıoğlu (2025) tarafından yapılan bir çalışmada, restoran atmosferi ve hizmet kalitesinin müşterilerin davranışsal niyetleri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Restoranlarda dijital hizmet kullanımı, müşterilerin davranışsal niyetlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Dijital ödeme seçenekleri, çevrimiçi sipariş sistemleri ve mobil uygulamalar gibi dijital hizmetler, müşteri deneyimlerini kolaylaştırarak davranışsal niyet üzerinde anlamlı bir etki yaratmaktadır. Hilaloğulları, Akdağ ve Üzülmmez (2022) yeşil restoran uygulamalarının müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerindeki etkilerini araştırmış, dijital hizmetlerin müşteri memnuniyetini olumlu anlamda etkilediği ve tekrar ziyaret etme niyetini arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Atasoy (2020) çalışmasında destinasyon imajı, algılanan otantiklik ve algılanan değer, davranışsal niyet üzerindeki etkisini araştırmış ve elde edilen bulgular dijital hizmetlerin önemli bir aracı rolü olduğunu göstermiştir.

Restoran işletmelerinde dijital hizmetlerin yaygınlaşması, genel hizmet kalitesine yönelik algıyı olumlu anlamda değiştirmiş ve müşterilerin işletmelere yönelik sadakatlerini arttırmıştır. Nitekim, Çekiç (2021), gastronomi şehirlerinde algılanan mutfak imajının davranışsal niyet üzerindeki etkilerini incelediği çalışmasında dijitalleşmenin müşteri sadakatini arttırmada önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur. Hizmet sektöründe dijital araçların

yaygınlaşmasıyla birlikte, müşterilerin tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme niyetleri güçlenmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada restoranlarda dijital hizmet sunumunun müşteri deneyimine etkisini incelemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda restoranlardaki dijital hizmetlerin algılanan müşteri değeri ve davranışsal niyet üzerindeki rolü incelenmiştir. Günümüzde dijitalleşme, yiyecek-içecek sektörünü de dönüştürmekte, müşteri beklentileri bu doğrultuda yeniden şekillenmektedir. Restoranlar, dijital teknolojiler sayesinde yönetsel süreçlerini iyileştirerek müşteri deneyimini geliştirerek rekabet avantajı sağlamaktadır (Alt, 2021). Bu bağlamda restoranlardaki dijital hizmetlerin müşterilerin algılanan değeri ve davranışsal niyeti üzerindeki etkisinin anlaşılması, restoran sektöründe sürdürülebilir başarı için önem arz etmektedir. Bu kapsamda bu çalışmada öncelikle restoran işletmelerinin tarihsel gelişimi ve dijitalleşme süreci açıklanmıştır. Restoran kavramının ortaya çıkışından günümüze kadarki evrimi, toplumların sosyal yapısı ve teknolojik ilerlemelerle ilişkilendirilerek açıklanmıştır (Spang, 2020; Yurtseven ve Yıldırım, 2014). Ayrıca, restoranlardaki dijital hizmetlerin müşterilerin algılanan değeri ve davranışsal niyeti üzerindeki etkileri teorik ve pratik açılarından incelenmiştir. Algılanan değer, duygusal, sosyal, işlevsel ve fiyat-performans gibi farklı boyutlarıyla incelenmiş, dijitalleşmenin bu boyutları nasıl şekillendirdiği analiz edilmiştir (Walsh vd., 2014; Shah vd., 2020). Restoran sektöründe dijital hizmetlerin müşteri memnuniyeti ve sadakatini arttırdığı yapılan çalışmalarda ortaya konmuştur (Çekiç, 2021; Hilaloğulları vd., 2022).

İnsanların yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamada önemli bir yeri olan restoranların tarih boyunca gelişimi incelendiğinde, toplumun ihtiyaçları doğrultusunda farklı sistemlerin geliştirildiği, sanayileşme ve dijitalleşme gibi süreçlerden etkilendiği ve bu dönüşümün günümüz modern restoranlarını oluşturduğu görülmektedir.

İlk zamanlarda avcı-toplayıcı yaşam tarzıyla başlayan toplumun yeme-içme ihtiyacının, neolitik dönemde yerleşik yaşamın başlamasıyla daha sistematik hale geldiği ve ticari faaliyetlerin gelişmesiyle restoran ve han benzeri yapıların ortaya çıktığı görülmüştür (Larsen, 2003; Constable, 2020). Mo-

dern restoranlar ise 18. yüzyılda Fransa'da dışarıda yemek yeme alışkanlığının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmış ve tüm dünyada yaygınlaşmıştır (Oddy, 2003; Spang, 2020). Bu durum toplumun ihtiyaçları ve dünyadaki teknolojik gelişmelerin restoranların da kullanım amacını ve vizyonunu dönüştürdüğünü göstermektedir. Modern restoranların ortaya çıkması ve yaygınlaşması, müşteri odaklı hizmet anlayışının benimsendiğini de açıkça göstermektedir. Restoran işletmelerindeki dijitalleşme POS sistemleri ile başlamış (Manurung vd., 2023) ve günümüzde çevrimiçi rezervasyon sistemleri, temassız ödeme teknolojileri, çevrimiçi sipariş platformları, dijital menüler ve mobil uygulamalar ile gelişerek devam etmektedir (Enciso vd., 2019; Stehnei vd., 2024). Özellikle Covid-19 pandemisi sırasında ve sonrasında temassız uygulamalar yaygınlaşmış ve toplumun teknoloji okuryazarlık düzeyinin de artmasıyla restoranlarda dijitalleşmenin önemi ve hızı artış göstermiştir.

Restoranlar, yapay zekâ destekli sistemler ve robotik teknolojiler gibi ileri teknolojileri kullanarak yönetim süreçlerindeki verimliliği ve müşteri memnuniyetini artırmakta, bu sayede hem maliyet avantajı elde etmekte hem de rekabet gücünü yükseltmektedir (Morokhovych ve Morokhovych, 2023; Daradkeh vd., 2023). Bu durum restoranlarda kullanılan dijital teknolojilerin restoranlardaki hizmet faaliyetlerini kolaylaştırmanın ve geliştirmenin yanı sıra müşterilerin deneyimlerini de şekillendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Restoranlarda dijitalleşmenin, müşterilerin algılanan değerine etkileri açısından bakıldığında ise, restoranlardaki dijital hizmetlerin müşterilerin hem hedonik hem de faydacı değer algısını olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Restoranlardaki dijital hizmetler, müşterilerin duygusal tatminini artırmakta, sosyal değer algısını güçlendirmekte ve müşterilere kullanım kolaylığı sağlayarak restoranların işlevsel değerini yükseltmektedir (Walsh vd., 2014; Shah vd., 2020).

Mobil uygulamalar ve yapay zekâ destekli geri bildirim sistemleri gibi teknolojilerin, restoranların müşterilerin isteklerini daha iyi anlamasını sağlayarak satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır (Daradkeh vd., 2023; Bushara vd., 2023). Restoranlardaki dijital hizmetlerin müşterilerin davranışsal niyeti üzerindeki etkilerine bakıldığında ise, söz konusu dijital hizmetlerin restoranlarda kullanımının müşterilerin restoranları tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme davranışlarını arttırdığı anlaşılmaktadır.

Restoranlarda dijital hizmetlerin müşterilere sağladığı kolaylıklar, müşterilerin restoranlarla duygusal bağlarını güçlendirmekte ve sadakatlerini de artırmaktadır (Çekiç, 2021; Hilaloğulları vd., 2022). Bu çalışmalardan yola çıkarak restoranlarda dijital hizmet kullanımının, müşterilerin tutumları, davranışları, duygusal durumları ve aidiyetlerini de olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Bu nedenle, restoranlar, dijital teknolojileri içeren hizmetlere yatırım yaparak, müşterilerin satın alma niyetlerini ve memnuniyetlerini artırabilir. Böylece müşteri odaklı hizmet veren bir işletme haline gelebilir.

Gelecek çalışmalarda, farklı restoran türlerine göre dijital hizmetlerin müşteri deneyimi üzerindeki farklı etkileri araştırılabilir. Fine-dining restoranlar ile hızlı servis restoranları gibi iki farklı perspektife sahip restoran türü arasındaki müşteri beklentileri ve dijitalleşmeye yönelik algı farklılıkları karşılaştırmalı olarak incelenebilir. Ayrıca, uluslararası düzeyde veya farklı kültürel bağlamlarda restoranlardaki dijital hizmetlerin algılanan değer ve davranışsal niyet üzerindeki etkileri araştırılarak uluslararası bir perspektif geliştirilebilir. Ek olarak restoranlardaki dijital hizmetlerin, yerli ve yabancı turistler üzerindeki etkileri karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

Pratik uygulamalar açısından restoran işletmelerinin dijitalleşme süreçlerinde müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak sürekli iyileştirme yapmaları önerilebilir. Yapay zekâ destekli analiz ve geribildirim sistemlerinin etkin kullanımıyla kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri geliştirilerek müşteri memnuniyetini ve sadakatini arttıracak çalışmalar yapılabilir. Ayrıca, aşırı dijitalleşmenin müşteri deneyimi üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerini azaltmak için dengeli ve esnek bir hizmet yaklaşımı benimsenebilir.

Sonuç olarak, restoranlardaki dijital hizmet sunumunun, müşteri deneyiminin kalitesini doğrudan etkileyen önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Restoranlar dijitalleşme sayesinde, müşterilerin değişen talep ve ihtiyaçlarına pratik çözümler sunarak müşteri odaklı bir anlayış benimseyebilir ve rekabet avantajı elde edebilir. Restoranların, gelişmekte olan dijital teknolojileri müşterilerine sunmayı bir zorunluluk değil, stratejik bir araç olarak görmeleri halinde kişiselleştirilmiş ve sürdürülebilir bir işletmeye dönüşümleri mümkündür.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., Brown, T.C., & Carvajal, F. (2004). Explaining the discrepancy between intentions and actions: the case of hypothetical bias in contingent valuation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(9), 1108-1121.
- Alrawadie, A., & Alrawadie, Z. (2021). Tracing the Ottoman caravansaries along the road between Bilād Al-Shām and Istanbul. *Journal of Tourism History*, 13, 229-248.
- Alt, R. (2021). Digital transformation in the restaurant industry: Current developments and implications. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 69-74.
- Arora, A., Joshi, A., Sharma, B., Talwar, D., & Karwayun, R. (2021). Table reservation and meal ordering system using QR code. *International Journal for Research in Applied Science ve Engineering Technology*, 9(7), 1387-1391.
- Ashik, M. S., Deepakkumar, M. J., Gowtham, K., Moushigan, K., & Poonkodi, P. (2024). Catering online ordering and managing food services. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(12), 1-5.
- Atasoy, F. (2020). *Algılanan otantiklik, destinasyon imajı, algılanan değer ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Bir kültürel miras alanı olarak Beypazarı örneği* (Doktora tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Atila, C., & Uyar, E.N. (2022). Artı ürün: kentleşme süreci ve tapınak ekonomisine etkisi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 46-52.
- Bairoch, P., & Goertz, G. (1986). Factors of urbanisation in the nineteenth century developed countries. *Urban Studies*, 23, 285-305.
- Bushara, M.A., Abdou, A.H., . . . & Elsaied, M. A. (2023). Power of social media marketing: How perceived value mediates the impact on restaurant followers' purchase intention, willingness to pay a premium price, and e-WoM?. *Sustainability*, 15(5331), 1-22.
- Cole, S. (1960). The neolithic revolution. *Nature*, 186, 360-360.
- Constable, O. R. (2020). Haçlı seferleri ve haçlı ticaretinin ardından han ve kervansaraylar. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (21), 559-582.
- Çaycı, A.E. (2019). *Küreselleşen yemek kültürünün dönüşümünde sosyal medyanın rolü: Instagram gurmeleri* (Doktora tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çekiç, İ. (2021). *Gastronomi şehirlerinin algılanan mutfak imajı ile davranışsal niyet arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dabas, S., Sharma, S., & Manaktola, K. (2021). Adoption of digital marketing tools in independent businesses: experiences of restaurant entrepreneurs in India and United Kingdom, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13 (2). 214-235.
- Daradkeh, F., Hassan, T., Palei, T., . . . & Elshawarbi, N. (2023). Enhancing digital presence for maximizing customer value in fast-food restaurants. *Sustainability*. 15(7), 1590.
- Davis, K. (1955). The origin and growth of urbanization in the world. *American Journal of Sociology*, 60, 429-437.
- Dimitrov, N. (2018). Early forms of tourism in the republic of macedonia: Ottoman period, bitola and skopje vilayet. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 6(5), 211-221.
- Dwaikat, N. Y., Khalili, S. A., Hassis, S. M., & Mahmoud, H. S. (2019). Customer Satisfaction Impact on Behavioral Intentions: The Case of Pizza Restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(6), 709-728. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1616040>

- Eliaš, J., Mimura, M., & Mori, R. (2021). Asymptotic behavior of solutions of Aoki-Shida-Shigesada model in bounded domains. *Discrete ve Continuous Dynamical Systems-Series B*, 26(4), 1917-1930.
- Enciso, L., Pacheco, L., & Luzzando, R. (2019). Optimization of restaurant order service through the implementation of digital systems. 2019 14th *Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1-5.
- Gounaris, S., Tzempelikos, N., & Chatzipanagiotou, K. (2007). The relationships of customer-perceived value, satisfaction, loyalty and behavioral intentions. *Journal of Relationship Marketing*, 6, 63 - 87.
- Gulam B, M. I., Suryadi, N., & Prima Waluyowati, N. (2023). The effect of service quality and perceived value on customer loyalty in Tuban restaurants with customer satisfaction mediation. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 12(5), 62–73.
- Haggard, P., & Clark, S. (2003). Intentional action: Conscious experience and neural prediction. *Consciousness and Cognition*, 12(4), 695-707.
- Hamidzadeh, M., & Shafiq, K. (2024). Role of women in the industrial revolution of England: Shifting roles and lasting effects. *Sprin Journal of Arts, Humanities and Social Sciences*, 3(9), 7-11.
- Hilaloğulları, M., Akdağ, G., & Üzülmaz, M. (2022). Yeşil restoran uygulamalarının müşterilerin memnuniyetleri ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisi: İstanbul ilinde bir uygulama. *Journal of Tourism ve Gastronomy Studies*, 10(3), 2237–2255.
- Hirth, K.G. (1978). Interregional trade and the formation of prehistoric gateway communities. *American Antiquity*, 43(1), 35-45.
- Helal, M. Y. I. (2023). The impact of fast-food restaurant customers' digital transformation on perceived value and well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(5), 893-907.
- Iglesias, M., & Guillén, M. (2004). Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16, 373-379.
- Jaiswal, A.S., Kulkarni, C.R., Patil, Y., Ponde, S., & Bhokarkar, R.V. (2023). Smart food ordering system for restaurants. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 8(2), 2051–2056.
- Jayalal, R., Nimeshika, Y., Samarasekara, G., Wijerathna, G., Gamage, N., & Gunathilake, P. (2023). Intelligent System to Maximize Customer Experience in Restaurants. 2023 5th *International Conference on Advancements in Computing (ICAC)*, 750-755.
- Khan, S., & Mohsin, M. (2017). The power of emotional value: Exploring the effects of values on green product consumer choice behavior. *Journal of Cleaner Production*, 150, 65-74.
- Kiefer, N. (2002). Economics and the Origin of the Restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43, 58 - 64.
- Kim, H., ve Choi, Y. (2022). The effect of major service quality factors of online order delivery food on perceived value, reuse intention, and word of mouth intention. *Foodservice Management Society of Korea*. 25(4), 279-303. <http://dx.doi.org/10.47584/jfm.2022.25.4.279>
- Kocagöz, E., & Eytmiş, A. M. (2020). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve sadakatine etkisi: Yiyecek-içecek sektöründe nicel bir araştırma. *Business ve Management Studies: An International Journal*, 8(5), 4575–4610.
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Larsen, C.S. (2003). Animal source foods and human health during evolution. *The Journal of nutrition*, 133(11), 3893S-3897S.

- Lytvyn, L., Hryhoruk, A., Verbitska, L., Poprotsky, O., Medynska, T., & Pelek, O. (2022). Enterpreneship Transformation in the Context of the Digitization of Business Processes. *Postmodern Openings*, 13(2), 396-408.
- Manurung, E. B. P., Simanullang, J., & Munthe, E. D. (2023). The analysis of EPOS (Electronic Point-of Sale) system in Posh Café ve Resto Medan. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 6(7), 880-886.
- Morokhovych, V., & Morokhovych, B. (2023). Digital technologies as an important factor of the restaurant business development. *Restaurant and hotel consulting. Innovations*. 6 (1). 27-36.
- Mullen, B., & Johnson, C. (1990). *The Psychology of Consumer Behavior*. New York: Psychology Press.
- Obralić, A., & Ćorović, A. (2021). The turning point in tourist facilities in Sarajevo Bazaar at the end of the 19th and beginning of the 20th century. *BizInfo Blace*, 12(1), 29-42.
- Oddy, D.J. (2003). *From Plain Fare to Fusion Food: British Diet from the 1890s to the 1990s*. Woodbridge: The Boydell Press.
- Oğan, E. (2022). Dijital Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Restoranlar. Oğan, Y. (Ed.), *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar II* (103-113). Konya: Çizgi Kitapevi.
- Oğan E. (2024). Artificial intelligence in restaurant businesses: A systematic review on service robots. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(2), 150–162.
- Oğan, Y. (2020). Yiyecek İçecek İşletmeleri. Oğan, Y. (Ed.) *Yiyecek İçecek Hizmetleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özata Şahin, E., & Yazıcıoğlu, İ. (2025). Restaurant atmosphere and behavioral intention. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(1), 409-425.
- Salazar-García, D.C., Power, R.C., Daura, J., & Sanz, M. (2022). Diet at the onset of the Neolithic in northeastern Iberia: An isotope–plant microremain combined study from Cova Bonica (Vallirana, Catalonia). *Frontiers in Earth Science*, 10: 957344.
- Sánchez-Fernández, R., & Iniesta-Bonillo, Á. (2007). The concept of perceived value: A systematic review of the research. *Marketing Theory*, 7(4), 427–451.
- Shah, A. M., Yan, X., Shah, S. A. A., & Ali, M. (2020). Customers' perceived value and dining choice through mobile apps in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(1), 1-28.
- Singh, S. (2024). Study on commodity trading analysis and investor's perception. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(4), 1-5.
- Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2022). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27, 109-137.
- Smyth, J., & Gillis, R. (2022). Food and farming systems in the Neolithic—an impossible vista?. *Environmental Archaeology*, 27(1), 1-7.
- Spang, R.L. (2020). *The Invention of the Restaurant: Paris and Modern Gastronomic Culture* Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Stehnei, M., Nod, O., Berghauer, S., & Kampov, N. (2024). Transformation of hotel and restaurant services in the context of digitalization. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*, 2024(3), 26-29. <http://dx.doi.org/10.36887/2415-8453-2024-3-4>
- Susanto, E., & Khaq, Z. (2024). Enhancing customer service efficiency in start-ups with ai: A focus on personalization and cost reduction. *Journal of Management and Informatics*. 3(2). 267-281.
- Symons, M. (2013). The Rise of the restaurant and the fate of hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25, 247-263.
- Quareshi, T.K. (2017). Understanding consumer perception of price-quality-value relationship. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 3(1), 913-919.

- Vo-Thanh, T., Zaman, M., Hasan, R., Akter, S., & Dang-Van, T. (2022). The service digitalization in fine-dining restaurants: a cost-benefit perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3502-3524.
- Walsh, G., Shiu, E., & Hassan, L. (2014). Replicating, validating, and reducing the length of the consumer perceived value scale. *Journal of Business Research*, 67, 260-267.
- Yim, M., & Yoo, C. (2020). Are digital menus really better than traditional menus? The mediating role of consumption visions and menu enjoyment. *Journal of Interactive Marketing*, 50, 65-80.
- Yurtseven, H. R., & Yildirim, H. M. (2014). Historan: Orient express restoran örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 163–170.
- Zaheer, M. A., Anwar, T. M., Iantovics, L. B., Raza, M. A., & Khan, Z. (2024). Enticing attributes of consumers' purchase intention to use online food delivery applications (OFDAs) in a developing country. *Journal of Electronic Business & Digital Economics*, 3(3), 295-317.
- Zhang, N., Zhao, C., Zhang, X., & Yi, D. (2020). A method of intention discovery based on scientific collaboration information. In *Advances in Natural Computation, Fuzzy Systems and Knowledge Discovery: Volume 2* (pp. 1044-1053). Springer International Publishing.

TÜRK MUTFAĞINDA CEVİZLİ TARİFLER

Dönüş ÇİÇEK

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği

dcicek@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3690-4442

Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ

Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

ezencir@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6668-9961

1. GİRİŞ

İnsanlara yiyecek sağlayan en eski ağaçlardan biri olduğu düşünülen ceviz, Orta Asya'ya özgü bir meyve olarak bilinmekte ve göçler yoluyla dünyaya yayıldığı belirtilmektedir (Rébufa vd., 2022). Latince adı "*Juglans regia*" olan ve "*juglandaceae*" familyasından sert kabuklu meyveler grubu içerisinde yer alan ceviz güneşli alanlarda ılıman iklime sahip bölgelerin meyvesidir (Yücel, 2008). Bu nedenle cevizin, dünyanın farklı bölgelerinde (Çin, Türkiye, Meksika, ABD, İran) yaygın olarak yetiştirildiği söylenebilir (Aydın ve Güven, 2024). Dünya ceviz üretimi 2022 yılı verilerine göre 3,9 milyon ton olarak gerçekleştirilmiş, bu üretiminin birinci sırasında Çin (1,4 milyon ton), ikinci sırasında Amerika Birleşik Devletleri (682 bin ton), üçüncü sırasında ise İran (355 bin ton) yer almıştır. Bu verilerde Türkiye dünya ceviz üretiminde dördüncü sıradadır. Eski çağlardan günümüze önemli bir gıda maddesi olarak bilinen cevizin üretiminde önemli bir paya sahip olan Türkiye'de ceviz yetiştiriciliği oldukça eski tarihlere dayanmaktadır. Nitekim Güvenç ve Purlu (2022), Osmanlı Tahrir Defterlerinin bazılarında Anadolu'da on beşinci yüzyılda ceviz yetiştiriciliğinden bahsedildiğini belirtmektedirler. Türkiye'de 2023 yılında 360 bin ton ceviz üretimi gerçekleştirilmiş, 2013-2023 dönemi dikkate alındığında üretim miktarında artış (%18) olduğu tespit edilmiştir. Ceviz üretiminde ilk sırada 18'er bin ton ile Kahramanmaraş, Bursa ve Bilecik yer alırken, 15'er bin ton ile ikinci sırada Denizli, İzmir, Mersin ve Çanakkale yer almıştır (Bars, 2024).

Yeşil kabuk, sert kabuk ve tohum adı verilen iç çekirdek kısmından oluşan cevizin her bir bölümünün farklı alanlarda, parfüm endüstrisinden mobilyacılığa, tekstilden, ilaç sanayine, kullanıldığı bilinmektedir. Yüksek mik-

tarda yağ ve protein içeriğine sahip olan ceviz besleyici değeri oldukça yüksek yoğunluklu kuru besin meyvesidir (Sharma vd., 2024; Yiğit vd., 2005). Bu bağlamda ceviz ile zenginleştirilmiş diyetlerin hafıza, biliş ve kas kontrolü, denge ve koordinasyon gibi motor fonksiyonları ve ince motor becerileri üzerindeki yararlı etkileri olduğu belirtilmektedir (Peng vd., 2025). Akdeniz diyetinin temel taşı olan cevizin çeşitli hastalıkları tedavi etmede başarılı olduğu çalışmalarla desteklenmektedir (Mukarram vd., 2024). Dahası güçlü antioksidan özelliğe sahip olan cevizin (Clark vd., 1990) uyku kalitesini iyileştirmede ve gündüz uyumayı azaltmada faydalı olabilecek melatonin artışı sağladığı (Izquierdo-Pulido vd., 2023), günlük ceviz tüketiminin serotonin seviyesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve bunun stresi azaltma üzerinde etkili olabileceği (Zerón-Rugerio vd., 2023) çalışmalarla tespit edilmiştir. Yiğit ve arkadaşları (2005) çalışmalarında, ceviz tüketiminin kardiyovasküler ölümleri azalttığını belirtmiştir. Aydın ve Güven (2024) ise ceviz tüketiminin insan sağlığı üzerindeki etkilerine ilişkin çalışmaların çoğunlukla kardiyovasküler hastalık, koroner kalp hastalığı, diyabet gelişiminde ilişkili çeşitli risk faktörlerine odaklandığını vurgulamışlardır. Günümüzde Türkiye'nin hemen hemen bütün illerinde ceviz yetiştiriciliği bölge tarımında önemli hale gelmiş olmakla birlikte, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından dokuz ilde ceviz coğrafi işaret olarak tescil edilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Coğrafi işaret almış cevizler

Coğrafi İşaret	İl	Tescil Yılı	Coğrafi İşaret Türü
Niksar Cevizi	Tokat	2013	Menşe Adı
Çağlayancerit Cevizi	Kahramanmaraş	2013	Menşe Adı
Hekimhan Cevizi	Malatya	2019	Menşe Adı
Oğuzlar Cevizi	Çorum	2020	Menşe Adı
Kaman Cevizi	Kırşehir	2020	Menşe Adı
Karamanlı Cevizi	Burdur	2020	Menşe Adı
Kavaklıdere Cevizi	Muğla	2020	Menşe Adı
Çatak Cevizi	Van	2021	Menşe Adı
Bahçesaray Cevizi	Van	2022	Menşe Adı
Sapanca Cevizi	Sakarya	2024	Menşe Adı

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, (2025).

Tablo 1 incelendiğinde on ilde ceviz türlerinin menşei adıyla coğrafi işaret aldığı görülmektedir. Diğer taraftan sadece cevizlerin değil cevizli tariflerin de Coğrafi İşaretle tescillendiği görülmektedir. Mahreç işareti ile tescillenen “Ordu Perşembe Ceviz Helvası”, “Hatay Cevizli Biber / Hatay Muhammarası” “Pamukova Ceviz Ezmesi”, “Hatay Ceviz Reçeli” gibi yöresel ürünler bunlardan bazılarıdır. Ceviz aynı zamanda adına düzenlenen festivaller aracılığıyla bir destinasyonun tanınmasında etkili olan ve bir bölgede turizm ve gastronomi hareketliliğine katkı sağlayan ürün olarak da değerlendirilebilir. Bu konuda Ekerim ve Tanrısever (2020) tarafından gerçekleştirilen “Türkiye Gastronomi Festivalleri ve Haritalandırılması” çalışmasına dayanarak birçok bölgede ceviz festivallerinin gerçekleştirildiği söylenebilir (Tablo 2).

Tablo 2. Türkiye’deki ceviz festivalleri

İl/Şehir	Festival Adı
Aksaray	Ağaçören Ceviz Festivali
Bingöl	Adaklı Karababa Doğa, Kültür, Ceviz ve Bal Festivali
Burdur	Karamanlı Mermer ve Ceviz Şenliği
Çanakkale	Biga Ceviz ve Badem Festivali
Kahramanmaraş	Çağlayancerit Ceviz Festivali
Kastamonu	Şenpazar Kaşık, Kestane, Ceviz ve Bal Festivali
Kayseri	Ceviz-Gilaboru Festivali
Kırklareli	Ceviz ve Bal Şenlikleri
Kırşehir	Kaman Ceviz, Kültür ve Sanat Festivali
Sakarya	Sapanca Taze Ceviz Festivali
Malatya	Hekimhan Ceviz, Maden ve Kültür Festivali
Tokat	Niksar Altın Ceviz Yöresel Ürünler ve Kültür Festivali
Van	Çatak Kanispi Ceviz, Bal, Alabalık ve Doğa Festivali

*Ekerim ve Tanrısever (2020), kaynağından yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Ceviz taşıdığı özellikler ve kullanım alanının geniş olması nedeniyle alan yazında gıda biliminden bahçeciliğe, beslenme diyetetikten tarım bilimine kadar birçok araştırma alanında ele alınmış ve incelenmiştir. Örneğin Bayazit ve arkadaşları (2016), Türkiye’de ceviz araştırmaları konusunda yaptıkları

çalışmada 401 adet akademik çalışmayı incelemişlerdir. Bu çalışmalarını gruplandıran yazarlar araştırmaların çoğunlukla “ıslah” ve “çoğaltma” çalışmalarından oluştuğunu, bunları “cevizin besin değeri”, “insan sağlığındaki yeri”, “orman ağacı olarak ceviz” ve “ceviz odununun sanayide kullanımı” ile ilgili çalışmaların izlediğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde Rébufa ve arkadaşları (2022), gerçekleştirdikleri çalışmada Web of Science veri tabanında Ocak 1975 ile Ekim 2021 tarihleri arasında “ceviz” anahtar kelimesi ile ilgili tarama yaparak 8939 makaleye ulaşmışlardır. Makaleler sadece başlık alanı ile sınırlandırıldığında ise bu sayının 4652 olduğu görülmüştür. Sharma ve arkadaşları (2024) ceviz üzerine yapılan küresel araştırmaları 2002-2021 yıllarını kapsayan 20 yıllık zaman diliminde Scopus veri tabanı üzerinden araştırmışlardır. Yazarlar söz konusu çalışmaların çoğunluğunun Tarım ve Biyoloji Bilimlerinde olduğunu belirtmişlerdir.

Ceviz sadece meyvesi ile değil gerek yaprağı gerekse yeşil ve kuru kabukları birçok alanda kullanılan fonksiyonel bir gıdadır. Bu bağlamda antik çağlardan günümüze cevizin yaprağının ve yeşil kabuğunun geleneksel tıpta çeşitli hastalıkları tedavi amaçlı kullanıldığı belirtilmektedir (Salık ve Çakmakçı, 2023). Yaman (2012) bitkisel atıkların değerlendirilmesi üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, ev ya da işyerlerinde üretilen bitkisel katı atıklar içinde yer alan ve pazar değeri bulunan bazı atıkları incelediği çalışmada ceviz kabuğuna da yer vermiştir. Yazar 2009 verilerine dayalı olarak Türkiye’de üretilen cevizlerden ortalama 85.847 ton kabuk olduğunu ve bunların değerlendirilmesi durumunda yaklaşık 4.7 milyar liralık katma değer elde edilebileceğini vurgulayarak ceviz kabuklarının da ekonomik önemine değinmiştir.

Türkiye’de Osmanlı döneminde saray mutfağında önemli bir yeri olan ceviz günümüzde gıda endüstrisinde baklavadan reçele, likörden salatalara kadar birçok alanda kullanılmaktadır (Salık ve Çakmakçı, 2023; Ceviz Diyarı, 2025). Dolayısıyla özünde bir bahçe ürünü olan ceviz, özellikle kırsal alanlarda, toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısında önemli rol oynadığı (Habibi vd., 2022), toplumların kendilerine özgü yemek kültürlerinin oluşumunda kullanılan önemli bir tamamlayıcı olarak karşımıza çıktığı söylenebilir. Bu çalışmada cevizin Türk Mutfağındaki kullanımı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla geleneksel Türk mutfağında ceviz içerikli tarifler incelenmiştir.

2. YÖNTEM

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada doküman incelemesi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan dokümanlar Türk mutfağı üzerine yazılan ve içerisinde tariflerin yer aldığı kitaplar ile sınırlandırılmıştır. Türk mutfağı üzerine yazılan tarif içerikli kitapların sayısının fazla olması sebebiyle evreni temsil edecek örneklem seçimine gidilmiş ve amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Araştırmalarda araştırmacı yanlılığın ortadan kaldırılması, güvenilirliğin sağlanması için araştırmacı etkilerini kontrol etmek gerekir (Miles ve Huberman, 2021). Bu nedenle 5 Mart- 15 Mart 2025 tarih aralığında incelemeye alınan kitapların belirlenebilmesi amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Gastronomi alanında eğitilmiş akademisyen, çalışan ve öğrencilerden oluşan 15 uzmana *“Türk mutfağını en iyi yansıtan 3 kitap sizce hangileridir?”* şeklinde bir soru yöneltilerek görüşleri alınmıştır. Önerilen kitaplardan (13 kitap) sadece Türk Mutfağı ve Anadolu Mutfağı örneklerinin yer aldığı kitaplar araştırmaya dahil edilmiş; herhangi bir bölgenin mutfağını, sadece tek bir ürün grubunu (balık) ele alan kitaplar ile Osmanlı mutfağından veya genel (uluslararası) yemeklerden örnekler sunan kitaplar araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Öneriler kapsamında sekiz kitaba (Tablo 3) ulaşılmış ve inceleme bu kitaplar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Kitapların bazılarında verilen içecek tarifleri, besin saklama yöntemleri gibi başlıkların altındaki tarifler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Elde edilen veri setine içerik analizi uygulanmıştır.

3. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle uzman görüşüyle belirlenen kitaplara ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra ürün gruplarına göre sınıflandırma yapılmış ve belirtildiyse tarifi ait olduğu il veya bölge bilgileri incelenmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Taranan kitaplara ilişkin bilgiler

Yazar/Editör	Kitabın Adı	Yıl	Yayınevi adı	Tarif sayısı	Tespit edilen tarif
Ayşe Baysal ve arkadaşları	Türk Mutfağından Örnekler	1993	Bakanlık	279	17
Cemal Borandağ	Türk Mutfağı	2004	Senfoni	230	20
Musa Dağdeviren	The Turkish Cookbook	2019	Phaidon	441	47
Makbule Gezmen Karadağ ve arkadaşları	Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler	2014	Detay	86	8
Deniz Gürsoy	Kuzeyden Güneye Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız	2005	Oğlak	973	73
Nevin Halıcı	Türk Mutfağı	2009	Oğlak	452	31
Mehmet Sarıışık & Gülçin Özbay	Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı	2019	Detay	302	28
Melahat Saçılık & Samet Çevik	Bir Yerin Tabaktaki Kimliği	2019	Detay	81	11
Toplam				2844	235

Tablo 3’de araştırma kapsamında incelenen sekiz kitap alfabetik olarak sıralanmıştır. Ayrıca kitap adı, yayın yılı, yayınevi bilgilerine de yer verilmiştir. Araştırma kapsamında toplam 2844 tarif incelenmiştir. Bu tariflerden içeriğinde ceviz bulunan 235 tarif tespit edilmiştir. Tablodan anlaşılabacağı üzere Gürsoy (2005) tarif sayısının en fazla olduğu kitaptır. Bunu Dağdeviren (2019) ve Halıcı (2009) takip etmektedir. Oransal olarak değerlendirildiğinde kitapların içindeki tariflerin yaklaşık %9’unun ceviz içerikli olduğu söylenebilir. Yine oransal olarak sıralandığında yazarların kitaplarında cevizli tariflerin oranları; Yıldırım Saçılık ve Çevik (2019) %13,5, Dağdeviren (2019) %10,6, Gezmen Karadağ ve arkadaşları (2014) %9,3, Sarıışık ve Özbay (2019) %9,2 şeklinde sıralanabilir. Kitaplarda adı ve içeriği aynı olan 57 tarif, birbirinden farklı 178 tarif listelenmiştir. Tespit edilen ceviz içerikli bu tarifler Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. Tespit edilen ceviz içerikli tarifler

Tarfi Adı	S	Tarfi Adı	S	Tarfi Adı	S
Kabak Tatlısı	6	Cevizli Yayım	1	Kolay Bon Bon	1
Aşure	5	Cevizli Höşmerim	1	Kolay İçli Köfte	1
Çerkez Tavuğu	5	Cevzili salata	1	Koliva	1
Aside (Haside/Hasuda)	4	Cızlama	1	Koripaparani	1
Batırık	4	Çerkes Salatası	1	Kremalı Pötifur	1
Güllaç	4	Çorum Baklavası	1	Kübbülmüşviyye	1
Nokul	4	Çulluk Etli Keşkek	1	Lokum	1
Baklava	3	Damat Dolması	1	Makiyan	1
Bat	3	Demir Tatlısı	1	Marul Salatası	1
İçli Köfte	3	Dereotlu Balık	1	Melengüçceği	1
Kerebiç (Gerebiç)	3	Dolanger	1	Melengüçceği Tatlısı	1
Kırıs (Qris/ Kris)	3	Dolaz	1	Meyve Salatası	1
Sini Köftesi	3	Domates Ezmesi	1	Meyveli Yılbaşı Keki	1
Tarator	3	Dostlar Kurabiyesi	1	Mırdık (Fasulye) Lapası	1
Cezeriye	2	Dövme Şilesi	1	Mozayik	1
Çiğköfte	2	Ekmek Dolması	1	Muğla Saraylısı	1
Kalburabastı	2	Ekmek Kayganası	1	Muska Baklavası	1
Kasefe (Gaysefe)	2	Ekmekli Et	1	Nazlı Aş	1
Katmer	2	Ekşili Köfte	1	Nemse Baklava	1
Kedi Batmaz	2	Ekşili Ufak Köfte	1	Nuriye Tatlısı	1
Kete	2	Ekşili Yahni	1	Orcik	1
Mengen Pilavı	2	Elma Pürelı Kek	1	Paluze	1
Mısır Unu Helvası	2	Elmalı Kurabiye	1	Pekmez Helvası	1
Muhammara	2	Elmalı Poğaça	1	Perçem	1
Nevzine	2	Erişte Pilavı	1	Pestil Çullaması	1
Papatya Bisküvisi	2	Etsiz Çiğköfte	1	Pestilli Tavuk Çullaması	1
Samsa Tatlısı	2	Fellah Köftesi (Çiftçi)	1	Peynir Ezmesi	1
Şılki (Şıllık) Tatlısı	2	Gazozlu Kek	1	Peynirli Kuskus Pilavı	1
Tel Kadayıf (Sütlü)	2	Gombe	1	Pıhtı Aşı	1
Uskumru Dolması	2	Gök Peyniri (Küflü Peynir) Ovması	1	Portakallı Gül Tatlısı	1
Yassı Kadayıf	2	Halhaşlı Burma Çöreği	1	Sakız Kabağı Dolması	1
Analı Kızlı	2	Hanım Dudağı	1	Sarığ Burma	1

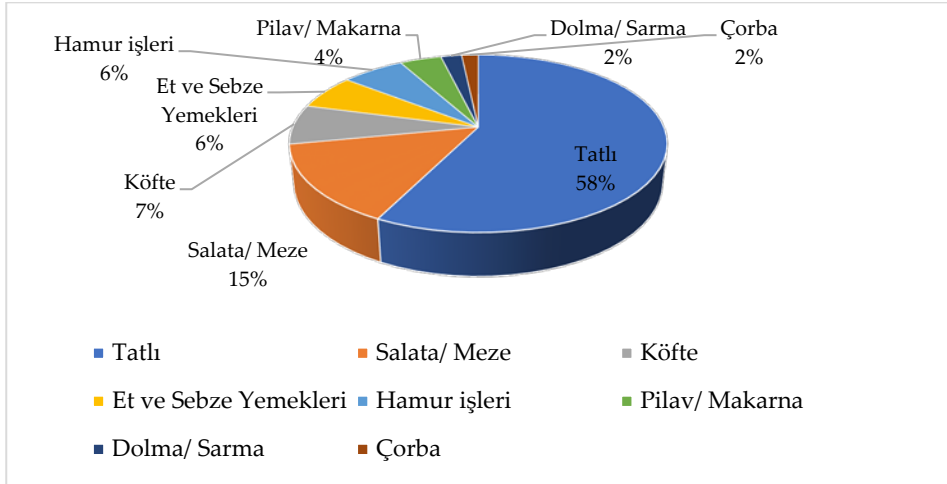
Ağız Yumuk	1	Hanım Gerdanı (Kocakarı Gerdanı)	1	Sıkma Köfte	1
Ak Mısır Çorbası	1	Harire	1	Sigara Baklavası	1
Armut Tatlısı	1	Haşhaşlı Sarma Aşı	1	Siron	1
Baklaş	1	Haşhaşlı ve Cevizli Çörek	1	Strudel	1
Banduma	1	Havuçlu Kek	1	Sütlü Kabak Lapası	1
Basma Helva	1	Hışk (Kuru Domates) Piyazı	1	Şipsi	1
Bayram Çorbası	1	Hoppa Puding	1	Tahinli Helva	1
Beyaz Baklava	1	Hoşmerim	1	Taratorlu Börülce	1
Bohça Baklavası	1	İçli Börek	1	Taratorlu Kanepe	1
Burma Koca Karı Gerdanı	1	İncir Uyutması	1	Taze Börülce Haşlaması	1
Bursa İşi Lokum	1	Kabuk Kavurma (Kasefe)	1	Taze Ceviz Tatlısı	1
Bülbül Yuvası	1	Kadayıf Dolması	1	Teleme	1
Cennet Küngü	1	Kakaolu Elmalı Puding	1	Tırtıl Baklava	1
Ceviz Helvası	1	Karaçüval Helvası	1	Tiritli Köfte	1
Ceviz Tatlısı	1	Karakuş Tatlısı	1	Topak Helva	1
Cevizli Ay	1	Kaşık Salatası	1	Tutmaç	1
Cevizli Biber	1	Kaygana	1	Un Helvası	1
Cevizli Börek	1	Kayısı (Gün Kuru) Dolması	1	Üzümlü Çorba	1
Cevizli Büzme Tatlısı	1	Kaymaklı Baklava	1	Varakkaak	1
Cevizli Hodan	1	Keklik Dövmesi	1	Vişneli Ekmek Kadayıfı	1
Cevizli İçli Tatlısı	1	Kereviz Salatası	1	Yağlı Köfte	1
Cevizli Kek	1	Kestaneli Balkabağı Tatlısı	1	Yavandan İçli Köfte	1
Cevizli Kömeç	1	Keşir Salatası	1	Yayın Balığı Çorbası	1
Cevizli Muska	1	Keşkek	1	Yeşil Zeytin Piyazı	1
Cevizli Pasta	1	Keşli ve Cevizli Yayım	1	Yoğurtlu Ufak Köfte	1
Cevizli Patlıcan Salatası	1	Kıyılmış Kadayıf Tatlısı	1	Zeytinli Börek (Semsek)	1
Cevizli Tatlı	1	Kıymalı Köfte	1		

Tablo 4’de sıklıkları (S) verilen listede tarifler orijinal adları ile yazılmış, ürün grupları ise içerik ve adlar aynı olduğunda birleştirilmiştir. Ayrıca şive dolayısıyla farklı yazılan tarifler de aynı kabul edilmiştir (Örneğin; kay-sefe/gaysefe gibi). Listedeki toplamda 11 farklı baklava ürünü tespit edilmiş olup içerik farklılıklarından dolayı sadece aynı ada (baklava) sahip olanlar bir-

leştirilmiştir. Bununla birlikte kabak tatlısı, aşure, çerkes tavuğu, aside, batırık, güllaç, nokul, bat, içli köfte, kerebiç, kiris, sini köfte, tarator, cezeriye, çiğ köfte, kalburabastı, kasefe, katmer, kedi batmaz, kete, Mengen pilavı, mısır unu helvası, muhammara, nevine, papatya bisküvisi, samsa tatlısı, şilki (şıllık) tatlısı, tel kadayıf, uskumru dolması, yassı kadayıf ve analı kızlı birden fazla tekrarlanan tariflerdir.

Çalışmada tespit edilen 235 tarif daha sonra ürün grubuna göre sınıflandırılmıştır. Sınıflandırmada tariflerin hangi kategoride yer alacağı konusunda literatür temel alınmıştır (Uyanık ve Zencir Çiftçi, 2024). Cevizli tariflerin yer aldığı kategoriler; tatlı, salata/meze, köfte, et ve sebze yemekleri, hamur işleri, pilav/makarna, dolma/sarma, çorba grupları altında toplanmıştır. Bununla birlikte bazı tariflerde incelenen kitap içerisinde hangi ürün grubunda değerlendirildiyse o grup içerisinde kodlama yapılmıştır. Örneğin analı kızlı tarifi bir kitapta çorba grubunda yer alırken, başka bir kitapta et ve sebze yemekleri (ana yemek) grubunda yer aldığından bu çalışmada her iki grupta kodlanmıştır.

Grafik 1. Ürün gruplarına göre dağılım



Grafik 1 incelendiğinde ürün grubu dağılımında en yüksek oranın tatlı grubunda olduğu söylenebilir. Türk tatlıları içinde şerbetli tatlıların önemli bir bölümünün cevizle hazırlandığı bilinmekte olup, araştırmada da benzer bir sonuca ulaşıldığı görülmektedir. Araştırma sonucunda dikkati çeken

önemli nokta ise sekiz farklı ürün grubunda cevizli olmasıdır. Tatlıdan sonra salata/meze grubunda ceviz kullanımı %15 seviyesindedir ve önemszenmesi gereken bir bulgudur. Çalışmada son olarak tariflerin ait olduğu illere/bölgelere göre dağılımı incelenmiştir. İncelenen veri setinde 55 tarifi il veya bölge bilgisine yer verilmemiştir. Üç tarifte ise birden fazla yer adı verilmiştir. Buna göre 61 il/bölge adı kullanılmıştır (Tablo 5). Burada da kitapların beyanı esas alınmış, il adı verildiyse il adıyla, sadece bölge adı verildiyse bölge adıyla sayılmıştır.

Tablo 5. Tespit edilen il ve bölgeler

İl/ Bölge	Sıklık	İl/ Bölge	Sıklık
Gaziantep	10	Amasya	2
Adana	8	Artvin	2
Malatya	8	Bursa	2
Erzincan	7	Çorum	2
Hatay	6	Diyarbakır	2
Karabük	6	Edirne	2
Kayseri	6	Gümüşhane	2
Sivas	6	Güneydoğu Anadolu Bölgesi	2
Adıyaman	4	Isparta	2
Ankara	4	İstanbul	2
Bolu	4	Kastamonu	2
Erzurum	4	Konya	2
İzmir	4	Samsun	2
Kilis	4	Van	2
Muğla	4	Aksaray	1
Şanlıurfa	4	Antalya	1
Afyonkarahisar	3	Bilecik	1
Akdeniz Bölgesi	3	Bingöl	1
Çankırı	3	Bitlis	1
Düzce	3	Burdur	1
Elazığ	3	Çanakkale	1
Hakkari	3	Denizli	1

Mardin	3	Eskişehir	1
Mersin	3	İç Anadolu Bölgesi	1
Sakarya	3	Karadeniz Bölgesi	1
Siirt	3	Marmara Bölgesi	1
Sinop	3	Nevşehir	1
Tokat	3	Ordu	1
Tunceli	3	Rize	1
Zonguldak	3	Tekirdağ	1
		Yozgat	1

Tablo 5 incelendiğinde, sıralamada en çok tekrarlanan ilin Gaziantep olduğu görülmüştür. Adana, Malatya, Erzincan, Hatay, Karabük, Kayseri, Sivas bunu takip etmiştir. Listenin tamamına bakıldığında Türkiye'nin her bölgesinden iller olduğu görülmektedir. Ağırlık olarak ise Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Doğu Anadolu illerinin fazla olması dikkati çekmiştir.

4. SONUÇ

Tarihsel süreç içerisinde hem sağlık hem de lezzet kaynağı olarak tüketilen ve fonksiyonel gıda olarak değerlendirilen ceviz toplumların sosyo-ekonomik ve kültürel yapısında önemli rol oynamaktadır. Alan yazında daha çok sağlık açısından değerlendirilen ceviz, bu çalışmada Türk Mutfağı açısından ele alınmış ve tariflere odaklanılmıştır. Çalışma sonucuna dayanarak cevizin Türk mutfağında yaygın bir kullanımı olduğu söylenebilir. Çoğunlukla tatlı tariflerinde yer alan cevizin, çorbadan mezeye sekiz farklı ürün grubunun içerisinde kullanıldığı belirlenmiştir. Bu çeşitlilik ve dağılımın nedeni Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinde cevizin yetiştiriliyor olması ile ilişkilendirilebilir. Bu durumda cevizin Türk mutfağında önemli bir tamamlayıcı olduğu söylenebilir. Araştırma kapsamında incelenen ve Türk mutfağının tanıtımında önemli bir yeri olan eserlerin içerisinde birçok tarifte cevizin yer alması bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Ancak konu ile ilgili daha kesin yargılara varılması için alan yazındaki diğer çalışmaların da incelenerek tarama yapılması yerinde olacaktır.

Ceviz yetiştigi bölgelere göre farklılık göstermektedir. Bazı bölgeler yetiştirdikleri cevizlerin benzerlerinden farklı olduğunu Coğrafi İşaret unvanı olarak tescil ettirmişlerdir. Araştırma bulgularında ceviz en çok yetiştirildiği

yerler ve coğrafi işaret almış bölgelerin hepsinin listede yer almadığı görülmüştür. Bu durum ceviz yetiştiriciliğinin yapıldığı yerlerin mutfaklarında cevizin baskın bir kullanımı olmadığı şeklinde yorumlanabileceği gibi incelenen eserlerin içerisinde bölgelerin belirtilmemesi ile de ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda bundan sonraki çalışmalarda coğrafi işaret almış bölgelerde cevizin mutfaklarda kullanımına bakılabilir. Ayrıca Osmanlıdan Cumhuriyete ceviz tarifleri incelenerek fonksiyonel bir gıda olan cevizin Türk Mutfağındaki yeri ve önemi ortaya çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

- Aydın, Ç. M., & Güven, A. (2024). Seed content and its oil composition in walnut cultivated from Tunceli, Türkiye. *Cogent Food & Agriculture*, 10(1), 2297517.
- Bars, T. (2024). *Sert Kabuklu Meyveler Ürün Raporu-2024*. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü Müdürlüğü, TEPEGE.
- Bayazit, S., Tefek, H., & Çalışkan, O. (2016). Türkiye’de ceviz (*Juglans regia* L.) araştırmaları. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 11(1), 169-179.
- Baysal A., Kutluay Merdol, T., Sacır, F. H., Çiğirim Taşçı, N., & Başoğlu, S. (1993). *Türk Mutfağından Örnekler*. Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Borandağ, C. (2004). *Türk Mutfağı*. İstanbul: Senfoni Yayınları.
- Ceviz Diyarı. (2025). *Geçmişten Günümüze Ceviz*. <https://www.cevizdiyari.org.tr> Erişim Tarihi: 04.06.2025
- Clark, A.M., Jurgens T.M., & Hufford C.D. (1990). Antimicrobial activity of juglone. *Phytother Research*, 4(1), 11-14.
- Dağdeviren, M. (2019). *The Turkish Cookbook*. Phaidon Press.
- Ekerim, F., & Tannrısever, C. (2020). Türkiye gastronomi festivalleri ve haritalandırılması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2277-2297.
- Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F., Ertaş, Y., & Şanlıer, N. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler*. Ankara: Detay Yayınları.
- Gürsoy, D. (2005). *Kuzeyden Güneye Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Güvenç, İ., & Purlu, G. (2022). Türkiye’nin 2020-2045 döneminde ceviz üretim ve gereksinim projeksiyonu. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 25(1), 57-65.
- Habibi, A., Hamedpour-Darabi, M., & Vahdati, K. (2022). Local cultural values of Persian walnut in Iran. *The Cultural Value of Trees*, 162-173.
- Halıcı, N. (2009). *Türk Mutfağı*. İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Izquierdo-Pulido, M., Zérón-Rugiero, M.F., Ibarra-Picón, A., Díez-Hernández, M., Pérez-Cano, F., & Cambras, T. (2023). Walnut consumption improves sleep quality: A randomized-controlled trial. *Proceedings*, 91(1), 381.
- Miles, M.B., & Huberman, A.M. (2021). *Nitel Veri Analizi*. Akbaba Altun, S. & Ersoy, A. (Çev.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık

- Mukarram, S.A., Wandhekar, S.S., Ahmed, A.E.M., Pandey, V.K., Csaba, O., Lajos, D., & Bela, K. (2024). Exploring the ecological implications, gastronomic applications, and nutritional and therapeutic potential of *Juglans regia* L. (Green Walnut): A comprehensive review. *Nutrients*, 16(8), 1183.
- Peng, Y., Shan, Z., Jia, W., Li, M., Wen, X., & Ni, Y. (2025). Comparative analysis of twin-screw pressing and blending methods for walnut oleosome extraction: Yield, physical stability, and functionalities. *Journal of Food Engineering*, 386, 112292.
- Réboua, C., Artaud, J., & Le Dréau, Y. (2022). Walnut (*Juglans regia* L.) oil chemical composition depending on variety, locality, extraction process and storage conditions: A comprehensive review. *Journal of Food Composition and Analysis*, 110, 104534.
- Sanışık, M. & Özbay, G. (2019). *Ulusal Gastronomi ve Türk Mutfağı*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Sharma, M., Sharma, M., Sahu, S.C., & Sharma, D. (2024). Walnuts as functional food and nutraceutical: A bibliometric study of research trends on nutritional potential, phytochemistry and its health benefits. *Food and Humanity*, 100387.
- Salık, M.A., & Çakmakçı, S. (2023). Ceviz (*Juglans regia* L.) yaprağı ve yeşil kabuğu: fonksiyonel özellikleri, sağlığa yararları ve gıdalarda kullanım potansiyeli. *Akademik Gıda*, 21(1), 90-100.
- Türk Patent ve Marka Kurumu, (2025). *Coğrafi İşaret Almış Cevizler*, <https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/liste?il=&tur=43&urunGrubu=46&adi=ceviz> Erişim Tarihi: 04.06.2025
- Uyanık, B., & Zencir Çiftçi E. (2024). Alan Yazında Ürün Geliştirme. Durlu Özkaya, F. (Ed), *Gastronomide Ürün Geliştirme ve Duyusal Analiz*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yaman, K. (2012). Bitkisel atıkların değerlendirilmesi ve ekonomik önemi. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 12(2), 339-348.
- Yıldırım Saçılık, M., & Çevik S. (2019). Bir Yer in Tabaktaki Kimliği. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yücel, E. (2008). *Tıbbi Bitkiler*. Eskişehir: Cetemenler Digital.
- Yiğit, A., Ertürk, Ü., & Körükluoğlu, M. (2005). Fonksiyonel bir gıda: Ceviz. *Bahçe*, 34(1), 163-170.
- Zerón-Ruggerio, M.F., Izquierdo-Pulido, M., Ibarra-Picón, A., & Pérez-Cano, F.J. (2023). Walnut consumption reduces perceived stress and improves mood states in a sample of young adults: A randomized cross-over trial. *Proceedings*, 91(1), 380.

MARDİN'İN EŞSİZ LEZZETLERİ: COĞRAFI İŞARET TESCİL BELGESİNE SAHİP ÜRÜNLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Emircan YILMAZ

Öğr. Gör. Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü

emircanyilmaz@artuklu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4099-9782

Dilan ARABACIOĞLU

Arş. Gör., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

dilanarabacioglu@artuklu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1470-0959

1. GİRİŞ

Coğrafi işaret, bir ürünü diğerlerinden farklılaştıran özelliklerin ön plana çıkarıldığı ve ürünün ortaya çıktığı bölge ile özdeşleşmiş olduğunu gösteren bir kalite işaretidir. Türkiye’de coğrafi işaret tescil belgesi, Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) tarafından verilmektedir. Coğrafi işaretleme içerisinde tarımdan yöresel yiyeceklere, el sanatlarından sanayi ürünlerine kadar birbirinden farklı ürünleri bulundurmaktadır (Oraman, 2015; Çekiç vd., 2024). Bu işaretleme sürecinde üreticilerin ve tüketicilerin hakları korumakta ve aynı zamanda bölgeye has önemli ürünlerin kültürel anlamda sürdürülebilirliği sağlanmaktadır (Köşker, 2020). Tüketiciler tarafından ürünlerin üretim süreçlerine olan ilginin artış göstermesi ürünlerin değerlerini artırarak korunmalarına imkân vermektedir (Orhan, 2010). Coğrafi işaretleme sürecinin bölgelere olan olumlu katkısı göz önüne alındığında ise pazarlama olanakları, tanıtım, olumlu imaj, ekonomik fayda, kültürel koruma ve sürdürülebilirlik açısından avantaj sağlamaktadır (Saygılı vd., 2020). Bu çalışma kapsamında önemli turistik destinasyonlardan biri olan ve her yıl kültür inanc turizmi ekseninde binlerce turist ağırlayan Mardin ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler incelenmiştir. Aynı zamanda çalışma kapsamında Mardin ilinde coğrafi işaret alma potansiyeli olan ürünlerin neler olabileceğine yönelik tespitler yapılmıştır. Birbirinden farklı toplumların ve kültürlerin kesişim noktası olan Mezopotamya’nın incisi konumundaki bu eşsiz destinasyona ait potansiyel ürünlerinin açığa çıkarılarak coğrafi işaretli ürünlerin sayısının artırılmasına katkı sunulması hedeflenmektedir.

2. COĞRAFİ İŞARET ve MARDİN

Coğrafi işaret kavramı, farklı bölgelerdeki ürünleri tüketme erişimine sahip tüketicilerin bu ürünlere dair bilgi edinme isteği doğrultusunda açığa çıkmıştır (İlcalı, 2009; Ekinci, 2014; Cassago vd., 2021). Bu kavram herhangi bir ürünün bulunduğu coğrafi bölge ile ilişkisini gösteren unsurları tanımlamaktadır. Bu unsurlar ürünlerin kaynağını üretim süreç ve tekniklerini ve ürünün diğer belirgin tüm özelliklerini tanımlamayı hedeflemektedir (Kan vd., 2012; Doğan, 2015). Bir başka tanımlamaya göre coğrafi işaretler bir ürünün sahip olduğu özellikleri tanımlayan etiketler şeklinde adlandırılmaktadır (Moschini vd., 2008). Belirtilen bu özellikler ve işaretler maden, gıda, el sanatları, tarım ve sanayi ürünleri olabilmektedir. Ürünler kaynağını doğadan ya da insandan almaktadır. Doğal ürünlerin yanı sıra insanlar tarafından yapılmış olan ürünlerde yer almaktadır (Tuncay, 2009). Bununla birlikte coğrafi işaret sayesinde ürünlerin değerleri artmaktadır (Yurt ve Bayraklı, 2022).

Sınai mülkiyet hakları içerisinde yer alan coğrafi işaret hammadde ve üretimi gibi özellikleri açısından belirli bölgeden kaynaklı olarak ürünü tanımlayan; ünü, kalitesi ya da ürünü meydana getiren diğer özellikler açısından bulunduğu coğrafi bölge ile özdeşleşmiş ve bölgeyi temsil eden ürünler için kullanılmaktadır (Doğanlı, 2020: 528). Coğrafi işarete sahip ürünler yetiştikleri veya bulundukları köylerin kasabaların ya da şehirlerin isimleri ile anılmaktadırlar. Böylece coğrafi işaretli ürünler yalnızca yetiştikleri bölgelere hastır ve başka bir bölgede üretimi yapılamamaktadır (Çakaloğlu, 2015). Türkiye’de ve dünyada coğrafi işaretli ürünlerin bölge isimleri ile anıldığına yönelik örnekler şu şekildedir: Çorum Leblebisi, Antep Fıstığı, Adana Kebap, Scotch Viskisi vb. (Tepe, 2008). Coğrafi işarete sahip bir ürünün marka ve patent hakkı bir kişi veya kuruma ait olmamakta ürünün bulunduğu bölgede üretim yapan tüm üreticilerin hak sahipliği olduğu bilinmektedir (Akın, 2006). Aynı zamanda bu ürünlerin hak sahibi olmayan kişi, kurum ve kuruluşlar tarafından kullanılması veya taklit edilmesi yasal bir durum olarak görülmemektedir (Akın, 2006).

Coğrafi işaretlemeyle sahip ürünlerin bölgeye ve yerel halka çeşitli katkıları bulunmaktadır (Öze ve Kesenkaş, 2014). Kaliteli, güvenilir ve sağlıklı ürünlerin açığa çıkması, yerel halka ekonomik gelir sağlaması, kırsal bölgelere fayda sağlaması ve işaretlenen ürünlere katma değer sağlaması bu kat-

kılar arasında yer almaktadır (Saygılı vd., 2020). Bunların yanı sıra ürün kalitesi korunmakta, üreticiler teşvik edilebilmektedir. Coğrafi işaretleme ile ürünler daha geniş pazarlarda yer alma şansına da sahip olmaktadır. Bu durum turizm sektörü açısından da bölgenin tanınırlığına katkı sağlamaktadır (Başaran, 2016). Özellikle turistik destinasyonların sahip oldukları yöresel ürünlerin coğrafi işaretleme ile pazarlanarak tanıtılması rakip destinasyonlara göre ön plana çıkmasına neden olabilmektedir (Polat, 2017). Bu faydaların yanı sıra yöreye özgü ürünlerin sürdürülebilirliğine ve ekonomik-kültürel anlamda bölgelerin markalaşmasına da imkân sağlamaktadır (Rodrigo ve Veiga, 2009). Böylece coğrafi işaretlemenin kültürel değerleri korumaya yardımcı önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir (Gündoğdu, 2006).

2.1. Coğrafi İşaret Türleri ve Kategorileri

Türkiye’de Türk Patent ve Marka Kurumu (TPMK) tarafından verilmekte olan coğrafi işaretler türlerine göre menşe adı, mahreç işareti ve geleneksel ürün adı olmak üzere üçe ayrılmaktadır (Toklu ve Pekerşen, 2019; Kök ve Güngör, 2021). Coğrafi işaret türlerinden menşe adı, bir bölgeye ya da yöreye ait ürünün incelenmesinin ardından ürünün bütün işlev ve özelliklerinin bulunduğu bölgenin unsurlarını taşıması hali olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer coğrafi işaretleme olan mahreç işareti menşe adından farklı olarak ürünün işlev ve özelliklerinin ya da yapım aşamalarının en az bir tanesi veya daha fazla unsurunun bulunulan bölgeye has olması gerekmektedir (Usta ve Şengül, 2022). Menşe adı ve mahreç işareti arasındaki en temel fark menşe adlı ürünlerin yalnızca bulunduğu bölgede üretilmesi, mahreç işaretli ürünlerin ise belirlenen kriterlerden en az birini gerçekleştirmek koşuluyla herhangi bir bölgede üretilabiliyor olmasıdır (Yürekli, 2015). Menşe ürünler temelde coğrafi kökenleri ile ilişkilendirilen eşsiz özelliklere sahipken mahreç işaretli ürünler coğrafi kökenleri ile bağdaşan en az tek bir özelliğe sahip olabilmektedirler (Moschini vd., 2008). Son olarak geleneksel ürün adı ise menşe adı ve mahreç işareti kapsamı dışında olan ürünlere verilmektedir. Ürünlerin geleneksel ürün adı olarak belirlenmesi için ise en az 30 yıldır kullanımda olmasının yanı sıra geleneksel hammaddelerden oluşması ve geleneksel üretim metotları kullanılarak üretilmesi şartı aranmaktadır (TPMK, 2025).

Bir çeşit fikri mülkiyet hakkı olarak tanımlanan coğrafi işaretleme farklı kategorilere ayrılmaktadır (Süslü, Eryılmaz ve Demir, 2020). Türkiye’de coğrafi işaret kategorileri TPMK tarafından alkolsüz içecekler, bal, buralar ve diğ er alkoll   içecekler,  okolata, şekerleme ve türevleri, diğ er ürünler, dokumalar, dondurmalar ve yenilebilir buzlar, fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur i leri ve tatlılar, halılar ve kilimler, halılar, kilimler ve dokumalar dışında kalan el sanatı ürünleri, işlenmiş ve i lenmemi  et ürünleri, işlenmiş ve i lenmemi  meyve ve sebzeler ile mantarlar, peynirler, peynirler ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri, tereyağı dahil katı ve sıvı yağlar, tütün, yemekler ve çorbalar, yiyecek için  e ni/lezzet vericiler, soslar ve tuz olmak üzere toplamda 18 farklı kategoride sınıflandırılmaktadır (TPMK, 2025). TPMK tarafından ürün kategorileri incelendiğ inde coğrafi işaretle ürünler daha çok gıda ve gastronomi alanında olduğı söylenebilmektedir.

2.2. Mardin’in Coğrafi I aretle Gastronomik  r nleri ve  r nlerin Kategorileri

Türkiye’de coğrafi işaretle ürünlerin tescil işlemlerinin TPMK tarafından yapılmakta bu ürünlerin korunması 1995 yılında çıkarılan yasa ile sağlanmaktadır. Bu etkin ve özel koruma yöntemi sayesinde haksız rekabetin önüne geçilmeye çalışılmıştır (Gürsu Doğu, 2008).  r nlerin tescil edilmesi ile birlikte üreticiler haklarını korumaya ve etkili pazarlama avantajları elde etmeye ba lamı lardır. Coğrafi işaret ile ürünlerin kalite ve kökenleri garanti altında tutulmaktadır ( alı kan ve Koç, 2013).

Ülkemizde coğrafi işaretle ürünler bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Bazı bölge ve şehirlerde coğrafi işaretle ürünlerin sayısının yüksek olduğı bazı illerde ise daha az olduğı görülmektedir. Coğrafi işaretle ürünlerin sayısındaki artış özellikle turistik destinasyonlar açısından imaj ve tanınırlığa katkı sunmaktadır. Bu katkılar ekonomik ve turistik gelişimi de beraberinde getirmektedir (Başaran vd., 2024). Özellikle son dönemlerde gastronomi turizmi faaliyetlerinin yaygınlaşması ve coğrafi işaret kavramının bilinirliğinin artmaya ba laması ile birlikte insanlar ziyaret ettikleri destinasyonlarda bölgeye has ürünleri daha fazla merak etmeye ba lamı lardır. Bu merak duygusu ürünlerin detaylı araştırılarak tarihsel ge mi lerinin öğrenilmesine bu durum ise destinasyonun daha fazla tercih edilerek bilinirliğinin artmasına imkân vermektedir ( eng l ve  ılgınoğlu, 2023).

Önemli kültür ve inanç turizmi destinasyonların biri olan ve Kuzey Mezopotamya Bölgesi'nde yer alan Mardin ili de menşe adlı ve mahreç işaretli pek çok coğrafi işaretli ürüne sahiptir. 15 Mayıs 2025 tarihi itibarıyla toplamda 24 adet coğrafi işaretli ürüne sahip Mardin'in 22 ürünü gastronomi ile ilgili kategorilerde yer almaktadır. Bu durum Mardin'in gastronomik açıdan oldukça zengin bir şehir olduğunu göstermektedir. Tablo 1'de Mardin ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli gastronomik ürünler ve yer aldıkları kategoriler gösterilmektedir.

Tablo 1: Mardin'in sahip olduğu coğrafi işaretli gastronomik ürünler ve kategorileri

	Coğrafi İşaretin Adı	Türü	Kategori
1.	Mardin Alluciye	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
2.	Mardin Firkiye	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
3.	Mardin Irok	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
4.	Mardin Kaburga Dolması	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
5.	Mardin Kebabı	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
6.	Mardin Kibe	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
7.	Mardin Sembusek	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
8.	Mardin İkbebet	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
9.	Mardin İncasiyye	Mahreç İşareti	Yemekler ve Çorbalar
10.	Mardin İmlebbes	Mahreç İşareti	Çikolata, Şekerleme ve Türevi Ürünler
11.	Mardin Harire	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve Pastacılık Mamulleri, Hamur İşleri, Tatlılar
12.	Mardin Kiliçesi	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve Pastacılık Mamulleri, Hamur İşleri, Tatlılar
13.	Midyat Tandır Ekmeği	Mahreç İşareti	Fırıncılık ve Pastacılık Mamulleri, Hamur İşleri, Tatlılar
14.	Derik Halhalı Zeytinyağı	Menşe Adı	Tereyağı Dâhil Katı ve Sıvı Yağlar
15.	Midyat Acuru	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
16.	Midyat Kavunu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
17.	Midyat Turşusu	Mahreç İşareti	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
18.	Midyat Zeynebi Üzümlü	Menşe Adı	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
19.	Midyat İnciri	Menşe Adı	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
20.	Ömerli Karfoki Üzümlü	Menşe Adı	İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar
21.	Kızıltepe Kırmızı Mercimeği	Menşe Adı	Diğer Ürünler
22.	Mardin Bulguru	Menşe Adı	Diğer Ürünler

Tablo 1’de görüldüğü gibi Mardin’in coğrafi işaret tescil belgesine sahip 22 adet gastronomik ürünü bulunmaktadır. Bununla birlikte 22 ürünün altısı menşe adına sahipken, 16’sı ise mahreç işaretlidir. Mardin’in geleneksel ürün adına sahip ise ürünü bulunmamaktadır. Mardin’in coğrafi işaret tescil belgesine sahip gastronomik ürünlerinden dokuz tanesi yemekler ve çorbalar kategorisinde bulunurken, altı ürün ise işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar kategorisinde yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde Mardin’in coğrafi işaretli gastronomik ürünlerinden üçünün fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılar, iki ürünün ise diğer ürünler kategorisinde sınıflandırıldığı görülmektedir. Son olarak birer ürün ise çikolata, şeker ve türevi ürünler ile tereyağı dahil katı ve sıvı yağlar kategorisinde bulunmaktadır. Mardin’in coğrafi işaretli gastronomik ürünleri incelendiğinde 15 Mayıs 2025 tarihi itibarıyla genellikle yemekler ve çorbalar kategorisinde yer alan ürünlerin tescil belgesi alındığı dikkat çekmektedir.

2.3. Mardin’in Coğrafi İşaret Tescili Olma Potansiyeli Olan Gastronomik Ürünleri

Geleneksel gıdaların gastronomi turizmi ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından taşıdığı önem her geçen gün artmaktadır. Geleneksel yöntemlerle üretilen yerel ürünlerin tescillenmesi, tanıtılıp pazarlanması ve turizm gibi ekonomik değere sahip sektörel ürünlere dönüştürülmesi kapsamında coğrafi işaret önem arz etmektedir (Yenipınar vd., 2014). Özellikle, gıda ürünlerinin kökenlerini vurgulayan coğrafi işaret tescili, geleneksel üretim tekniklerinin korunmasına, kültürel değerlerin tanıtılmasına ve haksız rekabetin önlenmesine yönelik stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır (Bowen ve Zapata, 2009). Bu geleneksel gıdalar, toplumların kültürel zenginliklerini ortaya koyma açısından büyük bir öneme sahiptir (Demirci vd., 2014). Bu doğrultuda Mardin’in de coğrafi işaret tescil belgesine sahip olma potansiyeli olan gastronomik ürünlerinin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir.

“Bereketli Hilal” ismiyle de anılan Mezopotamya’nın kuzeyinde yer alan Mardin’in hem tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin gelişmiş hem de farklı etnik ve dini kökenlere sahip insanlara ev sahipliği yapmış olması, gıda ürün-

lerinin çeşitlilik göstererek zengin bir mutfak kültürüne dönüşmesini sağlamıştır (Sabbag, 2015; Yılmaz ve Yalçın, 2024). Mardin'in coğrafi işarete sahip gastronomik ürünlerinin dışında da birçok yerel ürünü bulunmaktadır. Mardin mutfak kültüründe yer alan fakat tescil belgesine sahip olmayan yerel ürünlerin bulunduğu birçok çalışma ilgili literatürde yer almaktadır (Toprak, 2015; Gürbüz vd., 2017; Öz ve Dönmez, 2018; Bozkurt vd., 2019; Kızılgeçi, 2019; İflazoğlu ve Yaman, 2020; Demircan vd., 2021; Duyan ve Yarış, 2022). Literatürde Mardin mutfağında yer alan ve Mardin'in coğrafi işaret tescil belgesine sahip olma potansiyeli olan gastronomik ürünler Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Mardin'in coğrafi işaret tescil potansiyeli olan gastronomik ürünler

	Ürün Adı	Ürün Türü
1.	Dobo (Kuzu But ve Bademli Et Yemeği)	Ana Yemek
2.	Alo Mihşi (Hindi Dolma)	Ana Yemek
3.	Dahudiyet (Pirinçli ve Köfteli Yemek)	Ana Yemek
4.	Haşu (Mardin İç Pilavı)	Ana Yemek
5.	Selcemiye (Beyaz şalgam, kuzu eti, nohut, pirinç ve sumakla yapılan ana yemek)	Ana Yemek
6.	Merge	Ana Yemek
7.	Kitelraha (Süryani Usulü İçli Köfte)	Ara Sıcak
8.	Acin (Yumurtalı ve Etli Bulgur Köftesi)	Ara Sıcak
9.	İmtabbaka (Sütlaç ve Zerde'nin ayrı pişirilerek birleştirilmesiyle yapılan tatlı)	Tatlı
10.	İsfire (Yumurta, Un ve Pekmezli Tatlı)	Tatlı
11.	Kahiye (Yufka hamurunun içinde peynir eklenerek yapılan ve şerbetli bir tatlı)	Tatlı
12.	Zingil (Şerbetli hamur tatlısı)	Tatlı
13.	Löziye (Badem unu ve pudra şekeri ile yapılan tatlı)	Tatlı

Tablo 2 incelendiğinde Mardin'in coğrafi işaret tescil belgesine sahip olma potansiyeli olan 13 ürünün bulunduğu görülmektedir. Bu ürünlerin altı tanesi ana yemek, beş tanesi tatlı ve iki tanesi ise ara sıcak kategorisinde bulunmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü gibi Mardin, coğrafi işaret tescil belgesi alabilecek potansiyeli olan birçok ürüne sahiptir. Fakat 15 Mayıs 2025 tarihi itibarıyla Tablo 2'de yer alan ürünlerden hiçbirine henüz başvuru yapılmamıştır. Tablo 2'de belirtilen ürünlere yönelik başvuruların yapılması hem

ürünlerin sürdürülebilirliğini sağlayıp gelecek nesillere aktarmada hem de ürünlerin bilinirliğini artırarak Mardin'in gastronomi turizmi açısından cazibe sahibi bir destinasyon noktasına ulaşmasına katkı sunabilir.

3. SONUÇ

Son dönemlerde coğrafi işarete yönelik çalışmalar artarak devam etmektedir. Coğrafi işaretin, ürünleri, üreticiyi ve tüketiciyi koruyan bir süreç olması bu artışın en önemli nedenlerinden biri olarak görülmektedir (Avşar ve Eryılmaz, 2022). Coğrafi işaret alan ürünler bulundukları bölgeye ait olmaları nedeniyle diğer ürünlerden farklılaşmaktadır. Coğrafi işaret aracılığıyla yerel ürünler ve değerler korunabilmekte, sürdürülebilirlik sağlanabilmekte, bu değerlerin, ürünlerin gelecek kuşaklara aktarımları daha mümkün hale gelebilmekte ve bölgeye kırsal ekonominin gelişmesinde önemli bir faktör olarak görülmektedir (Karadaş vd., 2023). Kırsal kalkınmanın önemli araçlarından biri olan coğrafi işaret yerel değerlerin korunması açısından kritik önem taşımaktadır. Yerelde kalkınmanın temel taşlarından biri olan coğrafi işaret ülke ekonomilerine yaptığı katma değer açısından ele alındığında önemi bir kat daha artmaktadır. Kırsal kalkınmada alternatif kalkınma stratejileri arasında yer alan coğrafi işaretler tipik ürünün ününe/itibarına dayalı kalkınma stratejisi ile tipik ürünün ait olduğu yörenin kalitesine dayalı stratejiler olarak adlandırılmaktadır (Çağatay ve Taşdan, 2023).

Güler ve Saner (2018)'e göre coğrafi işaret ürünlere katma değer sağlamakta, ürünlerin süreklilik arz edecek şekilde kalitelerini korumakta, üreticilere ekonomik fayda sağlamakta, tüketicilere ise güvindikleri ve içeriğini bildikleri ürünleri tüketmelerine yardımcı olmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal bölgelere katkısı yalnızca ekonomik anlamda düşünülmemelidir. Coğrafi işaretleme özellikle küreselliğin arttığı günümüz dünyasında kırsalda ürünlerin ön plana çıkması amacıyla yerelliği de teşvik etmektedir. Ayrıca coğrafi işaretin üretici ve tüketici arasındaki rekabeti korumaya, tüketicilerin sağlıklı besinler tüketmesine, istihdam oluşturulmasına, turizmin gelişmesine fayda sağladığı görülmektedir (Kan, 2007; Tekelioğlu, 2019). Turizm sektörü açısından ele alındığında destinasyon yönetiminde yer alan tüm kurum ve kuruluşların gastronomik ve kültürel değerlerin coğrafi işaret almaları noktasında çalışmalarını arttırmaya devam etmeleri beklenmektedir (Pamukçu vd., 2021).

Bölgesel turizmin gelişimine katkı sunan coğrafi işaret ile birlikte özel pazarlama teknikleri geliştirilmeli tanıtım ve reklamlar artırılarak uluslararası seviyede bilinirliğin sağlanması amacıyla çalışmalar yapılmalıdır (Ceylan, 2020). Bu kapsamda özellikle gastronomik ürünlerin coğrafi işaret ile tescillenmesi gastronomi turizminde hareketliliği beraberinde getirebilmektedir (Şengül ve Çılgınoğlu, 2023). Ürünlerin coğrafi işaret alması turistik destinasyonlara olan talebi arttırmakta bu bölge ve destinasyonların rekabet avantajı elde etmelerine imkan vermektedir. Bu kapsamda coğrafi işaretin destinasyon pazarlamasında rolü oldukça önemlidir (Sezgin ve Bağcı, 2021). Coğrafi işaret sayesinde bölgesel ürünlerin uluslararası pazarlarda tanınmaları kolaylaşabilmekte (Tregear, Kuznesof ve Moxey, 2007) ve ürünlerin benzersizlikleri vurgulanarak ön plana çıkmaktadır (Usta ve Şengül, 2022). Belirtilen faydaların yanı sıra coğrafi işaret ile üreticiler ve tüketiciler arasında ürünlere yönelik standartlar oluşturularak, bir ürünün itibarının kötü amaçla kullanılmasına engel olunmakta ve ürünlerin özgünlüğünün ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır (Saputro vd., 2022).

Sonuç olarak geleneksel ürünlerin coğrafi işaret ile koruma altına alınması bölgelerin zenginliğini ve ekonomik değerini arttırmaktadır (Saputro vd., 2022). Ancak Mardin'in tescilli gastronomik ürünler dışında sadece üç gastronomik ürünü başvuru aşamasındadır. Bu doğrultuda, çalışmada Mardin'in coğrafi işaret tesciline sahip olma potansiyeli olarak belirlenen gastronomik ürünler için ilgili kurumlar tarafından coğrafi işaret tescil belgesi almaya yönelik hazırlıklar ve başvuruların yapılması hem sürdürülebilirlik hem de ekonomik açıdan önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, E. B. (2006). *Coğrafi işaret olarak tescil edilmiş Malatya kayısısının teknolojik özelliklerinin saptanması ve gıda güvenliği açısından araştırılması*, (Doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Avşar, M., & Eryılmaz, B. (2022). Coğrafi işaretli ürünlerin Amasya turizminin gelişimine katkısının değerlendirilmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 1-16.
- Başaran, D. (2016). *Kırsal kalkınmada coğrafi işaretlerin etkisi: Gaziantep ve Siirt illeri örneği*, (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socio-economic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108-119.
- Bozkurt, İ., Yıldırım, E., & Dağ, T. (2019). *Mardin ilinin gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi: SWOT analizi örneği*. 20. Ulusal-4. Uluslararası Turizm Kongresi, 16-19 Ekim, Eskişehir.

- Cassago, A.L.L., Artêncio, M.M., de Moura Engracia Giraldi, J., & Da Costa, F.B. (2021). Metabolomics as a marketing tool for geographical indication products: a literature review. *European Food Research and Technology*, 247(9), 2143-2159.
- Ceylan, Y. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi: Siirt ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5), 59-75.
- Çağatay, S. & Taşdan, K. (2023). Coğrafi işaretlerin kırsal kalkınma etkisi. *Muğla Uluslararası Coğrafi İşaretli Ürünler Zirvesi Sunumları*, 20 Ekim 2023, Muğla.
- Çakaloğlu, M. (2015). *Marka ürünler, coğrafi işaret ve tüketici algısı*, (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çalışkan, V., & Koç, H. (2013). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılışı özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Çekiç, İ., Bulut, Z., & Oğan, Y. (2023). Coğrafi işaretli ürünlere ilişkin yerli turist tutumları üzerine bir inceleme. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 242-255.
- Demircan, Ş., Dalgın, T., & Coşkun, G.N. (2021). Otel işletmelerinde yerel mutfak kültürü: Mardin örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 365-378.
- Demirci, A.Ş., Özalp, Ş., Gülcü, M., & Dağlıoğlu, F. (2014). *Trakya Bölgesi'nde geleneksel olarak üretilen kuskusların bazı özelliklerinin belirlenmesi*. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan, Adana.
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75.
- Doğanlı, B. (2020). Coğrafi işaret, markalaşma ve kırsal turizm ilişkileri. *Journal of Human and Social Sciences*, 3(2), 525-541.
- Duyan, K. & Yanış, A. (2022). Mardin'in yemek ritüelleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(3), 2749-2770.
- Ekinci, M. B. (2014). *Coğrafi işaretlemede kullanılan moleküler biyolojik teknikler*. 4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan, Adana.
- Güler, D. & Saner, G. (2018). Türkiye'de hayvansal gıdaların coğrafi işaret korumalarının Avrupa Birliği çerçevesinde değerlendirilmesi. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi*, 11(1), 50-55.
- Gündoğdu, G. (2006). *Türk hukukunda coğrafi işaret kavramı ve korunması*, (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürbüz, S., Özaltaz Serçek, G. & Toprak, L. (2017). Mardin'in UNESCO yaratıcı şehirler ağında "Gastronomi kenti" olabilirliğine ilişkin paydaş görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 124-136.
- Gürsu Doğu, R. P. (2008). *Avrupa Birliği'nde kalite politikası ve Türkiye'nin uyumu*. (AB uzmanlık tezi). Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Ilıcalı, G. (2009). Yöresel ve geleneksel ürünler için coğrafi işaret ve geleneksel özellikli ürün adı koruması. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 27-29 Mayıs, Van.
- İflazoğlu, N., & Yaman, M. (2020). Yöresel mutfakların gastronomi turizminde yer alma durumu: Mardin yerel restoran menülerinin incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1943-1957.
- Kan, M. (2007). *Kırsal kalkınmada coğrafi işaretler ve bazı ülkelerden uygulama örnekleri*, (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi işaretlerin kırsal turizmde kullanıma olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 93-101.
- Karadaş, Ö., Yılmaz, E., Yılmaz, İ., & Geçgel, U. (2023). Trakya bölgesinde coğrafi işaretleme çalışmaları ve bölge ekonomisine katkısı. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 180-189.

- Kızılgeçi, Ç. (2019). *Gastronomi turizminin alternatif turizm ürünü olarak değerlendirilmesi: Mardin ilinde bulunan işletmelere yönelik bir uygulama*, (Doktora tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Kök, A., & Güngör, A. (2021). Coğrafi işaretli ürünlerin sürdürülebilir gastronomi turizmi açısından önemi: Akçakocaüme-lengücceği tatlısı örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 61-74.
- Köşker, H. (2020). Coğrafi işaret konusunda yazılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(4), 775-787.
- Moschini, G.C., Menapace, L., & Pick, D. (2008). Geographical indications and the competitive provision of quality in agricultural markets. *American Journal of Agricultural Economics*, 90(3), 794-812.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Orhan, A. (2010). Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Öz, H., & Dönmez, B. (2018). Yerel gıda ve coğrafi işaretleme kapsamında Süryani Şarabı’nın değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 260-269.
- Pamukçu, H., Saraç, Ö., Ayтуğar, 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.
- Polat, E. (2017). Turizm ve coğrafi işaretleme: Balıkesir örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 17-31.
- Rodrigo, I., & Veiga, J. F. (2009). Portugal: Natural Resources, Sustainability and Rural Development. Bruckmeier, K., & Tovey H. (Ed.), *Rural Sustainable Development in the Knowledge Society*. London: Routledge.
- Sabbağ, Ç. (2015). Mardin Yeme İçme Kültürü. Yarullina Yıldırım, R. (Ed.), *Fıratın Volga’ya Medeniyetler Köprüsü*. İstanbul: Mavi Ofset.
- Saputro, T.A., Pujiyono, P. & Latifah, E. (2022). The role of the local community in geographic indications based on tourism intellectual property. *Proceedings of the 4th International Conference on Law, Social Sciences, and Education*, 28 October 2022, Singaraja, Bali.
- Saygılı, D., Demirci, H., & Samav, U. (2020). Coğrafi işaretli Türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 11-21.
- Sezgin, M., & Bağcı, T. (2021). Turizm Pazarlamasında Coğrafi İşaretlerin Etkisi. Ateş, A. ve Erdem, B. (Ed.), *Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Süslü, C., Eryılmaz, G., & Demir, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi kapsamında değerlendirilmesi: Mersin ili örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.
- Şengül, A., & Çılgınoğlu, H. (2023). Coğrafi işaretli Yozgat çanak peynirinin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 103-118.
- Tekelioğlu, Y. (2019). Coğrafi işaretler ve Türkiye uygulamaları. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 47-75.
- Tepe, S. (2008). *Coğrafi işaretlerin ekonomik etkileri*, (Uzmanlık tezi). Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Toklu, S. & Pekerşen, Y. (2019). Coğrafi işaretli gastronomik bir değer olan Karaman Divle obruğu tulum peynirinin bölge halkı tarafından algılanması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2251-2273.
- Toprak, L. (2015). Mardin ve Yemek Kültürü. *Mardin: Mardin Müze Müdürlüğü*.
- Tregear, A., Kuznesof, S. & Moxey, A. (2007). Regional foods and rural development: the role of product qualification. *Journal of Rural Studies*, 23(1), 12-22.

- Tuncay, M. (2009). *Coğrafi işaretlerin korunması*. (Yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Usta, S. & Şengül, S. (2022). Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 604-634.
- Yenipinar, U., Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde yerel yiyeceklerin önemi ve coğrafi işaretleme: Van otlu peyniri. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 2(2), 13-23.
- Yılmaz, E. & Yalçın, Y. (2024). Sustainability of traditional meat dishes with fruit. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 38, 1-6.
- Yurt, İ. & Bayraklı, B. (2022). Safranbolu'da yöresel bir lezzet: Peruhi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 270-287.
- Yürekli, D. (2015). *Coğrafi işaretlerin tescili ve uygulama sürecindeki sonuçların analizi*. (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.