OĞLAK YAYINLARI

Bu kitap Oğlak Yayınları'nın katkılarıyla Culinary Forum 2022 için yayımlanmıştır.
Promosyon kitaptır, para ile satılmaz.

OĞLAK / GASTRONOMİ

Gastronomide Sistematik Araştırmalar
Editörler: Dr. Öğr. Üy. Adem ARMAN - Öğr. Gör. Özkan ERDEM

© Adem Arman - Özkan Erdem, 2022
© Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık Ltd. Şti., 2022

Bu yapıtın bütün hakları saklıdır. Tanıtım için yapılacak kısa alıntıların dışında
yayımcının yazılı izni olmaksızın hiçbir yolla çoğaltılamaz.

Kurumsal kimlik danışmanı: Serdar Benli
Kitap tasarımı: M. Deniz Çorbacıoğlu
Grafik uygulama: Ulaş Dalkıran
Dizgi düzeni: Goudy, 10,5 / 14 pt.
Ofset hazırlık: Oğlak Yayınları
Baskı: Oğlak Baskı Hizmetleri
Tel: (0-212) 251 71 08-09, Faks: (0-212) 293 65 50
Sertifika No: 45250

Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık Ltd. Şti.
Genel yayın yönetmeni: Senay Haznedaroğlu
Zambak Sokak 21, Oğlak Binası, 34435 Beyoğlu-İstanbul
Tel: (0-212) 251 71 08-09, Faks: (0-212) 293 65 50
info@oglak.com

oglak.com
twitter.com/oglakkitap
facebook.com/oglakyayinlari
instagram.com/oglakkitap

Birinci baskı: 2022
ISBN 978 - 625 - 413 - 005 - 2

OĞLAK YAYINLARI

Gastronomide Sistematik Araştırmalar

Editörler
Dr. Öğr. Üy. Adem Arman
Öğr. Gör. Özkan Erdem

OĞLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ / 7
Dr. Öğr. Üy. Adem ARMAN - Öğr. Gör. Özkan ERDEM

BİRİNCİ BÖLÜM / MENÜ ETİKETLEME: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 9
Dr. Öğr. Üy. Adem ARMAN - Merve BOZKURT

İKİNCİ BÖLÜM / TÜRKİYE'DE YAPILAN GIDA NEOFOBİSİ ARAŞTIRMALARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 29
Arş. Gör. Büşra YEŞİLYURT - Doç. Dr. Alper KURNAZ

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM / TÜRKİYE'DE GASTRONOMİ EĞİTİMİ ÜZERİNE GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR: BİR SİSTEMATİK DERLEME / 39
Öğr. Gör. Dr. Beysun GÜNERİ

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM / ZEYTİNYAĞI TEMALI GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA / 59
Öğr.Gör.Dr. Çiğdem MUTLU

BEŞİNCİ BÖLÜM / HATIRLANABİLİR GASTRONOMİK DENEYİM: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 71
Arş. Gör. Eda ALPHAN

ALTINCI BÖLÜM / COVİD-19 SÜRECİNDE YAYGIN OLARAK TÜKETİLEN GIDALARIN LEZZET BAĞLAMINDA İÇ MERKEZLİ GIDA FAKTÖRÜ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ / 83
Öğr. Gör. Elif Zeynep ÖZER

YEDİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİYİ DİSİPLİN OLARAK ELE ALAN ÇALIŞMALARIN SİSTEMATİK BİR DERLEMESİ / 97
Öğr. Gör. Emrah YILDIZ

SEKİZİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİ VE SOSYAL MEDYA ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR / 113
Öğr. Gör. Eniser Atabay

DOKUZUNCU BÖLÜM / GASTRONOMİ VE İNOVASYON ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR / 127
Öğr. Gör. Dr. Filiz ARSLAN

ONUNCU BÖLÜM / GASTRONOMİ VE SOSYOLOJİ ARAŞTIRMALARI ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR İNCELEME / 139
Arş. Gör. Gaye KIZILCALIOĞLU

ON BİRİNCİ BÖLÜM / TÜRKİYE'DE YAPILAN KENT MUTFAKLARI ARAŞTIRMALARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 151
Dr. Öğr. Üy. Gürkan KALKAN

ON İKİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİ VE TEMALI RESTORANLAR ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR / 163
Dr. İhsan KAZKONDU - Öğr. Gör. Sercan KADAM

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM / GASTRONOMİ TURLARI, GASTRO-TURİSTLER VE TURİST REHBERLERİ: SİSTEMATİK DERLEME / 185
Öğr.Gör.Dr. İlknur MAZAN

ÖĞLAK YAYINLARI

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM / MICHELIN YILDIZLI RESTORANLARIN TANIMLANMASI ÜZERİNE ÇALIŞMALAR: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 197
Dr. Öğr. Üyesi Osman ÇAVUŞ

ON BEŞİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİ VE MÜHENDİSLİK ALANINDAKİ ARAŞTIRMALARIN SİSTEMATİK BİR TARAMASI / 209
Özlem ŞEN

ON ALTINCI BÖLÜM / KIRSAL KALKINMA ARACI OLARAK COĞRAFİ İŞARETLİ YİYECEKLER / 227
Öğr. Gör. Samet AK

ON YEDİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİ TURİZMİNDE ETNİK RESTORAN ARAŞTIRMALARININ SİSTEMATİK DERLEME YOLUYLA İNCELENMESİ / 241
Arş. Gör. Dr. Sami Sonat Özdemir

ON SEKİZİNCİ BÖLÜM / KAHVE MAĞAZALARI İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN SİSTEMATİK DERLEMESİ / 255
Öğr. Gör. Dr. Songül Kılınç ŞAHİN

ON DOKUZUNCU BÖLÜM / YİYECEK İÇECEK ALANINDA SOUS VIDE PİŞİRME YÖNTEMİ; SİSTEMATİK BİR DERLEME / 265
Öğr. Gör. Dr. Tarih Eren BABÜR

YİRMİNCİ BÖLÜM / ŞARAP TEMALI GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA / 277
Öğr. Gör. Dr. Tuba Şahin Ören

YİRMİ BİRİNCİ BÖLÜM / GASTRONOMİ TURİZMİ VE FESTİVALLER ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA / 287
Dr. Öğr. Üy. Veli Erdinç ÖREN

YİRMİ İKİNCİ BÖLÜM / MUTFAK ÇALIŞANLARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME / 297
Dr. Öğr. Üyesi Yener OĞAN

OĞLAK YAYINLARI

ÖNSÖZ

Bir eylem olarak yemek ya da daha genel bir ifadeyle beslenme, tüm canlıların en temel ihtiyaçlarından biridir. Fakat yeme eylemini gerçekleştiren diğer canlılardan insanları ayıran en önemli özellik bu eylemden keyif alınmasıdır. Yemek ve keyif kavramları bir arada kullanıldığında ise aslında çok köklü bir geçmişe sahip olan gastronomi akla gelmektedir. İyi yeme-içme bilimi ve sanatı olarak ifade edilen gastronomi, yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi konu alan bir disiplin olarak ifade edilebilir. Bu nedenle gastronomiyi sadece yemek boyutu ile ele almak oldukça sığ bir yaklaşım olacaktır. Çünkü üretim olmadan tüketim olamayacağı gibi yeme eylemi de bunlardan bağımsız olamaz. Bu faaliyetlerin hepsi de her toplumda belirli kurallar, uygulamalar, inanışlar, semboller çerçevesinde gerçekleştirilir. Bu bağlamda düşünüldüğünde yeme-içme eylemi kültürden bağımsız düşünülemez. Gastronomi ve kültür arasındaki ilişki incelendiğinde ise tarihsel süreç içerisinde toplumların sosyal, politik, ekonomik ve dini yapıları ile gelişen bir olgu olduğu görülmektedir. Avcılık ve toplayıcılıkla hayatlarını idame eden göçebe topluluklardan yerleşik hayata geçerek tarım ve ticaretle uğraşan ve merkezî bir otoriteyi benimseyen toplumlara kadar birçok farklı dönemde beslenme ve yeme-içme öncelikli konular arasında yer almıştır. Dolayısıyla tüm bu özellikler ait olduğu toplum ya da grupların kültürüyle şekillenmektedir. Bu nedenle gastronomi ve kültür ilişkisi içerisinde; yeme-içme adabı, sofra kuralları, pişirme teknikleri, saklama yöntemleri, yiyecek hazırlama, pişirme ve servis etmede kullanılan araç gereçler, yeme-içme ile ilgili sözler ve değişler gibi birçok farklı konu da gastronomi disiplininin ilgi alanına girmektedir.

Günümüzde daha çok turizm faaliyetleri içerisinde destinasyonlara çekicilik kazandıran bir unsur olarak ele alınsa da gastronomi; insanlığın var olduğu andan itibaren kültür ile yoğrularak gelişen bir olgu olması nedeniyle ticaret, teknoloji, turizm, politika, tarih, edebiyat, tıp, hukuk, din, coğrafya, tarım, ekonomi, sosyoloji, psikoloji, antropoloji, biyoloji, kimya gibi hem fen bilimleri hem de sosyal bilimlerden birçok farklı disiplin ile ilişkisi olan, araştırma alanı oldukça geniş bir disiplindir. Bu nedenle *Gastronomide Sistematik Araştırmalar* adıyla okuyuculara sunulan bu eser gastronomi alanı ile ilişkili birçok farklı disiplininin de araştırma konusu olabilecek 22 farklı bölümden oluşmaktadır. Bu eser, gastronomi ve ilişkili olduğu diğer disiplinlerde yayımlanan çalışmaların sistematik derleme yöntemi ve belge analizine dayalı, betimsel amaçlı nitel çalışmalardan oluşmaktadır. Çalışmalar sonucunda elde edilen bulgular ile Sosyal Bilimler alanında çeşitli konularda yapılan çalışmaların kapsamlı olarak değerlendirilmesi bakımından ilgili alanyazına katkı sağlayacağı ve bu yöndeki boşluğu doldurması amaçlanmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Bu amaçla kitabın birinci bölümünde restoran işletmeciliği ve gastronomi ilişkisini inceleyen önemli konulardan biri olan, "Menü Etiketleme Üzerine Sistematik Araştırmalar"; ikinci bölümünde "Gıda Neofobisi Araştırmaları"; üçüncü bölümde "Gastronomi Eğitimi Üzerine Gerçekleştirilen Araştırmalar"; dördüncü bölümde "Zeytinyağı Temalı Gastronomi Turizmi Üzerine Sistematik Bir Araştırma"; beşinci bölümde "Hatırlanabilir Gastronomik Deneyim: Sistematik Bir Derleme"; altıncı bölümde "Covid-19 Sürecinde Yaygın Olarak Tüketilen Gıdaların Lezzet Bağlamında İç Merkezli Gıda Faktörü Olarak Değerlendirilmesi"; yedinci bölümde "Gastronomiyi Disiplin Olarak Ele Alan Çalışmaların Sistematik Bir Derlemesi"; sekizinci bölümde "Gastronomi ve Sosyal Medya Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar"; dokuzuncu bölümde "Gastronomi ve İnovasyon Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar" onuncu bölümde "Gastronomi ve Sosyoloji Araştırmaları Üzerine Sistematik Bir İnceleme"; on birinci bölümde "Türkiye'de Yapılan Kent Mutfakları Araştırmaları: Sistematik Bir Derleme"; on ikinci bölümde "Gastronomi ve Temalı Restoranlar Alanında Gerçekleştirilen Araştırmalar"; on üçüncü bölümde "Gastronomi Turları, Gastro-Turistler ve Turist Rehberleri: Sistematik Derleme; on dördüncü bölümde "Michelin Yıldızlı Restoranların Tanımlanması Üzerine Çalışmalar: Sistematik Bir Derleme"; on beşinci bölümde "Gastronomi ve Mühendislik Alanındaki Araştırmaların Sistematik Bir Taraması"; on altıncı bölümde "Kırsal Kalkınma Aracı Olarak Coğrafi İşaretli Yiyecekler"; on yedinci bölümde "Gastronomi Turizminde Etnik Restoran Araştırmalarının Sistematik Derleme Yoluyla İncelenmesi"; on sekizinci bölümde "Kahve Mağazaları İle İlgili Yapılan Çalışmaların Sistematik Derlemesi"; on dokuzuncu bölümde "Yiyecek İçecek Alanında Sous Vıde Pişirme Yöntemi; Sistematik Bir Derleme"; yirminci bölümde "Şarap Temalı Gastronomi Turizmi Üzerine Sistematik Bir Araştırma"; yirmi birinci bölümde "Gastronomi Turizmi ve Festivaller Üzerine Sistematik Bir Araştırma" yirmi ikinci bölümde "Mutfak Çalışanları: Sistematik Bir Derleme" olmak üzere toplam yirmi iki bölümden oluşmaktadır.

On üç ayrı üniversiteden toplam 25 farklı öğretim elemanının emekleri ile hazırlanan bu eser hem gastronomi alanında farklı konularda yapılmış çalışmaları bir araya getirmesi hem de sistematik derleme gibi geniş literatür taraması sonucu elde edilen bulgular ve sonuçların sunulması bakımından alanyazına katkı sağlayacağı ümidindeyiz. Bu çalışmada eksikliği hissedilen ya da kusur sayılabilecek nitelikteki olası durumlar için şahsımız ve bu çalışmanın tamamlanmasına katkı sağlayan tüm yazarlar adına özür dileriz. Bu çalışmanın öncelikle gastronomi alanına yararlı olması ve alan-yazına katkı sağlaması dileği ile keyifli okumalar.

Dr. Öğr. Üy. Adem ARMAN
Öğr. Gör. Özkan ERDEM

OĞLAK YAYINLARI

BİRİNCİ BÖLÜM
MENÜ ETİKETLEME: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Dr. Öğr. Üy. Adem ARMAN[1]
Merve BOZKURT[2]

1. GİRİŞ

Restoran ortamında menüler, yiyecek ve içecek sunumlarının iletilmesi ve kuruluş için genel bir imaj yansıtılması için önemli bir araçtır (Lo vd., 2017). Müşterilerin yemek deneyimleri sırasında beklentilerini aşmak için ilk fırsat restoran menülerinin sunumunda yatmaktadır (Mills ve Thomas, 2008). Bu noktada menülerde kullanılan resimler, menü kalemleri ile ilgili açıklamalar ve beslenme bilgileri büyük önem taşımaktadır (Mills ve Thomas, 2008). Menü etiketi, menü öğeleri ile ilgili beslenme bilgisi, menü öğeleri hazırlanırken kullanılan ürünler ile ilgili bilgiler, yemeklerin hazırlanış şekli ile bilgiler, yiyecekler hazırlanırken kullanılan ham maddelerin nitelikleri, yiyeceklerdeki katkı maddeleri vb. birçok bilgiye menülerde yer verilmesine olanak tanır. Son yıllarda veganlar, vejetaryenler gibi özel diyet uygulayanların ve diyabet, kalp hastalığı, obezite ve alerji vb. sağlık sorunları olanların sayısı artmıştır. Bu nedenle restoran menülerinde beslenme bilgisi sağlamak popülerlik kazanmaktadır (Mills ve Thomas, 2008). Yiyecek ve içecek hizmetleri endüstrisi, menülerde beslenme bilgilerinin verilmesine yönelik artan talebe müşterilerin memnuniyetini sağlayarak rekabet avantajı elde etmek için yanıt vermelidir (Yepes, 2013). Ayrıca olumlu algılanmak, müşterileri memnun etmek ve rekabetçi olmak için, restoran işletmecilerinin menü etiketlemesinde menü kalemlerini doğru bir şekilde sunmaları gerekir (Mills ve Thomas, 2008).

Restoran menülerinde etiketleme uygulamalarına yer vermek halk sağlığının iyileşmesine de katkı sağlamaktadır. Açıklayıcı menüleri ve menü psikolojisini kullanmak, tüketicileri daha iyi seçimler yapma konusunda güçlendirir (Fakih vd., 2016). Örneğin; müşteriler, beslenme bilgileri menülerde mevcut olduğunda daha düşük kalorili ürünler seçme eğilimindedir (Yepes, 2013). Din vd. (2012) restoran müşterilerinin çoğunun menülerde beslenme bilgisine yer verilmesini olumlu olarak algıladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Kalanjuk vd. (2016) restoran menülerinde yiyecekler hakkında doğru bilginin verilmesinin tüketicinin bilinçli tüketimine katkı sağlayacağı, dolayısıyla müşteri memnuniyeti ve sadakatine etki edeceği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca dolaylı olarak

1 Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü.
2 Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları, A.B.D.

OĞLAK YAYINLARI

işletmenin kazancına da etki etmektedir. Menülerin etiketlenmesine yönelik uygulamalar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. ABD, Kanada, Avustralya gibi ülkelerde zorunlu iken İngiltere, İrlanda, Arjantin, Brezilya, Güney Kore gibi ülkelerde gönüllülük esasına dayanmaktadır (Çevik, 2019). Ülkemizde menü etiketlemesine yönelik uygulamalarda bir zorunluluk bulunmamaktadır. Ancak toplumda artan sağlık bilinci ve beslenmeye bağlı sağlık sorunları nedeniyle önem kazanacağı düşünülen bir konudur.

Menülerde etiketleme uygulamalarının etkinliği ile ilgili yapılan çalışmalar, farklı bulgular üretmiştir. Bazı çalışmalar menülerde beslenme etiketine yer vermenin tüketilen kalori miktarını düşürdüğünü öne sürmüştür (Green vd., 2015; Hammond vd., 2015; Rising ve Bol, 2017; Robertson ve Lunn, 2019). Bazı çalışmalar ise, beslenme etiketlemesinin tüketilen kalori miktarını etkilemediği sonucuna ulaşmıştır (Berry vd., 2019; Marty vd., 2020). Ayrıca menü etiketlemesinin etkililiğini artırmak için farklı etiketleme sistemleri ile ilgili çalışmalarda gerçekleştirilmiştir (Pang ve Hammond, 2013; Oliveira vd., 2017; Kim vd., 2018). Menü etiketlemesinin sağlıklı seçimler üzerindeki etkisi kadar müşterilerin hangi etiketleme bilgilerini menülerde görmek istedikleri de literatürde çalışılan konular arasındadır (Mills ve Thomas, 2008; Din vd., 2012; Fakih vd., 2016).

Bu çalışmanın amacı uluslararası literatürde menü etiketlemesi ile ilgili yapılan çalışmaları derleyip bu çalışmaların sınırlamaları ve katkılarını ortaya koyarak gelecekte yapılacak çalışmalar hakkında öneriler sunmaktır. Çalışma menü etiketlemesini kullanan ve uygulayanlar açısından inceleyen çalışmaları bir arada sunarak konuya geniş bir açıdan bakmayı sağlaması yönüyle önemlidir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Menü Etiketlemesinin Sağlıklı Seçimlere Etkisini İnceleyen Çalışmalar

Restoran menülerinde beslenme etiketlerinin sağlanması, tüketicilerin daha bilgili ve sağlıklı seçimler yapmasına yardımcı olarak obezite ile mücadele için bir bilgi, düzeltici önlem olarak lanse edilmiştir (Seenivasan ve Thomas, 2016). Menü beslenme etiketlemesinin sonucunu değerlendiren mevcut araştırmalar farklı bulgular üretmiştir. Green vd. (2015) ulusal bir fast food zincirinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında kalori etiketlemesi bulunan menülerde müşterilerin daha az kalorili menü öğelerini tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Chu vd. (2009) müşteriler tarafından satın alınan ana yemeklerin ortalama enerji içeriğinin seçim noktasında beslenme etiketleri kullanıma sunulduğunda düştüğünü belirtmiştir. Hammond vd. (2015) menülerde ve menü panolarında kalori miktarlarının gösterilmesinin bir kafeterya ortamında aşırı enerji alımını azaltmaya yardımcı olabileceği sonucuna ulaşmıştır. Choi (2015) farklı beslenme

OĞLAK YAYINLARI

bilgilerinin açıklanmasının, tüketicilerin beslenme algılarını, tutumlarını ve yiyecek seçimine ilişkin davranışsal niyetlerini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Kwan vd. (2016) yetişkinler arasında menülerdeki etiketleme bilgilerinin yiyecek ve içecek tercihlerinde kullanımının yaygınlığını ve bunun sosyo-demografik, davranışsal ve politik faktörlerle ilişkisini incelediği çalışmalarında menü etiketlemenin, tüketicilerin restoranlarda daha az kalorili yiyecek ve içecekleri seçmelerine yardımcı olmak için kullanılabilecek bir yöntem olduğunu bildirmişlerdir.

Jungles vd. (2017) menü etiketlemenin, ABD'li yetişkinler arasında sipariş edilen ürünler ve tüketilen kaloriler, karbonhidratlar, yağ (toplam ve doymuş) ve sodyum üzerinde hiçbir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Rising ve Bol (2017) genç yetişkinlerin yiyecek ve içecek seçimleri üzerindeki menü kalori etiketleme ve öz kontrolün etkisini incelediği çalışmalarında menü öğelerinde kalori bilgisi ile uyarılan katılımcıların, menü öğeleri hakkında kalori bilgisi almayan katılımcılara kıyasla, daha düşük kalorili salata ve daha düşük kalorili içecek seçme olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Byrd vd. (2018) sodyum ve kalorili menü beslenme bilgilerinin sıradan bir yemek restoranı menüsünden tüketici seçimlerini etkileyip etkilemediğini test ettiği çalışmalarında kalori etiketlemenin tüketicileri daha düşük kalorili yemekler sipariş etmeye yönlendirmede etkisiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Goodman vd. (2018) kalori bilgisi etiketlemenin gençler ve genç yetişkinler arasında restoranlarda tüketici bilincini ve beslenme bilgilerinin kullanımını artırmada etkili olduğunu vurgulamıştır. Vanderlee vd. (2019) Kanada' da ki dokuz zincir restoranda gerçekleştirdiği çalışmalarında kalori bilgilerinin doğrudan menüler üzerinde sağlamanın beslenme bilgilerini fark eden ve kullanan restoran müşterilerinin oranında önemli artışa neden olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Petimar vd. (2019) McDonald's restoranlarında kalori bilgisi etiketlemesinin satın alınan kalori miktarına etkisini incelediği çalışmalarında kalori etiketlemesinin satın alınan kalori miktarını etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Berry vd. (2019) kalori bilgisi etiketlemesinin yiyeceklerin sağlık değerine odaklı tüketicilerin üstünde daha etkili olabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Musicus vd. (2019) menülerdeki sodyum uyarı etiketlerinin sipariş edilen ortalama sodyum miktarını önemli ölçüde azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Marty vd. (2020) sanal bir fast-food restoranı ortamında enerji etiketlemesinin hem daha yüksek hem de daha düşük sosyo-ekonomik duruma sahip katılımcılar için sipariş edilen toplam enerjiyi azaltmada etkisiz olduğunu belirtmiştir. Cawley vd. (2020) kalori bilgisi etiketlemesinin mezelerde ve başlangıçlarda sipariş edilen kalori miktarını düşürdüğünü vurgulamış fakat tatlı ve içeceklerde aynı etkiyi gözlemlememiştir. Alkhaldy vd. (2020) tüketicilerin menülerinde kalori bilgisi etiketlemesi bulunan restoranlarda daha düşük enerjili öğünleri seçeceklerini ve yüksek enerjili öğünler

OĞLAK YAYINLARI

tükettikten sonra kendilerini suçlu hissedeceklerini belirtmiştir. Hwang ve Lorenzen (2008) restoran menüleri hakkında beslenme bilgisi vermenin, tüketicilerin daha sağlıklı seçimler yapmalarına yardımcı olduğu ve aslında daha sağlıklı olarak gördükleri yiyecekler için daha fazla ödeme yapmak istedikleri sonucuna ulaşmıştır.

2.2. Tüketicilerin Menü Etiketlemesinde Verilmesini İstediği Bilgi Yönünden İnceleyen Çalışmalar

Din vd. (2012) kalori, protein, yağ ve diyet lifi gibi gıda perakende ürünlerinde yaygın olarak vurgulanan besin maddelerinin, restoran menüsünde müşterilerin istediği minimum bilgi olduğunu ortaya koymuştur. Fakih vd. (2016) kalori içeriği, yağ, tuz ve şeker miktarlarının beslenme bilgisi açısından en kritik öğeler olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca "Hazırlanış ve İçindekiler" ve "Besin Bilgisi" yüksek ve orta ölçekli restoranlar için tutumsal ve davranışsal niyetlerin en güçlü iki belirleyici boyutları olduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında "ürün özellikleri" nin ise düşük ölçekli restoranlar için en önemli unsur olduğunu açıklamışlardır.

Mills ve Thomas (2008) katılımcıların menü kalemlerinde yağ ve kalori bilgileri ile besin bilgilerinin de belirtilmesini istedikleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca katılımcılar menü üzerinde yiyeceklerin hazırlanış bilgileri ile ürün özelliklerini de istemektedirler. Yiyecek hazırlama bilgisi içerisinde en önemli madde ise yiyeceklerin hazırlanışında kullanılan marka bilgilerinin belirtilmesidir. Çalışmada katılımcıların restoran menülerinde yiyeceklerin porsiyon büyüklüğünün belirtilmesi, besin bilgisinde bir tüketicinin günlük tüketmesi gereken sodyum miktarı ve yiyecekte bulunan sodyum miktarının belirtilmesi, yiyeceklerdeki katkı maddeleri ve hammaddelerinin nitelikleri konusunda bilgi sahibi olmayı istediklerini belirtmişlerdir. Mayfield vd. (2014) tüketicilerin doymuş yağ, trans yağ ve toplam yağ bilgisini menü açıklamalarında son derece önemli olarak algıladıkları sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca kalori ve makro besin öğesi bilgisinin dahil edilmesinin satın alma niyetini önemli ölçüde etkilediğini vurgulamıştır.

2.3. Farklı Menü Etiketleme Formatlarını İnceleyen Çalışmalar

Literatürde menülerdeki etiketleme sisteminin müşteriler tarafından daha iyi nasıl anlaşılabileceğine ilişkin çalışmalar bulunmaktadır. Musiker ve Kesa (2014) menülerdeki besin bilgilendirmelerinin tüketicinin algılayacağı şekilde yapılması gerektiğini vurgulamıştır. Bu konuda azdan çoğa doğru kalorinin sıralanması, trafik ışığı renk sistemi, semboller ile sağlıklı menü kalemlerini işaretleme, menü kalemi tüketildiği zaman alınan kaloriyi yakmak için gereken fiziksel aktivitenin verilmesi gibi birçok farklı sistem araştırılmıştır (Liu vd., 2012; Thorndike vd., 2012; Pang ve Hammond, 2013; Musiker

OĞLAK YAYINLARI

ve Kesa, 2014; Olıveıra vd., 2017; Kim vd., 2018). Kim vd. (2018) müşterilerin restoran menülerinde fiziksel aktiviteye dayalı etiketlemeye maruz kaldıklarında görsel dikkati artırdığını, daha sağlıklı seçimler yaptığını ve müşterilerin sayısal veya renk kodlu etiketleme yerine fiziksel aktiviteye dayalı formatları tercih ettiğini ortaya koymuşlardır. Olıveıra vd. (2017) Brezilya ve Birleşik Krallık 'ta gerçekleştirdikleri çalışmalarında, farklı menü etiketi formatlarını incelemişler ve organik yiyecekler ve vejetaryen sembollerine ek olarak içerik listesinin bulunduğu menünün müşterilerin seçimlerinde daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Bu çalışmada kalori ve besin öğesi bilgileri verilen menü formatı müşteri seçimlerinde çok fazla etkili bulunmamıştır.

Liu vd. (2012) çalışmalarında menünün sıralı (kalorinin azdan çoğa sıralandığı) veya renkli kalori formatlarında sunulmasının menü etiketleme etkinliğini artırabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Pang ve Hammond (2013) gerçekleştirdikleri çalışmada tavsiye edilen günlük miktarlar üzerine bir ifadenin menü kalori etiketlemesine entegre edilmesinin menülerde verilen kalori miktarlarının anlaşılmasını artırabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Thorndike vd. (2012) gerçekleştirdikleri çalışmada yiyecek ve içecekleri trafik ışığı renkleriyle kodlamışlardır. Bu müdahalenin yeşil kodlu ürünlerin satışını artırdığı ve kırmızı kodlu ürünlerin satışını azalttığını gözlemlemişlerdir. Yang vd. (2015) bireysel menü öğelerini kalori sayım gruplarına ayırmanın (kalori aralıkları) tüketicilerin bakış açısından en çok arzu edilen seçeneği sağladığını vurgulamıştır. Stewart vd. (2015) trafik ışığı kalori etiketlemesinin bazı tüketicilerin kalori alımını azaltmaya yardımcı olabileceğini belirtmiştir.

Antonelli ve Viera (2015) fiziksel aktive eşdeğer kalori etiketlemesinin fast food yemeklerinde sipariş edilen kalori sayısını azaltabilen bir alternatif olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kerins vd. (2017) simge tabanlı menü etiketleme sisteminin tüketicinin yiyecek seçimi üzerinde etkili olmadığını belirtmiştir. Dallas vd. (2018) yiyeceklerin kalori miktarını menü öğesinin solunda göstermenin sipariş edilen kalorileri azalttığını bulmuştur. Bu etkinin sağdan sola okuyan İbranice konuşanlar arasında tersine döndüğü vurgulanmıştır. Bosselman vd. (2020) Kore ve ABD'den gelen müşterilerin farklı menü etiketleme biçimlerinin niteliklerine ilişkin algılarını karşılaştırmıştır. Koreliler kullanışlılık ve çekicilik açısından kalori etiketlemesi + trafik ışığı etiketlemesi formatını en yüksek olarak değerlendirdi. Buna karşılık Amerikalılar kalori etiketlemesi + trafik ışığı etiketlemesi + günlük alım yüzdesinin verildiği formatı kullanışlılık, kolay anlaşılırlık, çekicilik ve netlik açısından en yüksek olarak değerlendirmiştir.

Kim (2020) çalışmasında dokuz sonlu kalori etiketlemesinin (örn: 200' e karşı 199) tüketicilerin suçluluk duygusunu azalttığını ve bu nedenle yüksek kalorili menü öğelerini tüketebileceklerini belirtmiştir. Daley vd. (2019) fiziksel aktivite kalori eş değeri gıda

ÖĞLAK YAYINLARI

etiketlemesinin diğer gıda etiketleme/etiketlemesiz türlere kıyasla menülerden seçilen kilokalori sayısını azaltabileceğini vurgulamıştır. Robertson ve Lunn (2019) menüdeki kalori bilgisinin daha az kalorili ürünler sipariş etmek için olan etkisinin fiyatın hemen sağında eşdeğer bir yazı tipinde sunulduğunda en güçlü olduğu sonucuna ulaşmıştır.

2.4. Menü Etiketlemesi Farkındalığını ve Kullanımını Etkileyen Değişkenler Üzerine Gerçekleştirilen Çalışmalar

Literatürdeki bazı çalışmalar menü etiketi kullanımının cinsiyet ve yaşa göre farklılaştığını göstermektedir. Yepes (2013) çalışmasında kadın müşterilerin fine dining restoranlarda beslenme bilgisini kullanmaya daha eğilimli olduğunu ayrıca yaşlı müşterilerin gıda seçiminde beslenme ve sağlığı önemsedikleri ve kalori bilgisine sahip olmak istediklerini gözlemlemiştir. Hatch (2016) restoran menülerinde verilen beslenme bilgisinin kadınların yemek seçimlerini erkeklere göre daha fazla etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Green vd. (2015) Güney Kore ve Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirdikleri çalışmada cinsiyetin menü etiketi farkındalığı için önemli bir değişken olmadığını fakat kadın müşterilerin menü etiketi kullanımının erkek müşterilere göre daha yaygın olduğunu belirtmiştir. Goodman vd. (2018) kadınların menüdeki beslenme bilgilerini fark etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca obez veya kilo verme hedefi olan kişilerin beslenme bilgisini fark etme olasılıklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Vaccaro ve Huffman (2018) erkekler ve yaşlı yetişkinlerin menülerdeki beslenme bilgilerini kullanma olasılıklarının daha düşük olduğunu belirtmiştir. Roseman vd. (2016) kalori etiketlemesini kadın tüketicilerin daha çok kullandığını vurgulamıştır.

Oh vd. (2016) eğitim seviyesi yükseldikçe menü etiketi kullanımının artabileceği sonucuna ulaşmıştır. Kwan vd. (2016) eğitim ve gelir seviyesi yüksek tüketicilerin menü etiketlemesini daha sık kullandığını belirtmiştir. Alassaf vd. (2020) menülerdeki kalori etiketlemesinden evli, lisans ve üzeri eğitime sahip olanlar, daha yüksek gelire sahip olanlar ve düzenli olarak restoranlarda yemek yiyen tüketicilerin daha çok etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Rising ve Bol (2017) kalori etiketlemesini özdenetimi yüksek olan bireylerin daha çok kullandığını vurgulamıştır.

2.5. Menü Etiketlemesinin İşletmelere Getirdiği Avantaj ve Dezavantajları İnceleyen Çalışmalar

Fitzgerald vd. (2018) kalori menü etiketlemesinin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için rehberlik ve destek (eğitim/vergi teşvikleri) pratik yardımı (kullanıcı dostu kalori hesaplama yazılımı), makul bir yasal yapı ve standart bir izleme sistemini içeren çok faktörlü bir yaklaşım uygulanması gerektiğini vurgulamıştır. Kerins vd. (2020) menü

OGLAK YAYINLARI

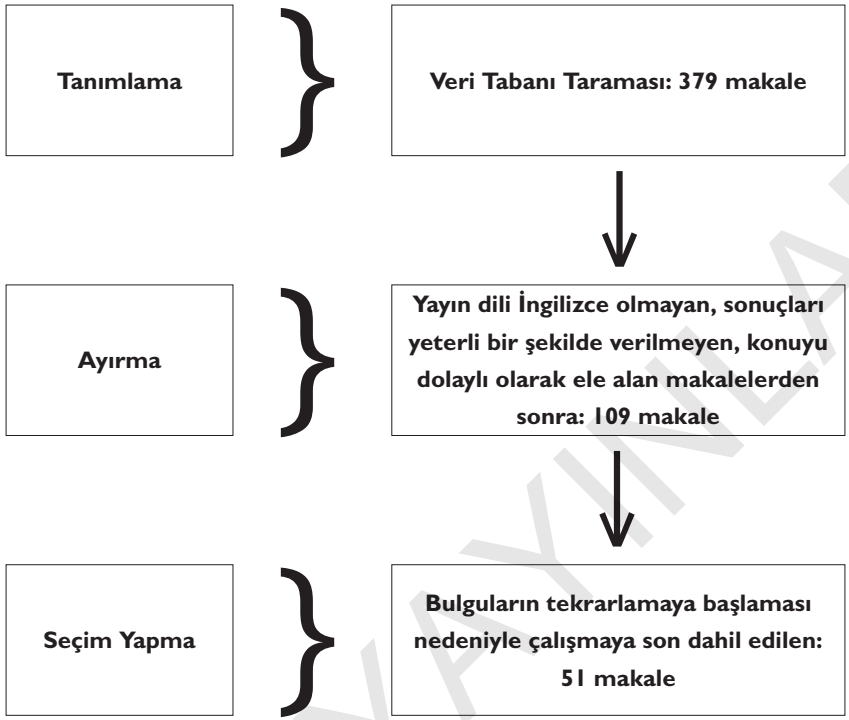
etiketlemesini uygulamadaki engeller ve kolaylaştırıcı etkenleri incelediği çalışmasında uygulamadaki engelleri; müşteri talebinin olmaması veya kafasının karışması/bunalması, organizasyon ve iş süreçleriyle uyumluluk ile ilgili problemler (standartlaştırılmış tarif, menülerde sınırlı alan) olarak sıralamıştır. Kolaylaştırıcı etkenleri ise; iş imajı/itibarının iyileşmesi ve menü etiketlemesinin sağlanmasına yönelik müşteri ilgisi olarak belirtmiştir. Thomas (2015) restoran menülerinde etiketleme bilgilerinin kullanımına yönelik engelleri araştırdığı çalışmasında beslenme uzmanının olmaması, zaman, maliyet, menü değiştirme esnekliğini kaybetmek, personel, menüde sınırlı alan, menü varyasyonları, müşteri memnuniyetsizliği gibi etkenleri öne çıkarmıştır. Kim ve Ham (2016) menü etiketlemenin restoranın marka imajını etkileyebileceğini dolayısıyla tüketicilerin güven ve sadakatine katkıda bulunabileceğini belirtmiştir.

Yepes (2013) beslenme etiketlemesinin restoranın sosyal sorumluluk faaliyetlerine katkıda bulunabilecek bir uygulama olabileceğini belirtmiştir. Ayrıca menü etiketlemesinin sağlığının bilincinde olan daha memnun ve daha fazla sadakatli müşteri, menüdeki beslenme bilgileri ve her etiketli öğe için ek bir maliyet hakkı çıkarabilecek lüks bir servis olarak kabul edilebileceğini vurgulamıştır. Literatürde menü etiketlemesini getirdiği maliyet ve gelir yönünden inceleyen çalışmalar oldukça azdır. Chu vd. (2014) gerçekleştirdiği çalışmada menü etiketli ürünlere ilişkin ürün satışları ve gelir üzerinde herhangi bir olumsuz etki belirtmemiştir.

3. YÖNTEM

Bu araştırmada menü etiketleme konusunda yapılan çalışmaları sınıflandırarak incelemek amacıyla sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır. Sistematik derleme yöntemi, araştırma sorularına cevap vermek adına önceden tanımlanan kriterler çerçevesinde veri toplamayı kapsamaktadır (Ilgaz, 2018). Yanlılığı en aza indirgemek için açık, sistematik yöntemleri kullanır ve böylece daha güvenilir bulgular üretilmesine olanak tanır (Ilgaz, 2018). Bu araştırmada Scopus, Ebscohost veri tabanları kullanılarak uluslararası literatürde yayınlanan toplamda 109 makale incelenmiştir. Uluslararası veri tabanları kullanıldığı için yayın dili İngilizce olmayan ve sonuçları yeterli bir şekilde verilmeyen çalışmalar araştırmaya dahil edilmemiştir. Çalışmaya sadece hakemli dergilerde yayınlanan çalışmalar dahil edilmiş olup, gri literatür kaynakları olarak tanımlanan tezler, teknik raporlar, kurumsal raporlar, bildiri metinleri, çalışma analizleri dahil edilmemiştir. Bir süre sonra bulguların tekrarlaması nedeniyle 51 makale incelemeye dahil edilmiş ve detaylı olarak okunmuştur. Dahil edilen çalışmalardan gerekli metodolojik bilgiler çıkarılmış ve çalışmalar sınıflandırılmıştır. Araştırma sorusu ise "Menü etiketleme temalı makaleler konu başlıklarına göre nasıl sınıflandırılabilir?" olarak belirlenmiştir.

OGEAK YAYINLARI



Şekil 1: Sistematik Tarama Süreci

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Sistematik taramaya dahil edilen 44 çalışmada nicel yöntem kullanılmıştır. Ayrıca 2 çalışmada nitel, 2 çalışmada ise karma yöntem kullanılmıştır. 3 çalışma, sistematik tarama çalışmasıdır. Çalışmalar daha çok genç yetişkinler ve yetişkinler üzerinde gerçekleştirilmiştir. En fazla veri toplanan destinasyon ise 26 çalışma ile ABD'dir. ABD'yi 4 çalışmayla İrlanda ve Kanada izlemektedir. Kore ve Malezya' da 2 çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmalara yapılan atıf sayıları göz önüne alındığında Hwang ve Lorenzen, 2008; Mills ve Thomas, 2008; Chu vd., 2009; Thorndike vd., 2012; Liu vd., 2012; Hammond vd., 2015 gerçekleştirdikleri çalışmalarla alana büyük katkılarda bulunmuştur. Yayın yılı daha eski tarihli makalelerin daha çok atıf aldığı görülmektedir.

GÜLAK YAYINLARI

Tablo1: Sistematik taramaya dahil edilen makalelerin yapısı

YAZAR	ÇALIŞMA ADI	YAYINLANDIĞI DERGİ	ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/ YAKLAŞIMI	EVREN/ ÖRNEKLEM	ATIF SAYISI
Alassaf vd., 2020	Assessment Of Knowledge, Attitudes and Practices Of Saudi Adults About Calorie Labeling İn Central Saudi Arabia	Saudi Medical Journal	Kesitsel Araştırma	Suudi Arabistan/ 1443 Yetişkin	*3*
Alkhaldy vd., 2020	Response f The Public And Restaurant Owners To The Mandatory Menu Energy-Labelling İmplementation İn Restaurants İn Saudi Arabia	Public Health Nutrition	Kesitsel Araştırma	Suudi Arabistan/ 41 Restoran sahibi	*6*
Antonelli vd., 2015	Potential Effect Of Physical Activity Calorie Equivalent (PACE) Labeling On Adult Fast Food Ordering And Exercise	Plos One	Nicel	ABD/1000 Yetişkin	*30*
Berry vd., 2019	Understanding The Calorie Labeling Paradox İn Chain Restaurants: Why Menu Calorie Labeling Alone May Not Affect Average Calories Ordered	Journal Of Public Policy & Marketing	Deneysel Araştırma	ABD/ 271 Yetişkin	*17*
Bosselman vd., 2020	Customers' Perception Of The Attributes Of Different Formats Of Menu Labeling: A Comparison Between Korea and The US	Nutrition Research And Practice	Nicel	Kore'de 279 Yetişkin/ Amerika'da 347 Yetişkin	*1*
Byrd vd., 2018	Adding Sodium İnformation To Casual Dining Restaurant Menus: Beneficial Or Detrimental For Consumers?	Appetite	Nicel	ABD/ 520 Yetişkin	*15*
Cantu-Jungles vd., 2017	A Meta-Analysis To Determine The İmpact Of Restaurant Menu Labeling On Calories And Nutrients (Ordered or Consumed) İn US Adults	Nutrients	Sistematik İnceleme	ABD/ 14 Çalışma	*39*
Cawley vd., 2020	The Impact Of İnformation Disclosure On Consumer Behavior: Evidence From A Randomized Field Experiment Of Calorie Labels On Restaurant Menus	Journal Of Policy Analysis And Management	Nicel	ABD/ 3923 Kişi	*22*
Choi, J., 2015	The İmpact Of Disclosure Of Nutrition İnformation On Consumers' Behavioral İntention İn Korea	Journal Of The American College Of Nutrition	Nicel	Kore/ 207 Üniversite Öğrencisi	*3*
Chu vd., 2009	Improving Patrons' Meal Selections Through The Use Of Point-Of-Selection Nutrition Labels	American Journal of Public Health	Yarı Deneysel Tek Gruplu Kesintili Zaman Serisi	ABD/ Üniversite Öğrencileri	*183*
Chu vd., 2014	Investigating The İmpact Of Menu Labeling On Revenue And Profit İn A Foodservice Operation	Journal of Foodservice Business Research	Yarı Deneysel Tek Gruplu Kesintili Zaman Serisi	ABD/Hastane Kafeteryası / 14.358 Satış	*13*
Daley vd., 2020	Effects Of Physical Activity Calorie Equivalent Food Labelling To Reduce Food Selection And Consumption: Systematic Review And Meta-Analysis Of Randomised Controlled Studies	J Epidemiol Community Health	Meta Analiz	15 Çalışma/ İngiltere	*15*

OGEM YAYINLARI

Dallas vd., 2019	Don't Count Calorie Labeling Out: Calorie Counts On The Left Side Of Menu Items Lead To Lower Calorie Food Choices	Journal Of Consumer Psychology,	Nicel	ABD/ Zincir Restoran/ 150 Kişi	*26*
Delvarani vd., 2013	Factors Affecting Fast Food Consumers' Intention To Use Menu Labeling in Klang Valley, Malaysia	International Food Research Journal	Nicel	Malezya/ 375 Yetişkin	*15*
Din vd., 2012	Customer Perception On Nutritional Information In Restaurant Menu	Procedia-Social And Behavioral Sciences	Nicel	Malezya/ 160 Kişi	*26*
Fakih vd., 2016	Does Restaurant Menu Information Affect Customer Attitudes And Behavioral Intentions? A Cross-Segment Empirical Analysis Using PLS-SEM	International Journal Of Hospitality Management,	Ampirik	Lübnan/ 293 Kişi	*3*
Fitzgerald vd., 2018	An Evaluation and Exploration of Irish Food-Service Businesses' Uptake of And Attitudes Towards A Voluntary Governmentled Menu Energy (Calorie) Labelling Initiative	Public Health Nutrition	Karma	İrlanda/ 604	*18*
Fotouhinia-Yepes, M., 2013	Menu Calorie Labelling in A Fine Dining Restaurant: Will It Make A Difference?	Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism	Deneysel	İsviçre/ Üniversite Restoranı/ 812 Katılımcı	*9*
Goodman vd., 2018	A Quasi-Experimental Study Of A Mandatory Calorie-Labelling Policy in Restaurants: Impact on Use Of Nutrition Information Among Youth And Young Adults In Canada	Preventive Medicine	Nicel	Kanada/ 3987 Katılımcı	*51*
Green vd., 2015	Sociodemographic Disparities Among Fast-Food Restaurant Customers Who Notice And Use Calorie Menu Labels	Journal Of The Academy Of Nutrition And Dietetics	Kesitsel Araştırma	ABD/ 329 Katılımcı	*5*
Hammond vd., 2015	The Impact Of Nutrition Labeling On Menus: A Naturalistic Cohort Study	American Journal Of Health Behavior	Kohort Araştırma	Kanada/ Üniversite Kafeteryası/ 879 Katılımcı	*129*
Hatch, C. M. D, 2016	Examining The Use Of Nutrition Information On Restaurant Menus	Journal Of Food Products Marketing	Deneysel	ABD/ 192 Katılımcı	*5*
Hwang ve Lorenzen, 2008	Effective Nutrition Labeling Of Restaurant Menu And Pricing Of Healthy Menu	Journal Of Foodservice	Nicel	ABD/ 180 Katılımcı	*166*
Kalenjuk vd., 2016	Offer Structure And Design Of The Menu In Hospitality Industry	International Congress. Tourism & Hospitality Industry	Nicel	Sırbistan/ 65 Restoran Menüsü	*4*
Kerins vd., 2017	Effects Of An Icon-Based Menu Labelling Initiative On Consumer Food Choice	Perspectives In Public Health	Yarı Deneysel Çalışma	İrlanda/ 11 Yemek Servisi Kuruluşu	*6*

OGE AKY AYINLARI

Kerins vd., 2020	Barriers And Facilitators To İmplementation Of Menu Labelling İnterventions From A Food Service İndustry Perspective: A Mixed Methods Systematic Review	International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity	Sistematik Tarama	İrlanda/ Menü Etiketleme Müdahalelerinin Uygulanmasında Doğrudan Rolü Olan Paydaşlar	*13*
Kim ve Ham, 2016	Restaurants' Disclosure Of Nutritional İnformation As A Corporate Social Responsibility İnitiative: Customers' Attitudinal And Behavioral Responses	International Journal Of Hospitality Management	Nicel	Kore/ Casual Restoran/ 636 Katılımcı	60
Kim vd., 2018	Optimization Of Menu-Labeling Formats To Drive Healthy Dining: An Eye Tracking Study	International Journal of Hospitality Management	Deneysel	ABD/ Fast Food Restoran/ 95 Katılımcı	*35*
Kim, 2020	The Effect Of 99-Ending Calories And Anticipated Guilt On Restaurant Menu Development Strategy	International Journal Of Hospitality Management	Nicel	ABD/ Casual Restoran/ 1920 Katılımcı	*2*
Lee-Kwan vd., 2016	Factors Associated With Self-Reported Menu-Labeling Usage Among US Adults	Journal Of The Academy Of Nutrition And Dietetics	Nicel	ABD/ Fast Food Zinciri/ 100.141 Yetişkin	*21*
Liu vd., 2012	Test Of Different Menu Labeling Presentations	Appetite	Nicel	ABD/ 456 Üniversite Öğrencisi	*129*
Lo vd., 2017	Restaurant Customers' Attitude Toward Sustainability And Nutritional Menu Labels	Journal of Hospitality Marketing & Management	Nicel	Hong Kong/ Otel Restoranı/ 1255 Katılımcı	*25*
Marty vd., 2020	Socioeconomic Position And The İmpact Of İncreasing Availability Of Lower Energy Meals Vs. Menu Energy Labelling On Food Choice: Two Randomized Controlled Trials İn A Virtual Fast-Food Restaurant	International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity	Çevrimiçi Deney	Sanal Fast Food Restoranı/ 43 Katılımcı	*8*
Mayfield vd., 2014	Nutrition Labeling For Restaurant Menu İtems: College Students' Preferences For Nutrition İnformation And İts İnfluence On Purchase İntention	Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism	Nicel	ABD/ Üniversite Öğrencileri/ 113 Katılımcı	*12*
Mills ve Thomas, 2008	Assessing Customer Expectations Of İnformation Provided On Restaurant Menus: A Confirmatory Factor Analysis Approach	Journal of Hospitality & Tourism Research	Nicel	ABD/ 276 Katılımcı	90
Musicus vd., 2019	Online Randomized Controlled Trials Of Restaurant Sodium Warning Labels	American Journal Of Preventive Medicine	Çevrimiçi Deney	ABD/ 10.412 Katılımcı	*9*
Musiker ve Kesa, 2014	The İmpact Nutritional İnformation Has On Customers' Behaviours Towards Their Food Choices İn Restaurants	An Online International Research Journal	Karma	Güney Afrika/ 360 Katılımcı	*1*
Oh vd., 2016	Correlates Of Reported Use And Perceived Helpfulness Of Calorie İnformation İn Restaurants Among US Adults	American Journal Of Health Promotion	Nicel	ABD/ 3407 Katılımcı	*12*

OSMAK YAYINLARI

Oliveira vd., 2017	Preferences For Menu Labelling Formats Of Young Adults İn Brazil And İn The United Kingdom	Revista de Nutrição	Nitel	Brezilya ve İngiltere / 72 Katılımcı	*7*
Pang ve Hammond, 2013	Efficacy And Consumer Preferences For Different Approaches To Calorie Labeling On Menus	Journal Of Nutrition Education And Behavior	Nicel	Kanada/ 213 Üniversite Lisans Öğrencisi	*33*
Petimar vd., 2019	Evaluation Of The İmpact Of Calorie Labeling On McDonald's Restaurant Menus: A Natural Experiment	International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity	Nicel	ABD/ Fast Food Restoranı/ 2971 Yetişkin/ 2164 Ergen/ 447 Ebeveyn	*14*
Rising ve Bol, 2017	Nudging Our Way To A Healthier Population: The Effect Of Calorie Labeling And Self- Control On Menu Choices Of Emerging Adults	Health Communication	Nicel	ABD/ Üniversite Öğrencileri/ 179 Katılımcı	*16*
Robertson ve Lunn, 2020	The Effect Of Spatial Location Of Calorie İnformation On Choice, Consumption And Eye Movements	Appetite	Nicel	İrlanda/ 142 Katılımcı	*1*
Roseman vd., 2017	The Effects Of Restaurant Nutrition Menu Labelling On College Students' Healthy Eating Behaviours	Public Health Nutrition	Nicel	ABD/ Lisans Üniversite Öğrencileri/ 50 Katılımcı	*29*
Seenivasan ve Thomas, 2016	Negative Consequences Of Nutrition İnformation Disclosure On Consumption Behavior İn Quick-Casual Restaurants	Journal Of Economic Psychology	Nicel	Avustralya/ Burger Zinciri/ 210 Katılımcı	*12*
Stewart vd., 2015	Menu Labeling Fills The Gaps In Consumers' Knowledge Of The Calorie Content Of Restaurant Foods	Agribusiness	Nicel	ABD/ Casual Restoran/ 5752 Veri	*2*
Thomas, E., 2016	Food For Thought: Obstacles To Menu Labelling İn Restaurants And Cafeterias	Public Health Nutrition	Nitel	Birleşik Krallık/ Alanyazın Taraması	*14*
Thorndike vd., 2012	A 2-Phase Labeling And Choice Architecture İntervention To İmprove Healthy Food And Beverage Choices	American Journal Of Public Health	Nicel	ABD/ Hastane Kafeteryası/ 10 Kişi/ 847 Kayıt	*377*
Vaccaro ve Huffman, 2018	Are US Consumers Using MyPlate And Restaurant Menu Labels And Does Their Use Equate With Dietary And Exercise Behavior?	Journal Of Consumer Behaviour	Nicel	ABD/ 4924 Katılımcı	*4*
Vanderlee vd., 2019	Evaluation Of A Voluntary Nutritional İnformation Program Versus Calorie Labelling On Menus İn Canadian Restaurants: A Quasi-Experimental Study Design	International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity	Nicel	Kanada/ 3 Eyalette Bulunan Restoranlar/ 5053 Katılımcı	*3*
Yang vd., 2015	FDA Ruling And Nutritionally Focused Menus Part II: Consumer Effort Versus Nutritional Accuracy İn Restaurant Menus	Journal Of Foodservice Business Research	Nicel	ABD/ Üniversite Öğrencileri/ 152 Katılımcı	6

OSMAK YAYINLARI

Literatürde menü etiketlemesinin sağlıklı seçimlere etkisini inceleyen çalışmalar oldukça fazladır (Cawley vd., 2020; Musicus vd., 2019; Goodman vd., 2018; Jungles vd., 2017). Literatürdeki çalışmalara bakıldığında menü etiketlemesinin tüketicileri sağlıklı menü kalemlerine yönelttiği görülmektedir. Fakat bazı çalışmalar bu konuda fazla etkili olmadığı sonucuna da ulaşmıştır. Bulguların birbiriyle çelişkili olmasının nedeni yaş, cinsiyet, restoran türü gibi birçok farklı değişkenin çalışmaların sonuçlarını etkilemesi olabilir. Ayrıca bu konuda yapılan erken dönemdeki bazı çalışmalar gerçek bir restoran ortamında gerçekleştirilmemiştir (Chu vd., 2009; Chu vd., 2014).

Tablo2: Menü etiketlemenin sağlıklı seçimlere etkisi

ÇALIŞMA	GERÇEKLEŞTİRİLDİĞİ ORTAM	MENÜ ETİKETLEMENİN SAĞLIKLI SEÇİMLERE ETKİSİ
Alkhaldy vd., 2020	RESTORAN	ETKİLİ
Byrd vd., 2018	RESTORAN	ETKİSİZ
Berry vd., 2019	RESTORAN	ETKİLİ (SAĞLIK DEĞERİ ODAKLI MÜŞTERİLER)
Chu vd., 2009	KAFETERYA	ETKİLİ
Choi, 2015	KAFETERYA	ETKİLİ
Cawley vd., 2020	RESTORAN	ETKİLİ (MEZE VE BAŞLANGIÇ KALEMLERİNDE)
Green vd., 2015	FAST FOOD ZİNCİRİ	ETKİLİ
Goodman vd., 2018	RESTORAN	ETKİLİ
Hammond vd., 2015	KAFETERYA	ETKİLİ
Hwang ve Lorenzen 2008	RESTORAN	ETKİLİ
Jungles vd., 2017	RESTORAN	ETKİSİZ
Kwan vd., 2016	RESTORAN	ETKİLİ
Musicus vd., 2019	SANAL RESTORAN ORTAMI	ETKİLİ
Marty vd., 2020	SANAL FAST FOOD RESTORANI	ETKİSİZ
Petimar vd., 2019	FAST FOOD RESTORANI	ETKİSİZ
Rising ve Bol 2017	SANAL RESTORAN ORTAMI	ETKİLİ
Vanderlee vd., 2019	ZİNCİR RESTORAN	ETKİLİ

Menü etiketlemesinin etkinliğini artırmak için tüketicilerin hangi etiketleme bilgilerini menülerde görmek istediği ve bu bilgileri tüketicinin anlayabileceği bir şekilde sunmak büyük önem taşımaktadır. Literatürde bu konuda yapılan çalışmalarda fiziksel aktiviteye dayalı etiketleme sistemi, trafik ışığı renkleriyle kodlama, menü öğelerinin kalorilerini azdan çoğa doğru sıralama gibi sistemler ön plana çıkmıştır (Liu vd., 2012; Thorndike vd., 2012; Antonelli ve Viera, 2015). Fakat tüketicilerin menü etiketlemeyi kullanması

OĞLAK YAYINLARI

ve farkındalığını arttırmak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır. Çünkü tüketicilerin menü etiketlemesine karşı algıları sosyo-demografik özelliklerine göre de değişebilmektedir (Dallas vd., 2018; Bosselman vd., 2020).

Tablo3: Yiyecek seçimlerinde farklı menü etiketleme formatlarının etkililiği ve tüketicilerin menülerde görmek istedikleri etiketleme bilgileri

ÇALIŞMA	**YİYECEK SEÇİMLERİNDE FARKLI MENÜ ETİKETLEME FORMATLARININ ETKİLİLİĞİ**
Liu vd., 2012	Menünün Sıralı (kalorinin azdan çoğa sıralandığı) veya Renkli Kalori Formatları
Thorndike vd., 2012	Trafik Işığı Renkleriyle Kodlama
Pang ve Hammond, 2013	Tavsiye Edilen Günlük Miktarlar Üzerine Bir İfadenin Eklenmesi
Yang vd., 2015	Bireysel Menü Öğelerini Kalori Sayım Gruplarına Ayırma (kalori aralıkları)
Stewart vd., 2015	Trafik Işığı Kalori Etiketlemesi
Antonelli ve Viera, 2015	Fiziksel Aktive Eşdeğer Kalori Etiketlemesi
Olıveıra vd., 2017	Organik Yiyecekler ve Vejetaryen Sembollerine Ek Olarak İçerik Listesinin Bulunduğu Menü
Kerins vd., 2017	Simge Tabanlı Menü Etiketleme Sistemi
Kim vd., 2018	Fiziksel Aktiviteye Dayalı Etiketleme
Dallas vd., 2018	Kalori Miktarını Menü Öğesinin Solunda Göstermek
Daley vd., 2019	Fiziksel Aktivite Kalori Eş Değeri Yiyecek Etiketlemesi
Robertson ve Lunn, 2019	Kalori Bilgisinin Fiyatın Hemen Sağında Eş Değer Bir Yazı Tipinde Verilmesi
Kim, 2020	Dokuz Sonlu Kalori Etiketlemesi
ÇALIŞMA	**TÜKETİCİLERİN GÖRMEK İSTEDİKLERİ ETİKETLEME BİLGİLERİ**
Mills ve Thomas, 2008	Yağ ve Kalori bilgileri, Beslenme Bilgileri, Ürün Özellikleri, Yiyeceklerin Hazırlanış Bilgileri, Marka Bilgileri, Katkı Maddeleri, Hammaddelerin Nitelikleri, Sodyum Miktarı
Din vd., 2012	Kalori, Protein, Yağ ve Diyet Lifi gibi Gıda Perakende Ürünlerinde Yaygın Olarak Vurgulanan Besin Maddeleri
Mayfield vd., 2014	Doymuş Yağ, Trans Yağ ve Toplam Yağ Bilgisi
Fakih vd., 2016	Kalori İçeriği, Yağ, Tuz ve Şeker Miktarları

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde menü etiketlemesi kullanımı ve farkındalığının cinsiyet, eğitim seviyesi, yaş, medeni durum gibi birçok değişkenden etkilendiği görülmektedir. Menü etiketlemesi kullanımı ve farkındalığının eğitim ve gelir seviyesi yüksek, evli, kadın tüketicilerde daha yaygın olduğu görülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo4: Menü etiketlemenin etkili olduğu gruplar

ÇALIŞMA	MENÜ ETİKETLEMENİN ETKİLİ OLDUĞU GRUPLAR
Yepes, 2013	Kadın Müşteriler
Green vd., 2015	Kadın Müşteriler
Hatch, 2016	Kadın Müşteriler
Roseman vd., 2016	Kadın Müşteriler
Oh vd., 2016	Eğitim Seviyesi Yüksek Bireyler
Kwan vd., 2016	Eğitim ve Gelir Seviyesi Yüksek Olan Bireyler
Rising ve Bol 2017	Özdenetimi Yüksek Olan Bireyler
Alassaf vd., 2020	Evli, Lisans ve Üzeri Eğitime Sahip Olanlar, Daha Yüksek Gelire Sahip Olanlar ve Düzenli Olarak Restoranlarda Yemek Yiyen Tüketiciler

Menü etiketlemesinin uygulamada getirebileceği avantaj ve dezavantajlar literatürde oldukça az çalışılmıştır. Bu konuda restoran işletmelerini etkileyen dış etkenler (tüketici, mevzuat), iç etkenler (organizasyona uyumluluk, kaynaklar, yeterli bilgi düzeyi) ve menü etiketleme uygulamasının özellikleri (algılanan fayda, maliyet) konuları ön plana çıkmaktadır (Kerins vd., 2020). Ancak özellikle menü etiketlemesinin getirdiği maliyet ve gelir etkisi ve restorandaki iş süreçleriyle uyumluluğu ile ilgili çalışmalara menü etiketlemesinin etkinliğini arttırmak ve restoranlarda kullanımını yaygınlaştırmak için ihtiyaç vardır.

Tablo5: Menü etiketlemenin işletmeye getirdiği avantaj ve dezavantajlar

ÇALIŞMA	MENÜ ETİKETLEMENİN İŞLETMEYE GETİRDİĞİ AVANTAJ VE DEZAVANTAJLAR
Yepes, 2013	Avantajlar: Sosyal Sorumluluk Faaliyeti, Sadakatli Müşteri Lüks Bir Servis
Thomas, 2015	Dezavantajlar: Beslenme Uzmanının Olmaması, Zaman, Maliyet, Menü Değiştirme Esnekliğini Kaybetmek, Personel, Menüde Sınırlı Alan, Menü Varyasyonları, Müşteri Memnuniyetsizliği
Kim ve Ham, 2016	Avantajlar: Olumlu Marka İmajı, İşletmeye Güven, Sadakatli Müşteri
Kerins vd., 2020	Dezavantajlar: Müşteri Talebinin Olmaması veya Kafasının Karışması/Bunalması, Organizasyon ve İş Süreçleriyle Uyumluluk ile İlgili Problemler (standartlaştırılmış tarif, menülerde sınırlı alan) Avantajlar: İş imajı/İtibarının İyileşmesi ve Menü Etiketlemesinin Sağlanmasına Yönelik Müşteri İlgisi

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Menü etiketlemesi henüz Türkiye'deki restoranlar için yasal bir zorunluluk değildir. Fakat günümüzde kent yaşamının doğal bir sonucu olarak dışarıda yemek yemek oldukça yaygın bir faaliyet haline gelmiştir ve obezite, kardiyovasküler hastalıklar ve diyabette toplumlarda giderek yaygınlaşmaktadır. Dolayısıyla gerek tüketicilerin kendilerinin talep etmesi gerek ise halk sağlığını korumak adına devletlerin menülerde beslenme

ÖĞÜT YAYINLARI

bilgilerinin verilmesini zorunlu kılması mümkün görünmektedir. Restoranlar menü etiketlemesini kullanarak imajlarına katkı sağlayabilir. Ayrıca menü etiketlemesini bir sosyal sorumluluk olarak da görebilir.

Restoranlar hitap ettiği müşteri kitlesine göre menülerinde hangi etiketleme bilgilerine yer vereceklerine karar verip iş akış sürecini de aksatmayacak bir menü etiketleme sistemi yaratabilir. Akademik açıdan erken dönemde menü etiketlemesi ile ilgili yapılan çalışmalarda gerçek bir restoran ortamı kullanılmamış olup son yıllarda restoran ortamında gerçekleştirilen çalışmalar artmıştır. Fakat hala menü etiketlemesi kullanımını ve farkındalığını etkileyen değişkenler üzerine yapılan çalışmalara ihtiyaç vardır. Ayrıca menü etiketlemesinin getirdiği maliyet ve gelir etkisini inceleyen çalışmalarda oldukça azdır. Devletler menü etiketlemesi ile ilgili yasal düzenlemeler ve restoranlara vereceği teşvik ve vergi muafiyeti gibi uygulamalarla menü etiketlemesinin restoranlardaki kullanımını arttırabilir. Ayrıca menü etiketlemesinin etkinliği için devletlerin uyguladığı yasal düzenlemelerden sonra süreci yakından takip etmesi de büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR

Alassaf, H. I., Alaskar, Y. A., Alqulaysh, B. F., Alshehri, M. A., Alnosian, M. Y., Alshamrani, A. A. ve Al-Tannir, M. A. (2020). "Assessment Of Knowledge, Attitudes and Practices Of Saudi Adults About Calorie Labeling İn Central Saudi Arabia ", *Saudi Medical Journal*, *41*(3), 296.

Alkhaldy, A. A., Taha, D. S., Alsahafi, S. E., Naaman, R. K. ve Alkhalaf, M. M. (2020). "Response Of The Public And Restaurant Owners To The Mandatory Menu Energy-Labelling İmplementation İn Restaurants İn Saudi Arabia", *Public Health Nutrition*, *23* (18), 3435-3447.

Antonelli, R. ve Viera, A. J. (2015). "Potential Effect Of Physical Activity Calorie Equivalent (PACE) Labeling On Adult Fast Food Ordering And Exercise", *Plos One*, *10* (7), 134-289.

Berry, C., Burton, S., Howlett, E. ve Newman, C. L. (2019). "Understanding The Calorie Labeling Paradox İn Chain Restaurants: Why Menu Calorie Labeling Alone May Not Affect Average Calories Ordered", *Journal Of Public Policy & Marketing*, *38* (2), 192-213.

Bosselman, R., Choi, H. M., Lee, K. S., Kim, E., Cha, J., Jeong, J. Y. ve Ham, S. (2020). "Customers' Perception Of The Attributes Of Different Formats Of Menu Labeling: A Comparison Between Korea and The US", *Nutrition Research And Practice*, *14* (3), 286-297.

Byrd, K., Almanza, B., Ghiselli, R. F., Behnke, C. ve Eicher-Miller, H. A. (2018). "Adding Sodium İnformation To Casual Dining Restaurant Menus: Beneficial Or Detrimental For Consumers?", *Appetite*, (*125*), 474-485.

Cantu-Jungles, T. M., McCormack, L. A., Slaven, J. E., Slebodnik, M. ve Eicher-Miller, H. A. (2017). "A Meta-Analysis To Determine The İmpact Of Restaurant Menu Labeling On Calories And Nutrients (Ordered or Consumed) İn US Adults", *Nutrients*, *9* (10), 1088.

OĞLAK YAYINLARI

Cawley, J., Susskind, A. ve Willage, B. (2020). "The Impact Of İnformation Disclosure On Consumer Behavior: Evidence From A Randomized Field Experiment Of Calorie Labels On Restaurant Menus", *Journal Of Policy Analysis And Management*, *39* (4), 1020-1042.

Choi, J. (2015). "The İmpact Of Disclosure Of Nutrition İnformation On Consumers' Behavioral İntention İn Korea", *Journal Of The American College Of Nutrition*, *34* (5), 378-384.

Chu, Y. H., Frongillo, E. A., Jones, S. J. ve Kaye, G. L. (2009). "Improving Patrons' Meal Selections Through The Use Of Point-Of-Selection Nutrition Labels", *American Journal of Public Health*, *99* (11), 2001-2005.

Chu, Y. H., Jones, S. J., Frongillo, E. A., DiPietro, R. B. ve Thrasher, J. F. (2014). "Investigating The İmpact Of Menu Labeling On Revenue And Profit İn A Foodservice Operation", *Journal of Foodservice Business Research*, *17* (3), 215-227.

Çevik, E. "Üniversite Öğrencilerinde Menü Etiketi Algısının Besin Seçimi ve Obezite Üzerine Etkisi", Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, 2019.

Daley, A. J., McGee, E., Bayliss, S., Coombe, A. ve Baretti, H. M. (2020). "Effects Of Physical Activity Calorie Equivalent Food Labelling To Reduce Food Selection And Consumption: Systematic Review And Meta-Analysis Of Randomised Controlled Studies", *J Epidemiol Community Health*, *74* (3), 269-275.

Dallas, S. K., Liu, P. J. ve Ubel, P. A. (2019). "Don't Count Calorie Labeling Out: Calorie Counts On The Left Side Of Menu İtems Lead To Lower Calorie Food Choices", *Journal Of Consumer Psychology*, *29* (1), 60-69.

Delvarani, S., Ghazali, H. ve Othman, M. (2013). "Factors Affecting Fast Food Consumers' İntention To Use Menu Labeling in Klang Valley, Malaysia", *International Food Research Journal*, *20* (4), 1799.

Din, N., Zahari, M. S. M. ve Shariff, S. M. (2012). "Customer Perception On Nutritional İnformation İn Restaurant Menu", *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, *42*, 413-421.

Fakih, K., Assaker, G., Assaf, A. G. ve Hallak, R. (2016). "Does Restaurant Menu İnformation Affect Customer Attitudes And Behavioral İntentions? A Cross-Segment Empirical Analysis Using PLS-SEM", *International Journal Of Hospitality Management*, *57*, 71-83.

Fitzgerald, S., Gilgan, L., McCarthy, M., Perry, I. J. ve Geaney, F. (2018). "An Evaluation and Exploration of Irish Food-Service Businesses' Uptake of And Attitudes Towards A Voluntary Governmentled Menu Energy (Calorie) Labelling İnitiative", *Public Health Nutrition*, *21* (17), 3178-3191.

Fotouhinia-Yepes, M. (2013). "Menu Calorie Labelling in A Fine Dining Restaurant: Will İt Make A Difference?, *Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism*, *14*(3), 281-293.

Goodman, S., Vanderlee, L., White, C. M. ve Hammond, D. (2018). "A Quasi-Experimental Study Of A Mandatory Calorie-Labelling Policy in Restaurants: Impact on Use Of Nutrition İnformation Among Youth And Young Adults İn Canada", *Preventive Medicine*, (*116)*, 166-172.

Green, J. E., Brown, A. G. ve Ohri-Vachaspati, P. (2015). "Sociodemographic Disparities Among Fast-Food Restaurant Customers Who Notice And Use Calorie Menu Labels", *Journal Of The Academy Of Nutrition And Dietetics*, *115* (7), 1093-1101.

OĞLAK YAYINLARI

Hammond, D., Lillico, H. G., Vanderlee, L., White, C. M. ve Reid, J. L. (2015). "The İmpact Of Nutrition Labeling On Menus: A Naturalistic Cohort Study", *American Journal Of Health Behavior*, *39* (4), 540-548.

Hatch, C. M. D. (2016). "Examining The Use Of Nutrition İnformation On Restaurant Menus", *Journal Of Food Products Marketing*", *22* (1), 118-135.

Hwang, J. ve Lorenzen, C. L. (2008). "Effective Nutrition Labeling Of Restaurant Menu And Pricing Of Healthy Menu", *Journal Of Foodservice*, *19* (5), 270-276.

Ilgaz, H. (2018). "Bireysel Farklılıklar Kapsamında Çevrimiçi Öğrenme Araştırmalarına İlişkin Sistematik Bir Derleme", *Journal Of Theoretical Educational Science*, *11* (4), 1003-1018.

Kalenjuk, B., Tesanovic, D., Banjac, M., Gagic, S. ve Radivojevic, G. (2016). "Offer Structure And Design Of The Menu İn Hospitality İndustry", In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry*, 131-143.

Kerins, C., Cunningham, K., Finucane, F. M., Gibson, I., Jones, J. ve Kelly, C. (2017). "Effects Of An İcon-Based Menu Labelling İnitiative On Consumer Food Choice", *Perspectives İn Public Health*, *137* (1), 45-52.

Kerins, C., McHugh, S., McSharry, J., Reardon, C. M., Hayes, C., Perry, I. J. ve Kelly, C. (2020). "Barriers And Facilitators To İmplementation Of Menu Labelling İnterventions From A Food Service İndustry Perspective: A Mixed Methods Systematic Review", *International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity*, *17* (1), 1-15.

Kim, E. ve Ham, S. (2016). "Restaurants' Disclosure Of Nutritional İnformation As A Corporate Social Responsibility İnitiative: Customers' Attitudinal And Behavioral Responses", *International Journal Of Hospitality Management*, (*55*), 96-106.

Kim, E., Tang, L. R., Meusel, C. ve Gupta, M. (2018). "Optimization Of Menu-Labeling Formats To Drive Healthy Dining: An Eye Tracking Study", *International Journal of Hospitality Management*, (*70*), 37-48.

Kim, M. (2020). "The Effect Of 99-Ending Calories And Anticipated Guilt On Restaurant Menu Development Strategy", *International Journal Of Hospitality Management*, (*89*), 102-570.

Lee-Kwan, S. H., Pan, L., Maynard, L. M., McGuire, L. C. ve Park, S. (2016). "Factors Associated With Self-Reported Menu-Labeling Usage Among US Adults", *Journal Of The Academy Of Nutrition And Dietetics*", *116* (7), 1127-1135.

Liu, P. J., Roberto, C. A., Liu, L. J. ve Brownell, K. D. (2012). "A Test Of Different Menu Labeling Presentations", *Appetite*, *59* (3), 770-777.

Lo, A., King, B. ve Mackenzie, M. (2017). "Restaurant Customers' Attitude Toward Sustainability And Nutritional Menu Labels", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *26* (8), 846-867.

Marty, L., Jones, A. ve Robinson, E. (2020). "Socioeconomic Position And The İmpact Of İncreasing Availability Of Lower Energy Meals Vs. Menu Energy Labelling On Food Choice: Two Randomized Controlled Trials İn A Virtual Fast-Food Restaurant", *International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity*, *17* (1), 1-11.

Mayfield, K., Tang, L. ve Bosselman, R. (2014). "Nutrition Labeling For Restaurant Menu İtems: Col-

ÖĞEK YAYINLARI

lege Students' Preferences For Nutrition İnformation And İts İnfluence On Purchase İntention", *Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism*, *15* (3), 310-325.

Mills, J. E. ve Thomas, L. (2008). "Assessing Customer Expectations Of İnformation Provided On Restaurant Menus: A Confirmatory Factor Analysis Approach", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *32* (1), 62-88.

Musicus, A. A., Moran, A. J., Lawman, H. G. ve Roberto, C. A. (2019). "Online Randomized Controlled Trials Of Restaurant Sodium Warning Labels", *American Journal Of Preventive Medicine*, *57* (6), 181-193.

Musiker, J. C. ve Kesa, H. (2014). "The İmpact Nutritional İnformation Has On Customers' Behaviours Towards Their Food Choices İn Restaurants", *An Online International Research Journal, 1 (1), 2311-3189*.

Oh, A., Nguyen, A. B. ve Patrick, H. (2016). "Correlates Of Reported Use And Perceived Helpfulness Of Calorie İnformation İn Restaurants Among US Adults", *American Journal Of Health Promotion*, *30* (4), 242-249.

Oliveira, R. C. D., Fernandes, A. C., Proença, R. P. D. C., Hartwell, H., Rodrigues, V. M. ve Fiates, G. M. R. (2017). "Preferences For Menu Labelling Formats Of Young Adults İn Brazil And İn The United Kingdom", *Revista de Nutrição*, (*30*) 321-332.

Pang, J. ve Hammond, D. (2013). "Efficacy And Consumer Preferences For Different Approaches To Calorie Labeling On Menus", *Journal Of Nutrition Education And Behavior*, *45* (6), 669-675.

Petimar, J., Ramirez, M., Rifas-Shiman, S. L., Linakis, S., Mullen, J., Roberto, C. A. ve Block, J. P. (2019). "Evaluation Of The İmpact Of Calorie Labeling On McDonald's Restaurant Menus: A Natural Experiment", *International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity*, *16* (1), 1-11.

Rising J. C. ve Bol N., (2017) "Nudging Our Way To A Healthier Population: The Effect Of Calorie Labeling And Self- Control On Menu Choices Of Emerging Adults", *Health Communication*, 32 (8), 1032-1038.

Robertson, D. A. ve Lunn, P. D. (2020). "The Effect Of Spatial Location Of Calorie İnformation On Choice, Consumption And Eye Movements", *Appetite*, (*144)*, 104-446.

Roseman, M. G., Joung, H. W., Choi, E. K. C. ve Kim, H. S. (2017). "The Effects Of Restaurant Nutrition Menu Labelling On College Students' Healthy Eating Behaviours", *Public Health Nutrition*, *20* (5), 797-804.

Seenivasan, S. ve Thomas, D. (2016). "Negative Consequences Of Nutrition İnformation Disclosure On Consumption Behavior İn Quick-Casual Restaurants", *Journal Of Economic Psychology*, (*55*), 51-60.

Stewart, H., Hyman, J. ve Dong, D. (2015). "Menu Labeling Fills The Gaps İn Consumers' Knowledge Of The Calorie Content Of Restaurant Foods", *Agribusiness*, *31* (4), 491-506.

Thomas, E. (2016). "Food For Thought: Obstacles To Menu Labelling İn Restaurants And Cafeterias", *Public Health Nutrition*, *19* (12), 2185-2189.

Thorndike, A. N., Sonnenberg, L., Riis, J., Barraclough, S. ve Levy, D. E. (2012). "A 2-Phase Labeling

OĞLAK YAYINLARI

And Choice Architecture İntervention To İmprove Healthy Food And Beverage Choices", *American Journal Of Public Health*, *102* (3), 527-533.

Vaccaro, J. A. ve Huffman, F. G. (2018). "Are US Consumers Using MyPlate And Restaurant Menu Labels And Does Their Use Equate With Dietary And Exercise Behavior? ", *Journal Of Consumer Behaviour*, *17* (4), 418-425.

Vanderlee, L., White, C. M. ve Hammond, D. (2019). "Evaluation Of A Voluntary Nutritional İnformation Program Versus Calorie Labelling On Menus İn Canadian Restaurants: A Quasi-Experimental Study Design", *International Journal Of Behavioral Nutrition And Physical Activity*, *16* (1), 1-10.

Yang, W., Hanks, L., Smith, S. J. ve Parsa, H. G. (2015). "FDA Ruling And Nutritionally Focused Menus Part II: Consumer Effort Versus Nutritional Accuracy İn Restaurant Menus", *Journal Of Foodservice Business Research*, *18* (2), 93-110.

OĞLAK YAYINLARI

İKİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE YAPILAN GIDA NEOFOBİSİ ARAŞTIRMALARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Arş. Gör. Büşra YEŞİLYURT[1]
Doç. Dr. Alper KURNAZ[2]

1. GİRİŞ

İnsanların beslenme alışkanlıkları birçok faktör etrafında şekillenmektedir. Bu faktörler; bireyin yaşadığı doğal ve sosyal çevreden coğrafi koşullara, bireysel tercihlerden kalıtsal özelliklere kadar oldukça geniş bir çerçeveyi kapsamaktadır. Bu faktörlerden biri de gıda neofobisidir. Gıda neofobisi, aşinalık duyulmayan, 'yeni' gıdalardan kaçınma eğilimi olarak tanımlanmakta ve bireyleri potansiyel olarak toksik gıdaları tüketmekten koruyan, biyolojik olarak anlamlı bir mekanizma olduğu ifade edilmektedir (Rozin ve Vollmecke, 1986; Tuorila vd., 2001). Nitekim aşinalık duyulmayan yiyeceklerden kaçınma davranışının 2 ila 6 yaş aralığında maksimum düzeyde olduğu (Raudenbush vd., 1998; Blisset ve Fogel, 2013), geç çocukluk ve yetişkinlik dönemlerinde azaldığı (Fernández-Ruiz vd., 2013; Schnettler vd., 2013), yaşlanmayla birlikte ise tekrar yükselebildiği ifade edilmektedir (Tuorila vd., 2001). Bu durum, biyolojik ve psikolojik bir korunma mekanizması ile ilişkili olduğunu desteklemektedir. Çünkü yaşlı bireylerde daha zayıf bir bağışıklık ve metabolizmanın varlığı, bireylerin potansiyel tehlikelerden korunma içgüdüsünü yeniden ortaya çıkarabilmektedir (Dovey vd., 2008; Demattè vd., 2014). Tüm bunlarla birlikte gıdalara karşı algılanan bu riskin düzeyinden bağımsız olarak gıdaların küçük yaşlarda deneyimlenmesinin algılanan riski düşürebildiği ifade edilmektedir (Tuorila, 2001).

Gıda neofobisi, seçici bir şekilde yemek tercihinde bulunma durumundan farklı bir anlam taşımakta ve bu durum genellikle on maddelik bir anket olan Gıda Neofobisi Ölçeği (GNÖ) ile ölçülmektedir (Pliner ve Hobden, 1992). Bu ölçek sonucunda alınan yüksek puanlar; farklı mutfaklara aşinalığın düşük olduğunu, daha önce denenmemiş ve tüketici için yeni olan bir yiyeceğe karşı potansiyel beğeninin düşük olduğu ve daha önce deneyimlenmemiş yiyeceklere karşı düşük bir isteklilik gösterdiğini ifade etmektedir (Pliner ve Hobden, 1992; Tuorila vd., 2001).

Gıda neofobisinin bireyleri doğrudan etkileyen bir durum olduğu açıktır. Bununla birlikte farklı alanlar için de bir 'domino' etkisine sahip olduğu düşünülmektedir.

1 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi, busrayesilyurt@ibu.edu.tr
2 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Turizm Fakültesi, alperkurnaz@ibu.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

Örneğin çocuklarda gıda neofobisi, düşük meyve-sebze ve düşük proteinli gıda alımı ile ilişkilendirilmektedir (Cooke ve Haworth, 2007). Benzer şekilde yetişkinlerin de sınırlandırılmış bir beslenme düzenine sahip olabileceği, çeşitli sağlık etkilerinin olabileceği de ifade edilmektedir (Falciglia vd., 2000). Gıda korkusunun ve riskinin yüksek olarak algılandığı bireylerde; sebze, salata, meyve, et ve balık gibi besin alımlarının azaldığı belirtilmiştir (Siegrist vd., 2013). Fonksiyonel gıda özelliklerine sahip birçok gıdaya karşı korku besleyen bireylerin, çeşitli olumsuzluklarla karşı karşıya olduğu düşünülmektedir.

Besin alımı tüm canlıların en temel ihtiyaçlarından biri olduğundan düzenli ve eksiksiz bir beslenme alışkanlığı, canlıların sağlığının korunması ve gelişimi açısından büyük bir önem taşımaktadır. Bununla birlikte gıda alımının yalnızca fizyolojik bir ihtiyaç olmadığı, hedonik bir tüketimi de kapsadığı bilinmektedir. Bireylerin gıda tüketim tercihlerini etkileyen motivasyonlar çok çeşitli olabilir. Gıdaların 'haz alma' motivasyonu ile tüketilmesi de hedonik boyutunu oluşturan unsurlardandır. Dolayısıyla gıda korkusuna bağlı olarak tüketim tercihlerinin belirlenmesi, bireyleri fizyolojik olarak etkilemenin yanı sıra; pazara sunulan yeni gıda ürünlerinin yüksek bir başarısızlık ile karşılaşması da yeni gıdalara olan korkunun ek bir sonucu olarak ifade edilmektedir (Damsbo-Svendsen vd., 2017).

Küreselleşme ve yaşanan teknolojik gelişmeler ile gıda çeşitliliği ve gıdalara erişim büyük ölçüde kolaylaşmıştır. Yeni gıdaların sayısındaki artış, tüketicilerin bu yeni ürünlere olan ilgisinin artmasına neden olmuştur. Gıdalardaki çeşitliliğin ve erişim kolaylığının yanı sıra özellikle gelişmiş ülkelerde gıda güvenliğine dair önemli politikaların bulunması, yeni yiyeceklerin denenmesine yönelik motivasyon sağlayabilecek potansiyeldedir. Buna karşın yeni gıdaların ve yeni teknolojilerden elde edilen gıdaların insan sağlığına faydalarına bakılmaksızın kabul edilme oranlarının önemli ölçüde değiştiği olumsuz tüketici tepkilerine sebep olabileceği ifade edilmektedir (Fernández-Ruiz vd., 2013). Bu doğrultuda, yapılan çalışmaların yıllara göre farklılıklar göstermesi mümkündür.

Beslenme alışkanlıklarının büyüme, gelişim ve sağlığın korunması gibi önemli durumlar üzerindeki etkileri dikkate alındığında çocukların diyetlerini iyileştirmeye yönelik etkili müdahalelerin tasarımı, yetişkin ve yaşlı bireylerin beslenme çeşitliliğinin sağlanması gibi durumlar büyük bir önem taşımaktadır. Bununla birlikte gıda ürünlerinin oldukça büyük bir ekonomik pazarı kapsadığı açıktır. Yeni ürünlerin geliştirilerek ekonomik kazanç sağlanması, yeni teknolojilerin avantajlarından yararlanılması, yiyecek içecek sektöründeki yeniliklerin gıda korkusu açısından potansiyel risklerinin bilinmesinin, gastronomi turizmi de dahil olmak üzere birçok faaliyet alanını etkileyebileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, gıda neofobisi ile ilişkilendirilen doğrudan ve dolaylı sonuçların analiz edilmesi ve çeşitli önerilerle desteklenmesinin gıda neofobisine

OĞLAK YAYINLARI

sahip bireyler, ilgili sektör paydaşları ve akademik literatür için önem taşıdığı düşünülmektedir.

Avrupa ve ABD'de yayımlanan makaleler incelendiğinde, gıda korkusunun teorik arka planının ele alınmasının yanı sıra; yaş gruplarına göre gıda neofobisinin değerlendirildiği (Birch vd., 1987; Pliner, 1994; Pliner ve Loewen, 1997; Hursti ve Sjöden, 1997; Falciglia, 2000; Cooke vd., 2003; Cooke vd., 2006; Roßbach vd., 2016; Van den Heuvel vd., 2019), cinsiyete göre neofobi düzeyinin araştırıldığı (Tuorila vd., 2001; Meilselman, 2010; Mielby vd., 2012; Predieri vd., 2020), sosyo-kültürel belirleyicilere göre neofobi düzeyinin araştırıldığı (Flight vd., 2003; Olabi vd., 2009), kalıtsal nitelikleri bakımından incelendiği (Knaapila vd., 2007) ve gıda neofobisinin turizm sektörü açısından değerlendirildiği (Kim vd., 2013; Mak vd., 2017; Lai vd., 2020) çok sayıda nicel ve nitel araştırma sonucunun bulunduğu görülmektedir. Türkiye'de yeni gıda eğilimlerine olan ilginin, gıda neofobisi gibi doğrudan gıda tüketimi ile ilişkili alanlarda da etkili olduğu düşünülmektedir. Buna karşın, gıda neofobisi ile ilgili araştırma konularının çeşitliliği ve sayısının nispeten sınırlı olduğu görülmektedir.

2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de DergiPark ve TR Dizin kapsamında yayımlanan makalelerin sistematik bir şekilde analiz edilerek nicelik ve ele alınan konular bakımından değerlendirilmesidir. Bu bağlamda Türkiye'de gıda neofobisi ile ilgili yayımlanmış makalelerin değerlendirilmesi için; "Türkiye'de ilgili konuda yayımlanan makalelerin sayısı nedir?", "Yayımlanan bu makalelerde gıda neofobisine ilişkin ele alınan konu başlıkları nelerdir?" araştırma problemlerinin yanıtı aranmıştır.

Alan yazın taraması, DergiPark'ta yer alan TÜBİTAK ve ULAKBİM veri tabanları ile TR Dizin'de gerçekleştirilmiştir. Alan yazın taraması yapılırken yayın yıllarına dair herhangi bir sınırlama koyulmamıştır. Sistematik inceleme amacı taşıyan bu çalışmada veriler doküman analizi ile elde edilmiştir. Alanyazın taramasında, konuya ilişkin Türkçe ve İngilizce 4 anahtar kelime ile arama yapılmıştır (neofobi, gıda korkusu, neophobia, fear of food). Bu anahtar kelimeler ile yapılan aramalar sonucunda DergiPark kapsamında 14, TR Dizin kapsamında 8 olmak üzere toplam 22 makaleye ulaşılmıştır. Ulaşılan makalelerden 3 tanesi, anahtar kelimeler ile uyum göstermesine karşın, içerik bakımından gıdaya yönelik yenilik korkusunu kısıtlı bir şekilde ele almış olup, ana tema olarak farklı çalışma alanlarını kapsadığından, incelemeye dahil edilmemiştir. Ulaşılan tüm makaleler, araştırma problemine uygunluğu bakımından incelendikten sonra 19 makale, özet ve tam metin incelemesi yapılarak değerlendirmeye alınmıştır.

OĞLAK YAYINLARI

3. BULGULAR

Tablo1: Alanyazına Katkı Sağlayan Makaleler

İlk Yazar	Makale Başlığı ve Yayımlandığı Yıl
Karataş-Yücel, E.	Yenilik Korkusu Ölçeğinin Doğrulanması Çalışması: İzmir İlinde Bir Uygulama (2021)
Çırak, K.	Yerel Halkın Gastronomik İmajı ve Yenilik Korkusu Algılarının Yiyecek Tüketim Niyetine Etkisi (2021)
Soylu, G., A.	Tüketicilerin Sokak Lezzetlerine Yaklaşımlarının Neofobi Tutumları Açısından Değerlendirilmesi (2021)
Poyraz, S., S.	Bebeklikten Çocukluğa Besin Neofobisi (2020)
Taşpınar, O.	The Effects of Healthy Nutrition Perception and Food Neophobia on Behavioral Intentions towards Edible Insect Products (2020)
Üzülmez, M.	Analysis of Motivations of Foreign Tourists Behind Their Choice of Turkish Cuisine Based on Their Neophobic and Neophilic Tendencies: A Research in Istanbul (2020)
Baysal, I.	Spor Yapan Bireylerin Yeni Besin Korkusu ve Ortoreksiya Nervoza Eğilimleri ile Beslenme Durumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi (2020)
Sahilli-Birdir, S.	Food Neophobia Among Tourism Students (2020)
Duman, E.	Adaptation of The Food Neophobia Scale Into Turkish: Validity and Reliability Study (2020)
Kol, K., C.	Akademisyenlerin Yeni Besin Korkularının ve Etkileyen Faktörlerin Saptanması (2020)
Yıldırım-Saçılık, M.	Gıda Tüketimine Etki Eden Unsurlar Açısından Erdek Yerel Halkının Gıdaya Dayalı Yaşam Tarzının Belirlenmesi (2020)
Yiğit, S.	Tüketicilerin Yiyecekte Yenilik Korkusu Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma (2020)
Işın, A.	Yerel Yiyecek Tüketiminde Gıda Korkusu ve Kültürün Moderatör Etkisi: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma (2020)
Keskin, E.	Restoranları Deneyimleyen Misafirlerin Neofobi ve Neofili Düzeylerinin Belirlenmesi: Kapadokya Örneği (2020)
Ceylan, V.	Yetişkin Bireylerde Gıda Neofobi Düzeyinin Belirlenmesi (2019)
Sahilli-Birdir, S.	Turist Rehberi Adaylarında Yeni Yiyecek Deneme Korkusu (Neophobia) (2019)
Özer, Z., E.	Korku Çekiciliğinin Gıda Korkusu Üzerine Etkisi (2018)
Özgen, L.	Yeni Yiyeceklere Yaklaşım Ölçeğinin Geçerlenmesi (2018)
Yiğit, S.	Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği (2017)

Avrupa ve ABD'de yapılan gıda neofobisi araştırmalarının, 1992 yılında Pliner ve Hobden tarafından Gıda Neofobisi Ölçeği'nin geliştirilmesinden sonra yaygın bir şekilde yapıldığı; 2021 yılına kadar bu çalışmaların önemli sayılara ulaştığı görülmektedir. Bu çalışmalara dair birçok örnek yukarıda belirtilmiştir (s. 2-3). Türkiye'de ise gıda neofobisine ilişkin yayımlanan makalelerdeki konu çeşitliliğinin sınırlı bir çerçevede kaldığı görülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo2: Yıllara göre makale sayıları

Yıl	Makale Sayısı	%
2021	3	15.78
2020	11	57.89
2019	2	10.52
2018	2	10.52
2017	1	5.26

Tablo 2'ye göre Türkiye'de gıda neofobisine ilişkin çalışmaların 2017 yılından itibaren ivme kazandığı söylenebilir. Tablo 1 ve Tablo 2 incelendiğinde yayımlanan makalelerin özellikle 2020 yılından itibaren sayılarının ve konu çeşitliliğinin arttığı görülmektedir. Buna karşın 2021 yılına kadar olan çalışma sayılarının ve konu çeşitliliğinin uluslararası literatüre kıyasla düşük bir orana sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo3: Makalelerin veri toplama tekniklerine göre dağılımları

Veri Toplama Tekniği	Makale Sayısı	%
Ampirik çalışmalar (nitel, nicel ve karma yöntem)	17	89.47
Ampirik olmayan çalışmalar (derleme çalışmalar)	2	10.52

Tablo 3'e göre gıda neofobisi ile ilgili yayımlanan makalelerin büyük bir kısmının ampirik veri toplama teknikleri ile gerçekleştirilmiştir. Ampirik çalışmalar, veri toplama tekniklerine göre nitel, nicel ve her iki yönteminde yer aldığı karma yöntemleri kapsamaktadır. Ampirik olmayan çalışmalar ise alanyazın tarama esasına dayanan çalışmaları kapsamaktadır. Ampirik çalışmalar ile ampirik olmayan çalışmalar arasında ayırt edici düzeyde farklılığa sahip olmasının, gıda neofobisinin makalelerde ele alınan boyutu ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Yapılan çalışmaların büyük bir kısmında gıda neofobisinin belirli gruplar üzerindeki etkilerinin incelenmesinin amaçlanması, özellikle nicel araştırma metotlarının yaygın olarak benimsenmesine neden olmuştur.

Tablo 1'e bakıldığında çok çeşitli gruplar üzerinde (sporcular, akademisyenler, belirli alanlarda eğitim gören öğrenciler, yerel halk, yerli ve yabancı turistler, yetişkinler ve bu gruplar içerisindeki demografik niteliklere göre farklılıklar) gıda neofobisinin etkilerinin ve düzeylerinin ampirik yöntemlerle belirlenmesine karşın, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde gıda neofobi düzeyi ve etkilerinin incelendiği ampirik bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte Poyraz ve Çiftçi (2020)'nin bebeklikten çocukluğa gıda neofobisini araştırdığı alan yazın tarama temelli çalışmasının, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde gıda tercihi ve gıda tercihini etkileyen unsurların arka planının

OĞLAK YAYINLARI

anlaşılması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Özer ve Aksoy (2018)'un benzer bir yöntem ile gerçekleştirdiği çalışmalarında da korku çekiciliğinin gıda temelli korku faktörü üzerindeki potansiyel etkisinin incelenmesinin, gıda neofobisinin psikolojik unsurlarının farklı boyutlarının anlaşılmasında önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu gibi çalışmaların farklı veri toplama teknikleri ile yürütülecek farklı çalışmalar için temel oluşturarak yol gösterici olabilecek potansiyelde olduğu düşünülmektedir. Tüm bunlarla birlikte, gıda tüketiminin hedonik boyutları ve tüketici tercihlerini etkileyen yönlerini ele alan çalışmaların ise nispeten yüksek sayıda olduğu görülmektedir.

Gıdanın hedonik tüketim boyutu ise birçok alanı etkileyen önemli bir unsurdur. Bireylerin haz alma amacı ile gıdayı tüketmesi, özellikle gastronomi turizmi gibi faaliyetlerde büyük bir önem taşımaktadır. Birçok mutfak kültürünün kendine has ve otantik gıdalara sahip olması, bu turizm hareketliliğinde büyük öneme sahiptir. Buna karşın "aşina olunmayan" gıdaların deneyimlenmesinde, gıda neofobisinin bireylerde farklı düzeylerde görülmesi söz konusu olabilmektedir. Bu doğrultuda da tüketici pozisyonunda olan bireylerin farklı gıdalara karşı verdiği reaksiyonların ölçülmesi ve bu reaksiyonların arka planının anlaşılması oldukça önemlidir. Alan yazında taranan çalışmalarda, çeşitli iller özelinde bu araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir (Tablo 1). Mersin sokak lezzetlerine karşı tüketicilerin neofobi düzeyinin belirlendiği çalışma, bu çalışmalara örnek olarak verilebilir. Soylu ve ark. (2021), Mersin ilini ziyaret eden tüketicilerin yeni sokak lezzetlerine karşı tutumlarını incelediği bu çalışmanın sonucunda; söz konusu bölgenin mutfak ögelerinin yeterince bilinmemesinin ve hijyene bağlı endişelerin, gıda korkusunun görülmesinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Işın ve Ünlüönen (2020), yabancı turistlerin yerel yemekleri deneyimlemeye yönelik tutumlarını üç farklı destinasyonda ele almışlar, gıdanın hedonik tüketim boyutunu ele alan önemli verilerin sunulması açısından etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Yerel mutfakların, gastronomi turizmi ekseninde pazarlanması büyük bir önem taşımaktadır. Dolayısıyla yapılan bu çalışmaların, yerel ürünlerin deneyimlenmesinde engel teşkil eden ve gıda korkusuna yol açan boyutlarının ele alınarak çeşitli önerilerle desteklenmesi büyük bir önem taşımaktadır.

Alan yazında gıda neofobisine ilişkin yapılan çalışmaların, farklı toplumsal gruplar üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Akademisyenlerin, gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin, yetişkin bireylerin, tur rehberi adaylarının, turizm eğitimi alan öğrencilerin ve sporcuların örneklem grubu olarak belirlendiği çalışmaların, demografik özelliklere ve diğer sosyo-kültürel unsurlara bağlı olarak gıda neofobisinin bulunma düzeyi ve bu durumun arka planının anlaşılması açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Gıda neofobisine ilişkin alan yazında yer alan çalışma konularından bir diğeri ise ölçek doğrulamadır. Pliner ve Hobden'in 1992 yılında geliştirdiği ölçeğin Türkiye'ye

OĞLAK YAYINLARI

uyarlanarak geçerlilik ve güvenirliliğinin belirlenmesinin, bireylerin anlamlı gıda neofobi tanımlamalarına dahil edilmesi ve pazara yeni ürün sunacak işletmelerin bu ölçeklerden faydalanması gibi çeşitli potansiyel faydalara sahip olduğu düşünülmektedir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bireylerin nihai gıda tüketim tercihini etkileyen; etik tutumlar, faydacı ve hedonik nitelikler, sağlık endişeleri, sosyo-kültürel unsurlar ve çok sayıda psikolojik faktörlerin varlığı söz konusudur. Bu unsurların uzun yıllardır akademik çalışmalara konu olduğu bilinmektedir. Bireylerin tüketim tercihlerinin ve altında yatan sebeplerin analiz edilmesinin, bu tercihlerin etki boyutlarının anlaşılmasının ve söz konusu araştırma problemine ilişkin çeşitli önerilerin geliştirilmesinin, ilgili konu özelinde akademik ve toplumsal katkılar sağladığı düşünülmektedir. Gıda neofobisi de bireylerin tüketim tercihlerini etkileyen önemli konulardan biri olarak değerlendirilmektedir. Gıda neofobisine ilişkin yapılan araştırmalarının nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesinin; bireylere, toplumlara ve ilgili sektörlere çeşitli yönlerden fayda sağlayabileceği düşünülmektedir.

Türkiye'de yapılan gıda neofobisi çalışmalarının nicelik olarak sınırlı olmasının yanı sıra konu çeşitliliği bakımından da yeterli bir düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Büyüme ve gelişim çağındaki bireylerin yeni gıdalara olan tutumlarının değerlendirildiği yalnızca 1 çalışmanın olması da bu kanıyı desteklemektedir. Gıda neofobisinin özellikle bebeklik ve çocukluk dönemleri arasında baskın bir etkiye sahip olduğu, bu durumun çocuklarda, meyve ve sebze gibi taze ürünlerin tüketiminin yerine; şeker, yağ ve tuz içeriğinden kaynaklanan yüksek hedonik değeri ile karakterize edilen sağlıksız işlenmiş gıda tüketimini yaygınlaştırdığı belirtilmektedir (Dennison vd., 1998). Beslenmeye bağlı sağlık problemlerinin ciddiyet boyutu dikkate alındığında ise bu konuda daha fazla araştırmanın yapılmasının, yeme alışkanlıklarının değiştirilmesine yönelik Çeşitli model ve önerilerin geliştirilmesinin büyük önem taşıdığı düşünülmektedir.

Gıdanın hedonik tüketim boyutunun ele alındığı çalışmaların nicelik bakımından yetersiz ve çeşitli bölgelerle sınırlı kaldığı görülmektedir. Türkiye, gastronomik değeri yüksek otantik gıdalar bakımından zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu durum, yüksek bir potansiyele sahip gastronomi turizmi hareketliliğini de beraberinde getirebilecek durumdadır. Buna karşın yeni yiyeceklerin deneyimlenme motivasyonunun yüksek olduğu gastronomi turizminin ana tema olarak belirlendiği çalışmalar, sınırlı bir çerçeveye sahiptir. Gastronomi turizmi hareketliliğinin fazla olduğu bölgelerde bu çalışmaların sayılarının artırılmasının, ilgili paydaşlar tarafından kullanılabilir ve geliştirilebilir verilere dönüştürülebileceği düşünülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

KAYNAKLAR

Birch, L. L., McPhee, L., Shoba, B. C., Pirok, E., & Steinberg, L. (1987). "What kind of exposure reduces children's food neophobia?: Looking vs. tasting. *Appetite*", 9(3), 171-178.

Blissett, J., & Fogel, A. (2013). "Intrinsic and extrinsic influences on children's acceptance of new foods. *Physiology & behavior*", 121, 89-95.

Cooke, L. J., Haworth, C. M., & Wardle, J. (2007). "Genetic and environmental influences on children's food neophobia. *The American journal of clinical nutrition*", 86(2), 428-433.

Cooke, L., Carnell, S., & Wardle, J. (2006). "Food neophobia and mealtime food consumption in 4-5 year old children." *International Journal of Behavioral Nutrition and physical activity*, *3*(1), 1-6.

Damsbo-Svendsen, M., Frøst, M. B., & Olsen, A. (2017). "A review of instruments developed to measure food neophobia." *Appetite*, *113*, 358-367.

Demattè, M. L., Endrizzi, I., & Gasperi, F. (2014). "Food neophobia and its relation with olfaction." *Frontiers in psychology*, 5, 127.

Dennison, B. A., Rockwell, H. L., & Baker, S. L. (1998). "Fruit and vegetable intake in young children." *Journal of the American College of Nutrition*, 17(4), 371-378.

Dovey, T. M., Staples, P. A., Gibson, E. L., & Halford, J. C. (2008). "Food neophobia and 'picky/fussy'eating in children: a review." *Appetite*, *50*(2-3), 181-193.

Falciglia, G. A., Couch, S. C., Gribble, L. S., Pabst, S. M., & Frank, R. (2000). "Food neophobia in childhood affects dietary variety." *Journal of the American Dietetic Association*, *100*(12), 1474-1481.

Fernández-Ruiz, V., Claret, A., & Chaya, C. (2013). "Testing a Spanish-version of the food neophobia scale." *Food Quality and Preference*, *28*(1), 222-225.

Flight, I., Leppard, P., & Cox, D. N. (2003). "Food neophobia and associations with cultural diversity and socio-economic status amongst rural and urban Australian adolescents." *Appetite*, *41*(1), 51-59.

Hursti, U. K. K., & Sjöden, P. O. (1997). "Food and general neophobia and their relationship with self-reported food choice: familial resemblance in Swedish families with children of ages 7-17 years". *Appetite*, *29*(1), 89-103.

Alper, I. Ş. I. N., & ÜNLÜÖNEN, K. (2020). "Yerel Yiyecek Tüketiminde Gıda Korkusu ve Kültürün Moderatör Etkisi: Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma." *Journal of Yaşar University*, *15*(59), 461-479.

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2013). "Empirical verification of a conceptual model of local food consumption at a tourist destination." *International journal of hospitality management*, *33*, 484-489.

Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., ... & Perola, M. (2007). "Food neophobia shows heritable variation in humans." *Physiology & behavior*, *91*(5), 573-578.

Lai, M. Y., Wang, Y., & Khoo-Lattimore, C. (2020). "Do food image and food neophobia affect tourist intention to visit a destination? The case of Australia." *Journal of Travel Research*, 59(5), 928-949.

Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. (2017). "The effects of food-related personality traits on tourist food consumption motivations." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *22*(1), 1-20.

OĞLAK YAYINLARI

Meiselman, H. L., King, S. C., & Gillette, M. (2010). "The demographics of neophobia in a large commercial US sample." *Food quality and preference*, *21*(7), 893-897.

Mielby, L. H., Nørgaard, M. K., Edelenbos, M., & Thybo, A. K. (2012). "Affective response of adolescents toward fruit-and vegetable-based snacks and the role of neophobia, gender and age." *Journal of sensory studies*, *27*(6), 425-438.

Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdadi, O. K., & Morton, J. M. (2009). "Food neophobia levels of Lebanese and American college students." *Food Quality and Preference*, *20*(5), 353-362.

Özer, E. Z., & Aksoy, M. (2018). "Korku Çekiciliğinin Gıda Korkusu Üzerine Etkisi." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 359-369.

Pliner, P., & Hobden, K. (1992). "Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans." *Appetite*, 19(2), 105-120.

Pliner, P. (1994). "Development of measures of food neophobia in children." *Appetite*, *23*(2), 147-163.

Pliner, P., & Loewen, E. R. (1997). "Temperament and food neophobia in children and their mothers." *Appetite*, *28*(3), 239-254.

Poyraz, S. S., & Çiftçi, S. "Bebeklikten Çocukluğa Besin Neofobisi." *Izmir Democracy University Health Sciences Journal*, *4*(1), 136-147.

Predieri, S., Sinesio, F., Monteleone, E., Spinelli, S., Cianciabella, M., Daniele, G. M., ... & Laureati, M. (2020). "Gender, age, geographical area, food neophobia and their relationships with the adherence to the Mediterranean diet: new insights from a large population cross-sectional study." *Nutrients*, *12*(6), 1778.

Roßbach, S., Foterek, K., Schmidt, I., Hilbig, A., & Alexy, U. (2016). "Food neophobia in German adolescents: Determinants and association with dietary habits." *Appetite*, *101*, 184-191.

Rozin, P., & Vollmecke, T. A. (1986). "Food likes and dislikes." *Annual review of nutrition*, 6(1), 433-456.

Raudenbush, B., Schroth, F., Reilley, S., & Frank, R. A. (1998). "Food neophobia, odor evaluation and exploratory sniffing behavior." *Appetite*, 31(2), 171-183.

Schnettler, B., Crisóstomo, G., Sepúlveda, J., Mora, M., Lobos, G., Miranda, H., & Grunert, K. G. (2013). "Food neophobia, nanotechnology and satisfaction with life." *Appetite*, *69*, 71-79.

Siegrist, M., Hartmann, C., & Keller, C. (2013). "Antecedents of food neophobia and its association with eating behavior and food choices." *Food Quality and Preference*, *30*(2), 293-298.

Soylu, A. G., Taştan, H., Katranbayırı, F., & Aslantürk, E. (2021). "Tüketicilerin Sokak Lezzetlerine Yaklaşımlarının Neo-fobi Tutumları Açısından Değerlendirilmesi." *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, *4*(1), 151-167.

Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). "Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods." *Food quality and preference*, 12(1), 29-37.

Van den Heuvel, E., Newbury, A., & Appleton, K. M. (2019). "The psychology of nutrition with advancing age: Focus on food neophobia." *Nutrients*, *11*(1), 151.

OĞLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE GASTRONOMİ EĞİTİMİ ÜZERİNE GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR: BİR SİSTEMATİK DERLEME

Öğr. Gör. Dr. Beysun GÜNERİ[1]

1. GİRİŞ

Çalışma alanı olarak turizm ile doğrudan ilişkili olan (Scapato,2002; Santich, 2004; Hegarty, 2015) ve yeme-içme ile ilgili her şeyin etkileşimi olarak ifade edilen olan gastronomi, etimolojik olarak Yunanca mide anlamına gelen gastros ve yasa/kural gnomos kelimelerinden (Kivela ve Crotts, 2006) türetilmiştir ve iyi/hassas yeme sanatı / bilimi olarak tanımlanmaktadır. (Santich, 2004).

Geçtiğimiz on beş yıl içinde medyanın sürekli gündeminde olan gastronomi; toplumların ilgi odağı haline gelmiş ve popülerlik kazanmıştır ve bu eğilim hızla devam etmektedir. Sosyal medyada ve TV programlarında ön plana çıkan yeni akımlar, değişik kültürlere ait yemeklerin ve yeme biçimlerinin toplum tarafından tanınmasına vesile olmuş ve alana olan ilgi artmıştır. Özellikle alanda kendini geliştirmiş şeflerin uygulamaları oldukça dikkat çekmektedir (Görkem ve Topçu, 2019). Bu durum bireylerin gastronomi alanında eğitim alma ve bu mesleği yapmaya olan eğilimlerinin artmasında neden olmuştur (Özdemir Yaman ve Bulduk, 2018). Bunun yanında otel, restoran ve kafe sayılarında meydana gelen artışla birlikte buralarda hizmet verecek nitelikte yetişmiş ara eleman ve yöneticilere olan ihtiyaçta da artış meydana gelmiştir (Zahari vd. 2009). Bu nedenle eğitim kurumlarında verilen gastronomi eğitiminin ve dolayısıyla mezunların kalitesinin artırılması gerekmektedir (Santich 2004; Güdek ve Boylu, 2017). Ayrıca gastronomi eğitimi sadece bu alanı meslek olarak yapmak isteyenlerin değil, sağlıklı bir beslenme alışkanlığının kazanılması için de gerekli görülmektedir (Sarıoğlan, 2016)

Bu bağlamda gastronomi eğitimi ile ilgili akademik çalışmaların yapılması, eğitim kalitesini artırmak için önemli bir rehber olacaktır. Buradan hareketle, bu çalışmada sistematik derleme yoluna gidilerek 'Gastronomi eğitimi' ile ilgili ulusal veri tabanlarında yapılmış çalışmaların ana bir tablosu çıkarılmaya çalışılmış ve çalışmalara ilişkin genel bilgiler sunularak derlenmiştir. Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın ilgili alan yazına katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

1 Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Antalya. beysunguneri@akdeniz.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çağlar boyunca tüm insanların en önemli fizyolojik ihtiyaçlarından birinin beslenme ihtiyacı olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda insanlar yeme içime ihtiyaçlarını gerek kendi imkanları gerekse hizmet alma yolu ile gidermektedir. İnsanların yeme içme ihtiyaçlarını hizmet alma yolu ile gidermeleri ile ortaya çıkan dışarıda yemek yeme olgusu (Özdemir, 2010) ile birlikte gastronominin önemi artış göstermiş ve buna durum gastronomi eğitimine verilen önemi artırmıştır (Güdek ve Boylu, 2017).

Gastronomi eğitiminin tarihi incelendiğinde ilk örneklere Fransız saraylarında rastlandığı görülmektedir. Yeme içmeye düşkünlükleri ile bilinen Fransa krallarından XII. Louis, XV. Louis, saraydaki aşçıların kalitesine önem vermişler ve özellikle toplumu yöneten kesime yemek hazırlayan kişilere eğitim aldırmışlardır. XIV. Louis ise aşçıların aldığı eğitimi daha kapsamlı hale getirmiş ve bu alanda okulların açılmasını sağlamıştır. Dönemin en önemli şefi Careme bu dönemde birçok ünlü şefin eğitilmesine katkı sağlamıştır (Gürsoy, 2014). Avrupa'da aşçılık eğitiminin ilk örneklerinin 12-14 yaşlarında başlayan ve yaklaşık 6 yılı süren sadece karın tokluğuna işi öğrenmeye dayalı sıkı bir stajyerlik dönemini kapsayan bir eğitim modeli olduğu belirtilmektedir (Brown, 2005). Gastronomi ilgili formal eğitimlerin ilk olarak kurslarla başladığı ve ilk kursun, 1784 yılında İngiltere'de açıldığı ve bunu 1820›de Amerika›da ve 1891›de Fransa›da açılan kursların takip ettiği aktarılmaktadır. 1895 yılında Fransa'da günümüz gastronomi eğitimine yön veren Le Gordon Bleu açılmıştır. Örgün eğitim açısından incelendiğinde gastronomi eğitimine ilişkin ilk diploma ise 1922'de Cornell Üniversitesinde verilmeye başlanmıştır (Allen, 2003'ten aktaran Öney, 2016). Lisansüstü düzeyinde ise Boston ve Adelaide Üniversiteleri'nde 1990'larda gastronomi yüksek lisans programı; 1996 yılında ise New York Üniversitesi'nde doktora programı açılmıştır (Öney, 2016).

Ülkemizde ise, aşçılık ile ilgili ilk eğitimler dönemin yaygın eğitim kurumu olarak düşünülebilecek olan ahilik teşkilatı altında usta- çırak ilişkisi ile verildiği belirtilmektedir (Kılınç, 2012). Günümüzde Türkiye'de gastronomi eğitimi ortaöğretim (MEB, 2021), ön lisans, lisans ve yüksek lisans ve doktora düzeylerinde devlet ya da vakıf üniversiteleri (YÖKATLAS, 2021) ile yaygın eğitim kapsamında devlet ve özel sektör kuruluşlarında (MEB,2021) verilmektedir. Formal olarak aşçılık mesleğini icra edecek kişilerin yetiştirilmesine 1950'li yıllarda meslek odaları ve belediyelerin açtıkları kurslarla başlanmış (Çetin, 1993) olup örgün eğitim kapsamında ise ortaöğretim düzeyinde 1960'lı yıllardan itibaren verilmeye başlanmıştır. Ön lisans düzeyinde ilk olarak 1997 yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi Aşçılık programını açmıştır. Lisans düzeyinde aşçılık ve mutfağa ilişkin eğitimler "Yiyecek İçecek İşletmeciliği", "Turizm İşletmeciliği", "Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği" gibi programlarda verilmiştir (Görkem

GÇ AKYAYINLARI

ve Sevim, 2016). Ancak aşçılık ve mutfak eğitimlerinin "Gastronomi" adı altında ilk olarak verilmeye başlaması 2003 yılında lisans düzeyinde Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi bünyesinde açılan "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı" ile birlikte başlamıştır. Devlet üniversitesi olarak ilk ise gastronomi programı ilk olarak 2010 yılında Gazi Üniversitesi'nde açılmıştır. Lisans düzeyinde gastronomi eğitimi veren fakültelerin çoğunluğunun Turizm Fakültesi bünyesinde yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte, gastronomi eğitimi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Güzel Sanatlar Fakültesi gibi farklı fakültelerin bünyelerinde de yer almaktadır (YÖKATLAS, 2021). YÖK program atlası 2021 verilerine göre, Türkiye'de devlet ve vakıf üniversitelerinde ön lisans düzeyinde 157 tane Aşçılık programın bulunmaktadır ve bu programlara 6290 öğrenci yerleşmiştir. Lisans düzeyinde ise devlet ve vakıf üniversiteleri bünyelerinde bulunan fakülte ve yüksekokullar dahil olmak üzere, toplam 135 Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı yer almaktadır ve bu programlara 2020 yılında toplamda 4889 öğrenci yerleşmiştir.

Yıllar bazında yapılan incelemeler, program sayılarında ve programa yerleşen öğrenci sayılarında düzenli bir artış olduğunu göstermektedir. (Yılmaz, 2019). Alanın popülerleşmesinin ve alana ilişkin istihdam olanaklarının artmasının neden olduğu bu artış (Görkem ve Sevim, 2016; Yılmaz, 2019) donanım ve öğretim elemanı yetersizliğini de beraberinde getirmiştir (Görkem ve Sevim, 2016; Öney, 2016; Özdemir Yaman ve Bulduk, 2019). Bu nedenle öğretim elemanı ihtiyacını karşılamak adına lisansüstü programlar da açılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda 2014 yılında Gazi Üniversitesi gastronomi ve mutfak sanatları anabilim dalı altında ilk lisansüstü programı açmıştır.

Programların sayısında ve öğrencilerin sayısında meydana gelen artışla birlikte gastronomi eğitimi ile ilgili yapılan araştırmaların sayısında da artış gözlemlenmiştir. Yapılan çalışmalar gastronomi eğitiminin mevcut durumunu, program içeriklerini ve kalitesini (Öney, 2016; Görkem ve Sevim, 2016; Cankül, 2019; Çağlayan, 2019; Çarbuğa ve Kocaman, 2019; Demirci, Sarıkaya ve Erol, 2020; Yaman ve Bulduk, 2019; Aksoy ve Şahin, 2017; Ören ve Arman, 2017; Yılmaz, 2019); gastronomi eğitimi alan öğrencilerin derslere/mesleğe/sektöre/ mutfak departmanına ilişkin tutumlarını ve beklentilerini (Bölükbaş ve Boylu, 2018; Alyakut ve Küçükkömürler, 2018; Akoğlu, Cansızoğlu, Orhan ve Özdemir, 2017; Kutukız, Akyürek ve Özdemir, 2018; Seçim, 2019; Yıldız ve Aslan, 2019; Güdek ve Boylu, 2017; Yılmaz, ve Çemrek, 2019); öğrencilerin gastronomi eğitimlerine ilişkin memnuniyet düzeylerini (Arslanhan ve Özdemir Yaman, 2020); sektör temsilcilerinin gastronomi eğitimine ve öğrencilerine ilişkin görüşlerini (Akmeşe, Özata ve Sormaz, 2020; Topal ve Gök, 2020; Yılmaz, Erdem ve Arman, 2018); aşçılık eğitiminin

OĞLAK YAYINLARI

sektör başarısına etkisini (Aslan ve Pekerşen, 2019); öğrencilerin kariyer beklentilerini (Aydemir ve Buyruk, 2019; Keskin ve Tekin, 2020; Tekin ve Çidem, 2017); öğrencilerin öz yeterliliklerini (Babaç ve Öngel, 2018); öğrencilerin programa ilişkin algılarını (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017); staj/beceri eğitimini (Akın, 2018; Cizrelioğulları ve Altun, 2019; Dinçer, Çiftçi ve Çiftçi, 2018); akademik personel profilini (Temizkan, Cankül ve Kızıltaş, 2018; Deveci, Deveci, Aymankuy ve Aymankuy, 2020); yaygın gastronomi eğitimine ilişkin uygulamaları (Sarıoğlan, 2018; Seçim, 2019); gastronomi workshoplarını (Boyraz, Çetin, Mutlu ve Soybalı, 2018; Boyraz, 2018) eğitim mutfaklarında yaşanan sorunları (Arıkan, Altınöz, Sürücü ve Arman, 2018); uygulamalı mutfak eğitimlerinin değerlendirilmesini (Sormaz, Arman ve Erdem, 2020; Çarbuğa, Aydın, Sormaz ve Yılmaz, 2018); öğrencilerin bölümleri tercih nedenlerini (Şahin ve Arman, 2014; Kurnaz, 2019) ve öğrencilerin bazı derslere ilişkin bilgi ve beceri düzeylerini (Şanlıer, Sormaz ve Güneş, 2016; Ertopçu, Avcıkurt ve Çetinkaya, 2019; Seçim, 2019) konu alarak incelemişlerdir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi sistematik derlemedir. Bu yöntemde araştırmacı genel olarak belli bir araştırma sorusuna cevap verebilmek adına konuya ilişkin ilgili yayınların önceden belirlenmiş kriterlere göre tarayarak sentezlenmekte (Lasserson, Thomas ve Higgins, 2019: 4) ve belli dâhil etme ve dışlama ölçütleri kullanılarak ve incelemeye dâhil etmektedir (Karaçam, 2013: 27). Bu çalışmada Türkiye'de Gastronomi eğitimi üzerine yapılan araştırmaların sistematik derleme yöntemiyle incelenerek konuya ilişkin teorik bilgiler elde etmek ve çıkarımlarda bulunmak amaçlamaktadır. Bu amaçla, ulusal düzeyde yapılan araştırmalar hangi yıllar arasında yapılmıştır? Yapılan araştırmalarında kullanılan yöntemler nelerdir? Araştırmaların çalışma grubunu kimler oluşturmuştur? Araştırmalar hangi dergilerde yayınlanmıştır ve araştırmaların temel bulgularından elde edilen önemli sonuçlar nelerdir? Sorularına yanıt aranmış ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Araştırmanın evreni; ulusal veri tabanlarından DergiPark (TÜBİTAK ve ULAKBİM) ve TR Dizin kapsamında yer alan "gastronomi eğitimi" ile ilgili makalelerden oluşmaktadır. Örnekleme yöntemi ise amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örneklemedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Makale taraması 22 Temmuz 2021 tarihinde ulusal düzeydeki veri tabanlarında yapılmıştır. Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve Ulusal Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM) veri tabanları ile TR Dizin'de Türkçe ve İngilizce olan ve 2000-2021 yılı arasında tam metin olarak yayınlanan makaleler derlemeye dahil edilmiştir. Makale aramada kullanılan anahtar kelimeler "gastronomi eğitimi, mutfak eğitimi, aşçılık eğitimi, culinary education, gastronomy education" olarak belirlenmiştir. Çalışmanın dahil etme kriterleri olarak ilgili veri

OĞLAK YAYINLARI

tabanlarında yer alan doküman türü olarak tam metin olan makale olması, belirlenen anahtar kelimelerin başlık ve özetlerde yer alması, araştırmaların gastronomi, aşçılık ve mutfak eğimi ile doğrudan ilişkili olmasıdır. Dışlama kriterleri olarak ise 2000 yılından önce yapılan araştırmalar, editoryal yazılar ve tarama esnasında tekrarlanan araştırmalar olarak belirlenmiş ve çalışmaya dahil edilmemiştir. Bunun dışında dahil etme ve dışlama yapılmamıştır. Dahil etme ve dışlama kriterlerine göre belirlenen anahtar kelimeler girilerek yapılan tarama sonucunda DergiPark Kapsamında 37 ve TrDizin kapsamında 54 olmak üzere toplam 91 makaleye ulaşılmış ve yukarıda belirtilen kriterlere uygun olan 50 makale çalışmaya dahil edilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak doküman analizi (Creswell, 2002) ve analiz yöntemi olarak ise betimsel analiz (Miles ve Huberman, 1994) teknikleri kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Belirlenen dahil etme ve dışlama kriterlerine göre yapılan sistematik derleme kapsamına alınan makaleler, araştırmanın amacı doğrultusunda analiz edilmiş ve elde edilen bulgular tablolar halinde ve tabloların altında yer alan açıklamalar doğrultusunda aşağıda sunulmuştur.

Tablo1: Araştırmaların yıllara göre dağılımı

Yıl	Frekans (f)	Yüzde (%)
2014	1	2
2015	1	2
2016	3	6
2017	7	14
2018	14	28
2019	16	32
2020	8	16
Toplam	**50**	**100**

Çalışmada kapsamında incelenen araştırmaların yıllara göre dağılımı Tablo 1'de gösterilmektedir. Buna göre gastronomi eğitimine ilişkin en fazla araştırmanın %32'lik oranlarla (f:16) 2019 yılında yapıldığı ortaya çıkmıştır. Bunu %28'lik oranla (f:14) 2018 yıllı ve %14 ile (f:7) 2017 yılı takip etmektedir. Gastronomi eğitimine ilişkin tarama yapılan ilgili veri tabanlarında yer alan akademik çalışmaların ilkine (%2; f:1) ise 2014 yılında rastlanmıştır. Yıllar bazında ise yapılan çalışmaların sayısında düzenli artış gözlemlenmektedir. Ancak 2020 yılında bu oranı %16'ya (f:8) düştüğü gözlemlenmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo2: Araştırmaların yöntemlerine göre dağılımı

Araştırma Yöntemi	Frekans (f)	Yüzde (%)
Nicel	31	62
Nitel	17	34
Karma	0	0
Alanyazın Tarama	2	4
Toplam	**50**	**100**

Çalışma kapsamında incelenen araştırmaların yöntemlerine göre dağılımı Tablo 4.2'de gösterilmektedir. Buna göre, araştırmalarda en çok %62 oranıyla (f:31) Nicel araştırma yönteminin kullanıldığı görülmektedir Nitel araştırmaların kullanılma oranı ise %34'tür (f:17). Ayrıca araştırmaların %4'ü (f:2) ise alan yazın taraması şeklinde gerçekleştirilmiştir. Gastronomi eğitimi ile ilgili yapılan araştırmalarda ise karma araştırma yöntemi ile araştırma yapılmadığı görülmektedir.

Tablo3: Araştırmaların örneklemine/çalışma grubuna/çalışma dokümanına göre dağılımı

Örneklem /Çalışma Grubu/ Dokümanı	Yazar(lar)	Frekans (f)	Yüzde (%)
Lisans Düzeyi Öğrencileri	Güdek ve Boylu, 2017; Yazıcıoğlu ve Özata, 2017; Yiğit ve Doğdubay, 2017; Akoğlu vd., 2017; Akın, 2018; Boyraz, 2018; Alyakut ve Küçükkömürler, 2018; Babaç ve Öngel, 2018; Boyraz vd., 2018; Cankül, 2019; Cizrelioğulları ve Altun, 2019; Yıldız ve Aslan, 2019; Aydemir ve Buyruk, 2019; Kurnaz, 2019; Can ve Çiftçi, 2019; Görkem ve Topçu, 2019; Yılmaz ve Çemrek, 2019; Keskin ve Tekin, 2020; Seçim, 2020; Sormaz vd., 2020; Arslanhan ve Özdemir Yaman, 2020.	21	36,20
Ön Lisans Düzeyi Öğrencileri	Şahin ve Arman, 2014; Yazıcıoğlu ve Özata, 2017; Tekin ve Çidem, 2017; Cankül, 2019; Cizrelioğulları ve Altun, 2019; Ertopçu vd., 2019; Kurnaz, 2019; Can ve Çiftçi, 2019; Yılmaz ve Çemrek, 2019; Keskin ve Tekin, 2020.	10	17,24
Ortaöğretim Düzeyi Öğrencileri	Şanlıer vd., 2016; Kutukız vd., 2018; Bölükbaş ve Boylu, 2018.	3	5,17
Yaygın Eğitim Kurumları Öğrencileri	Sarıoğlan, 2018; Seçim, 2019.	2	3,44
Öğretim Elemanları	Görkem ve Sevim, 2016; Ören ve Arman, 2017; Arıkan vd., 2018.	3	5,17
Ortaöğretim Düzeyi Öğretmenleri	Dinçer vd., 2018.	2	3,44
Sektör Çalışanları	Ören ve Arman, 2017; Yılmaz vd., 2018; Aslan ve Pekerşen, 2019; Akmeşe vd., 2020; Topal ve Gök, 2020; Sarıoğlan vd., 2020.	6	10,34

OGLAK KAYINLARI

Yazılı ve Görsel Kaynaklar (Tez, Makale, Web Sitesi vb.)	Sarıoğlan ve Cevizkaya, 2015; Öney, 2016; Aksoy ve Şahin, 2017; Yılmaz, 2019; Temizkan vd., 2018; Kurnaz, Babür ve Kurnaz, 2018; Çağlayan, 2019; Çarbuğa ve Kocaman, 2019; Özdemir Yaman ve Bulduk, 2019; Demirci vd., 2020; Deveci vd., 2020.	11	19
Toplam		**58**	**100**

Çalışmada kapsamında incelenen araştırmaların örneklemine/çalışma grubuna/çalışma dokümanına göre dağılımı Tablo 3'te gösterilmektedir. Buna göre gastronomi eğitimi ile ilgili yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu (%36,20; f:21) lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencileri çalışma grubuna dahil etmişlerdir. Bunu sırasıyla Yazılı ve Görsel Kaynaklar (Tez, Makale, Web Sitesi vb.) (%19; f:11); ön lisans öğrencileri (%17,24; f:10); sektör çalışanları (%10,34; f:6); ortaöğretim öğrencileri (%5,17; f: 3); öğretim elemanları (%5,17; f: 3); yaygın eğitim kurumları (%3,44; f:2) ve ortaöğretim öğretmenleri (%3,44; f:2) takip etmektedir.

Tablo4: Araştırmaların yayınlandığı dergilere göre dağılımı

Dergi Adı	**Frekans (f)**	**Yüzde (%)**
Journal of Tourism and Gastronomy Studies	18	32
Türk Turizm Araştırmaları Dergisi	4	8
Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi	3	6
Electronic Journal of Social Sciences	3	6
Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)	2	4
Turizm Akademik Dergisi	2	4
Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2	4
Akademik Bakış Dergisi	1	2
Journal of Tourism Theory and Research	1	2
Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi	1	2
İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi	1	2
Business & Management Studies: An International Journal	1	2
MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi	1	2
Yükseköğretim Dergisi	1	2
Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	1	2
Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Journal of Yasar University	1	2

OĞLAK YAYINLARI

Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1	2
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1	2
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1	2
Toplam	**50**	**100**

Çalışmada kapsamında incelenen araştırmaların yayınlandıkları dergilere göre dağılımı Tablo 4'te gösterilmektedir. Buna göre, gastronomi eğitimi ile ilgili en çok yayın yapılan derginin Journal Of Tourism and Gastronomy Studies (%32: f:18) olduğu görülmüştür. Bunu sırasıyla Türk Turizm Araştırmaları Dergisi (%8; f:4); Uluslararası toplum araştırmaları dergisi (%6; f:3); Electronic Journal of Social Sciences (%6; f:3); Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT) (%4: f:2); Turizm Akademik Dergisi (%4; f:2); Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (%4; f:2); Akademik Bakış Dergisi (%2; f:1); Journal of Tourism Theory and Research (%2; f:1); Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi(%2; f:1); İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi (%2; f:1); Business & Management Studies: An International Journal (%2; f:1); MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi(%2; f:1); Yükseköğretim Dergisi(%2; f:1); Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi (%2; f:1); Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(%2; f:1); Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi(%2; f:1); Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (%2; f:1); Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (%2; f:1); Journal of Yasar University (%2; f:1); Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (%2; f:1); Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (%2; f:1) ve Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (%2; f:1) takip etmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo5: Araştırmaların temel bulgularına göre dağılımı

Tema	Kod	Frekans (f)	Yüzde (%)
Öğrencilere İlişkin Değerlendirmeler	Öğrenciler bölümü isteyerek tercih etmektedirler.	6	6,66
	Öğrencilerin sınıfları yükseldikçe eğitime/programa/ mesleğe karşı memnuniyet düzeyleri azalmaktadır.	4	4,44
	Öğrenciler mutfak bölümüne ilişkin olumlu tutum sergilemektedirler.	3	3,33
	Mesleğe yönelik olumlu algıya sahiptir.	2	2,22
	Öğrencilerin hijyen ve sanitasyonla ilgili bilgi düzeyleri yeterlidir.	2	2,22
	Öğrenciler gelecekte kendi alanlarında (gastronomi) çalışmaya isteklidirler.	2	2,22
	Öğrenciler çalışma koşullarını olumsuz olarak değerlendirmektedirler.	2	2,22
	Öğrenciler mutfak departmanının çalışma koşullarını aile yaşantısına uygun bulmamaktadırlar.	1	1,11
	Öğrenciler yeteneklerinin farkındadırlar	1	1,11
	Öğrenciler gastronomi alanındaki yenilikleri takip etmektedirler.	1	1,11
	Öğrenciler bir şef adayı olarak yeni ve farklı kültüre ait olan yiyecekleri denemede isteksizdirler (neofobiktirler).	1	1,11
	Öğrenciler aşçılık mesleğini, turizm sektöründeki ihtiyacı karşılamak ve yüksek gelir elde etmek için tercih etmektedirler.	1	1,11
	Öğrenciler üniversite tercihinde ailesinin ikametine yakın olanı tercih etme eğilimindedirler.	1	1,11
Öğretim Elemanlarına İlişkin Değerlendirmeler	Öğretim elemanları sektörden uzaktadır ve sektör tecrübesi kazanmaları gerekmektedir.	3	3,33
	Alanda eğitim veren akademisyenler, pek çok farklı ana bilim dalından gelmektedir.	3	3,33
	Öğretim elemanları alanlarına yönelik yeterli bilgiye sahiptir	1	1,11
	Öğretim üyesi nitelikleri yetersizdir	1	1,11
	Eğitimcilerin gastronomiyle ilgili yeni bilgileri, ilerleme ve araştırmaları özümseyerek öğrencilere aktaracak dinamik bir yapıda olması gerekmektedir.	1	1,11
Programlar ve Müfredatlara İlişkin Değerlendirmeler	Yükseköğretim düzeyinde yer alan dersler ağırlıklı olarak teorik derslerden oluşmaktadır.	3	3,33
	Programlar arası ders müfredatları farklılaşmaktadır.	1	1,11
	Program içerikleri geliştirilmelidir.	1	1,11
	Aşçılık programı müfredatları hem yiyecek üretimi becerilerini hem de mutfak kültürünü geliştirmeye yönelik hazırlanmalıdır.	1	1,11
	Gastronomi ve mutfak sanatları alanında yetiştirilecek bireylerin ihtiyaç duyacağı bilgiler arasında sanat ve tasarım bilgisi de yer almalıdır.	1	1,11
	Gastronomi eğitimi ön lisans ve lisans düzeyinde farklı kurumlar bünyesinde ve farklı isimler altında verilmektedir.	1	1,11
	Müfredatlar yetersizdir.	1	1,11

OĞLAK YAYINLARI

Mesleki Eğitim ve Meslek Derslerine İlişkin Değerlendirmeler	Mutfak dersi, öğrencilerin besin tercihleri ve beslenme bilgi düzeyleri üzerinde olumlu etkiye sahiptir.	1	1,11
	Öğrenciler mutfak uygulamaları dersine karşı olumlu tutum sergilemektedir.	1	1,11
	Mesleki eğitim programlarına katılan öğrencilerin eğitim algısı arttıkça öğrenme motivasyonlarının da artmaktadır.	1	1,11
	Mesleki eğitim almayan mutfak çalışanları çok daha yüksek düzeylerde kavram yanılgılarına sahiptir.	1	1,11
Uygulamalı Eğitimlere İlişkin Değerlendirmeler	Uygulamalı eğitimler yetersizdir.	3	3,33
	Uygulamalı derslerin sayısı artırılmalıdır.	1	1,11
	Uygulamalı mutfak derslerinde öğrenilenlerle sektördeki mutfak uygulamaları farklı olmaktadır.	1	1,11
	Teorik bilgiler uygulamaya aktarılamamaktadır.	1	1,11
	Workshop etkinlikleri öğrencilere uygulama becerisi kazandırılması açısından önemlidir.	1	1,11
	Öğrenciler workshoplara karşı olumlu tutum sergilemektedirler	1	1,11
	Uygulamalı mutfak eğitimleri öğrencilerin pratik yeterliliklerini olumlu yönde artırmaktadır.	1	1,11
Staj/Beceri Eğitimine İlişkin Değerlendirmeler	Yapılan staj öğrencilerin bilgi ve becerilerini artırmaktadır.	3	3,33
	Öğrencilerin staj yoluyla deneyimlerinin artırması gerekmektedir.	2	2,22
	Stajyerlere verilecek ücretlerle ilgili yasal düzenlemeler yapılmalıdır.	2	2,22
	Beceri eğitiminde eğitim veren kişi(ler) eğitmen yeterliliğine sahip değildir.	1	1,11
	Okulda verilen eğitim ile beceri eğitim içerikleri birbirinden farklıdır.	1	1,11
	Öğrenciler stajda karşılaştıkları olumsuz durumlardan dolayı gelecekte sektörde kariyer yapmaya sıcak bakmamaktadırlar.	1	1.11
	Öğrenciler staj yaptıkları yerin yaşanan bölgeye yakın olmasını istemektedirler.	1	1,11
	Staj yapılacak dönem sektöre göre düzenlenmemektedir.	1	1,11
Fiziki Alt yapı, Donanım ve Bütçeye İlişkin Değerlendirmeler	Fiziki altyapı ve donanım yetersizdir.	6	6,66
	Dersler için verilen bütçe yetersizdir.	2	2,22
	Uygulama mutfakları eksik ve yetersizdir.	1	1,11

OĞLAK YAYINLARI

Sektör-Eğitim Kurumu İş Birliğine İlişkin Değerlendirmeler	Okulda verilen eğitim sektör beklentisini karşılamamaktadır.	2	2,22
	Mevcut gastronomi eğitim programları sektör uygulamaları ile uyumlu değildir, mutfak bölümleri sektörüyeterince yansıtmamaktadır.	2	2,22
	Türkiye'de gastronomi eğitimine katkı sağlamada sektör temsilcileri istekli değildir ve okullar da iş birliği için yeterli çaba sarf etmemektedirler.	1	1,11
	Sektöre yönelik düzenlenen teknik gezilerin yetersiz olarak görülmektedir.	1	1,11
	Sektörde başarı elde etmek için aşçılık eğitimi gereklidir.	1	1,11
	Öğrencilerin istihdam konusunda okul-sektör iş birliği gereklidir.	1	1,11
	Sektör temsilcilerinin rol model olarak mesleki etik kurallarına daha fazla dikkat göstermeleri gerekmektedir.	1	1,11
	Sektör temsilcileri rol model alınarak mesleki motivasyonu artırmaktadır.	1	1,11
Toplam		**90**	**100**

Çalışmada kapsamında incelenen araştırmaların temel bulgularına göre dağılımı Tablo 5'te gösterilmektedir. Bu kapsamda incelenen araştırmalar temel bulgularına göre sekiz ana tema altında değerlendirilmiştir. Bu ana temalar kendi içinde 55 alt temaya ayrılmıştır. Birinci tema "öğrencilere ilişkin değerlendirmeler" olarak ele alınmıştır. Makalelerin çoğunluğunun çalışma grubu olarak öğrencileri ele aldığı görülmektedir. Bu araştırmaların sonuçlarına göre öğrencilerin gastronomi eğitimine ilişkin görüşlerini, algılarını, tutumlarını ya da sorunlarını yansıtan 13 alt temaya ayrılmıştır (f:27). Bu tema altında en çok ele alınan araştırma sonucu öğrencilerin bölümü isteyerek tercih etmiş oldukları-dır (%6,66; f:6). Bunu öğrencilerin sınıfları yükseldikçe eğitime/programa/mesleğe karşı memnuniyet düzeyleri azalmaktadır (%4.44; f:4) sonucu takip etmektedir. İkinci tema "Öğretim Elemanlarına ilişkin Değerlendirmeler" olarak ele alınmıştır. Bu tema altında yapılan araştırmalar 5 alt temaya ayrılmıştır (f:9). Bu tema altında en yüksek frekansa sahip olan araştırma sonucu "öğretim elemanları sektörden uzaktadır ve sektör tecrübesi kazanmaları gerekmektedir" ve "alanda eğitim veren akademisyenler, pek çok farklı ana bilim dalından gelmektedir" (%3,33; f:3) sonuçlarıdır. Üçüncü tema "Programlar ve Müfredatlara İlişkin Değerlendirmeler" olarak ele alınmış ve elde edilen sonuçlar 7 alt temaya ayrılmıştır (f:9). Bu tema altında en yüksek frekans "yükseköğretim düzeyinde yer alan dersler ağırlıklı olarak teorik derslerden oluşmaktadır" (%3;33; f:3) sonucu olmuştur. Dördüncü tema "mesleki eğitim ve meslek derslerine ilişkin değerlendirmeler" olarak ele alınmıştır. Bu tema altında yer alan sorunlar 4 alt temaya ayrılmıştır(f:4). Buna göre, mutfak dersinin, öğrencilerin besin tercihleri ve beslenme bilgi düzeyleri üzerinde olumlu davranışlar ve bilgiler kazandırmaktadır (%1;11; f:1), öğrenciler mutfak uygulamaları dersine karşı olumlu tutum sergilemektedir (%1;11; f:1), mesleki eğitim programlarına katılan öğrencilerin eğitim algısı arttıkça öğrenme motivasyonlarının da artmaktadır (%1;11; f:1), mesleki eğitim almayan mutfak çalışanlarının çok daha yüksek

OGLAK YAYINLARI

düzeylerde kavram yanılgılarına sahiptir (%1;11; f:1) sonuçlarına ulaşılmıştır. Beşinci tema "uygulamalı eğitimlere ilişkin değerlendirmeler" olarak ele alınmış ve elde edilen sonuçlar 7 alt temaya ayrılmıştır (f:9). Bu temaya ilişkin en yüksek frekans Uygulamalı eğitimler yetersizdir (%3,33; f:3) sonucu olmuştur. Altıncı tema "Staj/Beceri Eğitimine İlişkin Değerlendirmeler" olarak ele alınmış ve bu tema 8 alt temaya ayrılmıştır (f:12). Bu temaya ilişkin en yüksek frekans yapılan staj öğrencilerin bilgi ve becerilerini artırmaktadır (%3,33; f:3) sonucudur. Yedinci tema "fiziki alt yapı, donanım ve bütçeye ilişkin değerlendirmeler" olarak ele alınmış ve bu tema 3 alt temaya ayrılmıştır (f:9). Bu temaya ilişkin en yüksek frekans fiziki altyapı ve donanım yetersizdir (%6,66; f:6) sonucu olmuştur. Sekizinci tema "sektör-eğitim kurumu iş birliğine ilişkin değerlendirmeler" olarak ele alınmış ve bu tema 8 alt temaya ayrılmıştır (f:10). Bu temaya ilişkin en yüksek frekanslar, okulda verilen eğitim sektör beklentisini karşılamamaktadır (%2.22; f:2) ve mevcut gastronomi eğitim programları sektör uygulamaları ile uyumlu değildir, mutfak bölümlerini sektörü yeterince yansıtmamaktadır (%2,22; f:2) sonuçları olmuştur.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada gastronomi eğitimi üzerine ulusal düzeyde DergiPark ve TR Dizinde yayınlanmış olan araştırmalar incelenerek konuya ilişkin teorik bilgiler elde etmek ve çıkarımlarda bulunmak amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında incelenen makalelerden elde edilen bulgular sonucunda araştırmalar yıllarına, yöntemlerine, çalışma guruplarına, yayınlandıkları dergilere ve temel sonuçlarına göre sınıflandırılmış ve araştırmaların temel sonuçları temalar ve alt temalara ayrılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre, gastronomi eğitimi üzerine yapılan çalışmaların en çok 2019 yılında yapıldığı tespit edilmiştir. Yapılan ilk yayın 2014 yılında yapılmış olup yıllar bazında yapılan çalışma sayısı artış göstermiştir. 2020 yılında ise küçük bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Bunun nedenin, pandemi nedeni ile yüz yüze eğitim yapılamaması ve çalışma grubuna ulaşmada zorluk yaşanması olabileceği düşünülmektedir.

Gastronomi eğitimine ilişkin yapılan çalışmaların büyük bir kısmının nicel araştırma yöntemleri ile yapıldığı, bunu nitel araştırma yöntemlerinin takip ettiği görülmüş olup alana ilişkin karma araştırma yöntemi ile hiçbir araştırma yapılmadığı gözlemlenmiştir. Bu durum alanda karma yöntem ile yapılacak araştırmaların eksikliğine işaret etmektedir. Araştırmaları zenginleştirmek ve daha derinlemesine sonuçlar elde etmek adına farklı desenlerde çalışmaların yapılmasının alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmaların çalışma grupları incelendiğinde ise araştırmaların, büyük çoğunluğunun çalışma grubunu öğrencilerin oluşturduğu görülmektedir. Üzerinde en çok araştırma yapılan grup lisans düzeyinde (%36,20; f:21) öğrenim gören öğrencilerdir. Özellikle

OĞLAK YAYINLARI

yaygın eğitim kurumlarında verilen gastronomi eğitimleri, eğitmenleri ve öğrencileri üzerinde oldukça az araştırma yapıldığı görülmektedir. Yaygın eğitim, gastronomi alanında örgün eğitime katılamamış ve kendini bu alanda geliştirmek isteyen bireyler için önemli fırsatlar sunmaktadır. Nitekim Sarıoğlan (2018) tarafından yapılan çalışmanın sonucuna göre yaygın eğitim kurumlarında gastronomi eğitimine en çok katılanlar finans sektörü çalışanları ve mühendis gibi teknik hizmet veren kişilerden oluşmaktadır. Bununla birlikte ortaöğretim kurumlarında eğitim veren ve alan katılımcıları kapsayan çalışmaların da nicelik bakımından oldukça az sayıda olduğu görülmüştür. Bu bağlamda günümüzde ortaöğretim düzeyinde yiyecek ve içecek hizmetleri dalında eğitim veren okul sayısı 625'tir (MEB,2021). Bu nedenle bu okullarda henüz çok genç yaşlardaki bireylere verilen gastronomi eğitiminin derinlemesine incelenmesi ve sorunlarının keşfedilmesi gerekli görülmektedir.

Gastronomi eğitimine ilişkin yapılan araştırmaların yayınlandığı dergilere ilişkin yapılan incelemede en çok yayının Journal Of Tourism and Gastronomy Studies (%32: f:18) dergisinde yapıldığı görülmüştür. Bu bağlamda gastronomi eğitimi araştırmalarına en çok yer veren dergi olmuştur. Onu takiben Türk Turizm Araştırmaları dergisinde az sayıda olsa da makale yayınlandığı görülmektedir. Yurtdışında turizm ve ağırlama eğitimi üzerine dergiler yer almakta iken ülkemizde turizm ve gastronomi eğitimini doğrudan kapsamına alan akademik derginin olmadığı tespit edilmiş olup bu alanda yapılan çalışmalardaki artış da göz önüne alındığında bu bağlamda turizm ve gastronomi eğitimine yönelik araştırmaların yayınlanabileceği bir akademik derginin varlığına ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır.

Araştırmaların temel bulgularına ilişkin yapılan değerlendirme sonucunda sekiz ana tema 55 alt tema ortaya çıkmıştır. Ana temalardan yola çıkarak araştırmalar elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin bölümü isteyerek tercih etmiş oldukları (%6,66; f:6) görülmektedir (Akoğlu vd., 2017; Aydemir ve Buyruk, 2019; Yıldız ve Aslan, 2019; Seçim, 2020; Tekin ve Çidem, 2017; Kurnaz, 2019). Bunun nedeninin bölümün popülerliğinin artması, gastronomiye ilişkin eğitim programlarının sayıca artması, niteliklerinin iyileştirilmesi ve sektördeki istihdam olanaklarının artması olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırmalardan elde edilen diğer ilgi çekici bir sonuç ise öğrencilerin sınıfları yükseldikçe eğitime/programa/mesleğe karşı memnuniyet düzeyleri azaldığıdır (%4.44; f:4) (Güdek ve Boylu, 2017; Aydemir ve Buyruk, 2019; Yazıcıoğlu ve Özata, 2017; Yıldız ve Aslan, 2019). Öğrencilerin üst sınıflara geçmesiyle birlikte sektörün zorlu çalışma koşullarını tecrübe etmesinin bu etkiyi tetikleyebileceği düşünülmektedir. Nitekim çalışmalardan çıkan sonuçlara göre öğrenciler sektörün çalışma koşullarını aile yaşantısına uygun bulmadıklarını (Seçim, 2020), çalışma koşulları olumsuz olarak

OĞLAK YAYINLARI

değerlendirdiklerini, terfi olanaklarını kısıtlı bulduklarını ve kazandıkları ücreti yetersiz bulduklarını (Yıldız ve Aslan, 2019) belirtmişlerdir. Bu değerlendirmelerin özellikle son sınıflarda öğrenim gören öğrencilerin sektörde kalmaya ilişkin olumsuz tutum sergilemesine neden olduğu sonucu çıkarılabilir.

Öğretim elemanlarına ilişkin değerlendirmelere ilişkin ortaya çıkan sonuçlar öğretim üyelerinin niteliklerinin yetersiz olduğu (Güdek ve Boylu, 2017), öğretim elemanlarının sektörden uzakta olduğu ve sektör tecrübesi kazanmaları gerektiğidir. (Arslanhan ve Özdemir Yaman, 2020; Akmeşe vd., 2020; Öney, 2016). Gastronomi programlarının hızlı bir şekilde açılmasının bir sonucu olarak (Görkem ve Sevim, 2016) karşımıza çıkan bu durum alanda eğitim veren akademisyenlerin pek çok farklı ana bilim dalından gelmesini de beraberinde getirmiştir (Demirci vd., 2020; Deveci vd., 2020). Nitekim gastronomi ve mutfak sanatları lisans programlarında görev yapan akademisyenlerin lisans mezuniyetleri incelendiğinde sadece %14'ünün gastronomi programı olduğu belirtilmektedir (Semint, 2020). Özellikle Gastronomi ve mutfak sanatları lisansüstü programların 2014 yılı itibariyle açıldığı düşünüldüğünde bu alanda lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitimini tamamlayarak yetişmiş akademisyenlerin 2021 yılı itibariyle henüz çok yeni mezun olma olasılığı vardır. Bu nedenle sayının nitelik ve nicelik olarak yetersiz olması kaçınılmaz görünmektedir.

Programlar ve müfredatlara ilişkin yapılan değerlendirmelerde ortaya çıkan sonuçlar, yükseköğretim düzeyinde gastronomi ve mutfak sanatları müfredatlarında yer alan derslerin ağırlıklı olarak teorik derslerden oluştuğunu (Çarbuğa vd., 2018; Babaç ve Öngel, 2018; Topal ve Gök, 2020), müfredatların yetersiz olduğunu (Cankül, 2019) ve programlar arası ders müfredatlarının farklılaştığını (Demirci vd., 2020) ortaya koymaktadır. Özellikle akreditasyon konusunda bu durum sorun teşkil etmektedir. Ulusal düzeyde bir akreditasyon sisteminin oluşturulması (Özdemir Yaman ve Bulduk, 2019) bu bağlamda önemli görülmektedir.

Mesleki eğitim ve meslek derslerine ilişkin yapılan değerlendirmelere göre, genel anlamda öğrencilerin gastronomi eğitiminde verilen derslerden olumlu davranışlar ve bilgiler kazandıkları (Şanlıer vd., 2016) ve olumlu tutuma sahip oldukları (Bölükbaş ve Boylu, 2018) eğitim algıları arttıkça öğrenme motivasyonlarının da arttığı (Can ve Çiftçi, 2019) ve eğitimli personelin daha az kavram yanılgısına sahip olduğu (Sarıoğlan vd., 2020) sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu sonuçlar gastronomi alanında alınan eğitimlerin gerekli ve önemli olduğunu ortaya koymaktadır ve okullarda verilen eğitimin sektörün gelişimi için gerekli olduğu görülmektedir.

Uygulamalı eğitimlere ilişkin değerlendirmelerden elde edilen sonuçlar, uygulamalı eğitimlerin yetersiz olduğu (Arslanhan ve Özdemir Yaman, 2020; Babaç ve Öngel,

OGEM YAYINLARI

2018; Topal ve Gök, 2020; Yılmaz, vd., 2018) eğitim kurumlarında verilen teorik bilgilerin uygulamaya aktarılamadığı ve uygulamalı mutfak derslerinde öğrenilenler ile sektördeki mutfak uygulamalarının uyuşmadığını (Yılmaz vd., 2018) göstermektedir. Eğitim kurumlarında verilen uygulamalı mutfak eğitimlerinin öğrencilerin pratik yeterliliklerini olumlu yönde artırdığı (Sormaz vd., 2020) sonucundan yola çıkarak gastronomi eğitiminde uygulamalı eğitimlerin nitelik ve nicelik açısından yeterli olması gerekmektedir.

Staj/beceri eğitimine ilişkin değerlendirmelere göre staj öğrencilerin bilgi ve becerilerini artırmaktadır (Akın, 2018; Babaç ve Öngel, 2018 Sormaz, vd., 2020). Bu nedenle gastronomi eğitiminde öğrencilerin staj yolu ile deneyimlerini artırması için gerekli görülmektedir Babaç ve Öngel, 2018; Topal ve Gök, 2020). Ancak staj sürecinde öğrenciler yaşadıkları olumsuz durumlardan dolayı gelecekte sektörde kariyer yapmaya sıcak bakmamaktadırlar (Dinçer, vd., 2018)

Fiziki altyapı, donanım ve bütçeye ilişkin değerlendirmeler eğitim kurumlarının fiziki altyapı ve donanım açısından yetersiz olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durumun programların gerekli alt yapı hazırlıklarının tamamlamadan hızlı bir şekilde açılmasından kaynaklandığı dile getirilmektedir. (Görkem ve Sevim, 2016; Cankül, 2019; Demirci vd., 2020; Yaman ve Bulduk, 2019; Yazıcıoğlu ve Özata, 2017; Arıkan vd., 2018; Deveci vd., 2020) ayrıca verilen bütçeler de yetersiz bulunmaktadır (Arıkan vd., 2018).

Sektör-eğitim kurumu iş birliğine ilişkin değerlendirmelere göre, okulda verilen eğitim sektör beklentisini karşılamadığı (Aydemir ve Buyruk, 2019; Arslanhan ve Özdemir Yaman, 2020) ve mevcut gastronomi eğitim programları sektör uygulamaları ile uyumlu olmadığı (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017; Dinçer vd., 2018), gastronomi eğitimine katkı sağlamada sektör temsilcilerinin istekli olmadıkları okulların da iş birliği için yeterli çaba sarf etmedikleri (Öney, 2016) vurgulanmaktadır. Gastronomi alanında başarının sağlanabilmesi için sektör okul iş birliği son derece gereklidir. Eğitim kurumlarında öğrenilen bilgilerin pratiğe dökülmesi ve sektörün ihtiyacı olan bilimsel gelişmelerin sektöre yansıması bu iki paydaşın iş birliği ile sağlanabilecektir.

Sonuç olarak, yapılan çalışmalar özetle gastronomi eğitimi ile ilgili olarak, programların açılmasında hızlı hareket edildiği, bunun sonucunda da yetersiz müfredatlarla nitelik ve nicelik açısından yetersiz programların açıldığı, eğitim kurumlarının fiziki alt yapı, donanım ve bütçe açısından yetersiz kaldığı, öğretim elemanlarının özellikle uygulamalı eğitimler açısından yetersiz kaldığı bu nedenle de okulda verilen eğitimlerin sektörün beklentilerini tam olarak karşılayamadığını işaret etmektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu cazip koşullar nedeniyle gastronomi eğitimi almaya istekli olmakla birlikte verilen bazı derslerden memnun görünseler de öğrenim sürelerinin sonlarına geldiklerinde

OĞLAK YAYINLARI

staj süreciyle birlikte sektörü tanımalarının da etkisiyle bir nebze hayal kırıklığı yaşamakta ve memnuniyet düzeylerinde düşüş meydana geldiği anlaşılmaktadır.

Bu bağlamda nitelikli bir gastronomi eğitiminin verilebilmesi için öncelikle alanda yetişmiş hem teorik hem uygulamalı eğitimleri verebilecek öğretmen ve akademisyenlerin yetiştirilmesi, açılan programların müfredatlarının ve program içeriklerinin irdelenerek hazırlanması ve ulusal düzeyde bir akreditasyon sistemi kurulması gerekmektedir. Sektör ve akademi ulusal ve uluslararası yeterliliklere sahip öğrencilerin yetiştirilebilmesi için iş birliği içinde olmalı ve staj yapan öğrencinin hala eğitim sürecinde olduğunun farkına varılmalıdır.

Bu çalışmada gastronomi eğitimine ilişkin sistematik derleme ulusal düzeyde DergiPark ve TR Dizin veri tabanlarında yapılmıştır. Gelecek araştırmalarda uluslararası veri tabanları da dahil edilerek araştırma genişletilebilir. Taramada kullanılan anahtar kelimeler değiştirilerek arama yapılabilir.

KAYNAKLAR

Akın, A. (2018). "Gastronomi Turizminde Staj Eğitiminin Önemi: Gaziantep Üniversitesi Örneği" *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (16).

Akmeşe, K. A., Özata, E. ve Sormaz, Ü. (2020). "Gastronomi Sektörü Meslek Uzmanlarının Çalışanlardan Mesleki Beklentileri ve Gastronomi Eğitimi İle İlgili Düşünceleri" *Journal of Yasar University*, 15(58).

Akoğlu, A., Cansizoğlu, S., Orhan, N. ve Özdemir, Z. (2017). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmaya Yönelik Bakış Açıları" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2).146, 159.

Aksoy, M. ve Şahin, A. (2017). "Yiyecek İçecek Eğitiminde Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Kulinoloji Programlarına Dair Bir Karşılaştırma" *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(12), 7-20.

Alyakut, Ö. ve Küçükkömürler, S. (2018). "Gastronomi Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Mesleklerine Yönelik Metafor Algılarının Değerlendirilmesi" *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2-30

Arıkan, E., Altunöz Sürücü, Ö. ve Arman, A. (2018). "Yükseköğretim Kurumlarındaki Eğitim Mutfaklarında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 592-601.

Arslanhan, Y. ve Yaman, Z. Ö. (2020). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölüm Mezunlarının Eğitime İlişkin Memnuniyet Düzeyleri ile İstihdam Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2013-2028.

Aslan, N., ve Pekerşen, Y. (2019). "Aşçılık Eğitimi ve Sektör Başarısı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Çalışan Aşçılar Üzerine Bir Araştırma" *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2).

OĞLAK YAYINLARI

Aydemir, D. A. ve Buyruk, L. (2019). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Aldıkları Eğitim ile Kariyer Beklentileri İlişkisi: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4). 3225-3248.

Babaç, E. ve Öngel, S. (2018). "Anadolu Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Öz yeterliklerine Yönelik Nitel Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2). 282-298.

Boylu, Y. (2017). "Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5 (4). 489- 503.

Boyraz, M., Çetin, A., Mutlu, H. ve Soybalı, H. H. (2018). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Öğrencilerinin Workshop Etkinlikleri Algısının Değerlendirilmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Örneği" Journal *of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4).132-149

Boyraz, M. (2018). "Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının Faktör Analizi ile İncelenmesi" *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1). 324-346.

Bölükbaş, R. ve Boylu, Y. (2018). "Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Yiyecek-İçecek Hizmetleri Alanında Öğrenim Gören Öğrencilerin 'Mutfak Uygulamaları Dersine Yönelik Tutumları" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1062, 1075.

Brown, J. (2005). "A Brief History of Culinary Arts Education In America. *Journal Of Hospitality & Tourism Education*, 17 (4). 47-54.

Can, M. ve Çiftçi, B. (2019). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü ile Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Eğitim Algısının Öğrenme Motivasyonu Üzerine Etkisi: Ulusal Aşçılık Kampı Mengen Örneği" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4). 2701-2717.

Cankül, D. (2019). Assessing The Quality Of Gastronomy Education: Turkey Case. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70). 986-1001.

Çağlayan, E. (2019). "Temel Sanat Eğitimi Dersinin Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitimindeki Yeri ve Önemi" *Journal of the Human & Social Science Researches*, 8(4).

Çarbuğa, Ü. ve Kocaman, E. M. (2019). "Türkiye'de ve Dünyada Yiyecek İçecek Sektörüne Yönelik Eğitim Veren Lisans Programlarının Kıyaslanması" *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2). 143-150.

Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü., ve Yılmaz, M. (2018). "Gastronomi Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Uygulamalı Meslek Derslerinin Değerlendirilmesi" Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, (3). 14-23.

Creswell, J. W. (2002). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative*. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.

Cizrelioğulları, M. N. ve Altun, Ö. (2019). "Zorunlu Staj Eğitimi Alan Turizm ve Gastronomi Öğrencilerinin Staj Memnuniyetinin İncelenmesi: Doğu Akdeniz Üniversitesi Örneği" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4). 2447, 2465.

Çetin, Ş. (1993). Turizm Endüstrisine Mutfak Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Eğitim Programlarının Değerlendirilmesi, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

OĞLAK YAYINLARI

Demirci, B., Sarıkaya, G. S. ve Erol, E. (2020). "Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminin Değerlendirilmesi" *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4). 3311-3324.

Deveci, B., Deveci, B., Aymankuy, Y. ve Aymankuy, Ş. (2020). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Akademik Personelinin Eğitim Profili: Devlet Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma" *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3). 2506-2526.

Dinçer, F. İ., Çifçi, M. A. ve Çifçi, O. (2018). "Ortaöğretim Turizm Eğitimi Kapsamında Yiyecek Ve İçecek Beceri Eğitimi Sürecinde Koordinatör Öğretmenin Sorunları" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/(Special issue). 342-358

Ertopcu, İ., Avcıkurt, A. ve Çetinkaya, T. (2019). "Aşçılık Programı Öğrencilerinin Hijyen Bilgi Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3). 2187, 2203.

Görkem, O. ve Sevim, B. (2016). "Gastronomi Eğitiminde Geç mi Kalındı Acele mi Ediliyor?" *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (58). (977-988).

Görkem, O. ve Ertopcu, İ. (2019). "TV Yemek Programlarının Gastronomi Eğitimine Yansımaları" *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4). 1501-1513.

Güdek, M. ve Boylu, Y. (2017). "Türkiye'de Yükseköğretim Düzeyinde Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin Beklenti ve Değerlendirmelerine Yönelik Bir Araştırma" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4). 489-503.

Gürsoy, D. (2014). *Deniz Gürsoy'un Gastronomi Tarihi* (İkinci baskı). İstanbul, Oğlak Yayınları.

Hegarty, J. (2015). "Culinary and Hospitality Teaching As A Research-Based Profession" *Research in Hospitality Management*, 5(2). 181-185.

Karaçam, Z. (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber" *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, 6(1). 26-33

Keskin, E. ve Tekin, Ö. A. (2020). "To Make A Career In Kitchen Department: Is Really That A Desırable Career Plan For Tourism Students?" *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(73). 333-347.

Kılınç, M. (2012). "Türkiye'de Mesleki Teknik Eğitimi Şekillendiren Ahilik, Gedik, Lonca, Enderun Mektebi'nin Tarihi Gelişmeleri", *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(4). 63-73.

Kivela, J. ve 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.

Kurnaz, A. (2019). "Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: Aşçılık ve Gastronomi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 612-627.

Kurnaz, A., Babür, E. ve Kurnaz, H. A. (2018). "Gastronomi Eğitiminde Bir Sosyal Sorumluluk Projesi Örneği: Mengen Ulusal Aşçılık Kampı" *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, (8). 1-17.

Kutukız, D., Akyürek, S. ve Özdemir, Ö. (2018). "Turizm Eğitimi Alan Orta Öğretim Düzeyindeki Öğrencilerin Mutfak Departmanına Yönelik Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, (8). 1-22.

Lasserson, T. J., Thomas, J. ve Higgins, J. P. T. (2019). Starting a review. In J. P. T. Higgins vd. (Eds), *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions* (2nd Edition) (pp. 3-12). Hoboken: Wiley-Blackwell.

MEB (2021). http://mtegm.meb.gov.tr (24/07/2021)

ÖĞLAK YAYINLARI

Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. New York: Sage Publications, Inc.

Öney, H. (2016). "Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme" *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35). 193-203.

Ören, T. Ş. ve Arman, A. (2017). "Aşçılık Programı Ön Lisans Seviyesinde Verilmesi Gereken Derslerin Kategorilerine İlişkin Değerlendirme" *Yükseköğretim Dergisi*, 7(3). 179-185.

Özdemir, B. (2010). "Dışarıda Yemek Yeme Olgusu: Kuramsal Bir Model Önerisi" *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2). 218-232.

Özdemir Yaman Z. ve Bulduk S. (2019), "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminin Kalite Göstergeleri Açısından Değerlendirilmesi" BMIJ, 7(5) 2770-2804

Santich, B. (2004). "The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training", *Hospitality Management*, 23, 15-24.

Sarıoğlan, M. (2016). "A Model Proposal For The Improvement of Internship Activity in Offering Gastronomy Education Programs at The Higher Education Institutions", *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 7(1). 69-73.

Sarıoğlan, M. (2018). "Yaygın Gastronomi Eğitiminde Arz ve Talep Etkileşiminin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma" *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1). 267-283.

Sarıoğlan, M., Avcıkurt, C. ve Sezen, T. S. (2020). "Gastronomi Eğitiminde Kavram Yanılgıları" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4). 3408-3425.

Sarıoğlan, M. ve Cevizkaya, G. (2015). "Applicability Of Cooperative Learning Model in Gastronomy Education" *Journal of Tourism Theory and Research*, 1(2). 72-75.

Scarpato, R. (2002). "Gastronomy Studies in Search Of Hospitality" *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(2). 1-12.

Seçim, Y. (2019). "Konya İl Merkezinde Aşçılık Eğitimi Alan Kursiyerlerin Mezuniyet Durumlarına Göre Gıda Hazırlama ve Hijyen Bilgi Düzeyleri" *Igdir University Journal of Social Sciences*, (17).

Seçim, Y. (2020). "Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerin İşletme Mutfaklarına Yönelik Tutumları", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1). 641-652.

Semint, S. (2020). Türkiye'de Gastronomi ve Mutfak Sanatları Eğitiminin Temel Sorunları Üzerine Bir Araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.

Sormaz, Ü., Arman, A. ve Erdem, Ö. (2020). "Uygulamalı Mutfak Eğitimi Organizasyonlarının Öğrencilerin Mutfak Bilgi ve Beceri Düzeyine Etkisi: Ulusal Aşçılık Kampı Örneği" *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1). 209-223.

Şanlıer, N., Sormaz, Ü. ve Güneş, E. (2016). "Yiyecek-İçecek Hizmetleri Bölümünde Okuyan Öğrencilerin Aldıkları Mesleki Eğitimin Besin Tercihleri ve Beslenme Bilgi Düzeyleri Üzerine Etkisi" *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15). 248-265.

Şahin, T. ve Arman, A. (2014). "Ön Lisans Seviyesinde Aşçılık Eğitimini Tercih Etme Nedenlerinin Değerlendirilmesi" *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (41).

OĞLAK YAYINLARI

Tekin, Ö. A. ve Çidem, G. (2017). "Önlisans Turizm Öğrencilerinin Mutfak Departmanında Kariyere Yönelik Tutumları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği" *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52). 33-51.

Temizkan, R., Cankül, D. ve Kızıltaş, M. Ç. (2018). "Food and Beverage Education And Scholars' in Turkey" *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 1(2). 18-25.

Topal, H. ve Gök, İ. (2020). "Fine Dining Restoranların İstihdam Politikalarına Gastronomi Eğitiminin Etkisi" Journal *of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4). 2883 - 2897

Yazıcıoğlu, İ. ve Özata, E. (2017). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Ders Programı Algılarının Akademik Başarıları Üzerine Etkisi" 5(4). 17-32.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 10. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yıldız, M. ve Aslan, Z. (2019). "Yiyecek-İçecek Alanında Eğitim Alan Öğrencilerin Mesleklerine Bakış Açıları" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2). 1124, 1141.

Yılmaz, G. (2019). "Türkiye'de Ortaöğretim ve Yükseköğretim Düzeyindeki Gastronomi Eğitiminin Değerlendirilmesi" *Turizm Akademik Dergisi*, (1). 229-248.

Yılmaz, G., Erdem, Ö. ve Arman, A. (2018). "Şef Adaylarının Niteliklerine İlişkin Mutfak Şeflerinin Görüşleri" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3). 273-294.

Yılmaz, H. ve 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.

Yiğit, S. ve Doğdubay, M. (2017). "Gastronomi Eğitimi Alan Öğrencilerde Yiyecekte Yenilik Korkusu (Food Neophobia): Balıkesir Üniversitesi Örneği" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2). 162-168.

Yökatlas, (2021). https://yokatlas.yok.gov.tr/lisans-anasayfa.php (26/07/2021)

Zahari, M.S.M., Jalis, M.H., Zulfifly, M.I., Radzi, S.M. ve Othman, Z. (2009). "Gastronomy: An Apportunity for Malaysian Culinary Educators" *International Education Studies*, (2)2. 66-71.

OĞLAK YAYINLARI

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ZEYTİNYAĞI TEMALI GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem MUTLU[1]

1. GİRİŞ

Seyahat etmek, günümüzde, insanların hayatında odak noktası haline gelmiş, hayatlarının merkezine yerleşerek önemli bir rol kazanmıştır. Turizm deneyimleri sadece dinlenmek, günlük hayatın stresinden uzaklaşmak değil; aynı zamanda kişisel deneyim, öğrenme, kendini bulma ve kendini gerçekleştirme gibi fırsatlar sunduğu da kabul edilmektedir. Bu durum, turizm pazarlarında mevcut turizm olgusunu doğru değerlendirerek tüketicinin isteklerine yönelik hizmet üretmesi gerekliliği sonucunu doğurmuştur (Hernández-Mogollón vd. 2019: 1-2). Böylece bu tür seyahatlerin, mutfak kültürü aracılığıyla bir bölge ile ilgili bilgi edinmek isteyen turistler tarafından tercih edildiği görülmektedir (Molz 2007). Bu bağlamda bazı turizm uygulamaları, seyahat eden ile destinasyon arasında deneyimsel bir temas sağlar. Bunlar arasında gastronomi turizmi özellikle deneyimselliğe yatkın bir turizm uygulaması olarak öne çıkmaktadır (Lin 2014; Richards 2012; Ryu and Jang 2006)

Son yıllarda gastronomi turizmi, turistler tarafından tercih edilen bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomi turizminin bu yükselişinin, özellikle, klasik turizm faaliyetlerine katılan bireylerin seyahat tercihlerindeki değişimler olduğu söylenebilir (López-Guzmán ve Sánchez-Cañizares 2012). Bununla birlikte, en popüler gastronomi turizmi çeşitlerinden olan şarap turizmi ile zeytinyağı turizmi gibi çok sayıda alt kategorinin ortaya çıkmasına neden oldu. Ayrıca, dünya pazarlarında bulunan zeytinyağının çoğunun, dünyanın en büyük üreticileri olan İspanya, İtalya ve Yunanistan olmak üzere Avrupa'da üretildiği bilinmektedir (Sabbatini et al. 2016).

Turizm pazarlarında zeytinyağı, gastronomik, sosyal ve kültürel değeri nedeniyle stratejik bir kaynak olarak bilinmektedir. Bu nedenle deneyimsel potansiyeli yüksek bir çekicilik unsuru olarak görülür (Hernández-Mogollón vd. 2019: 4). Turistlere çekici gelen, daha derin bir anlayış geliştirme arzusu olarak bu tarımsal gıda ürünü ve etrafındaki kültürdür. Bu bağlamda, zeytinyağı turizmi özel bir ilgi turizmi türü olarak düşünülmelidir. Zeytinyağı turizmine katılan turistler, zeytinyağı ve çevresinde dönen yerel kültür, miras, manzara ve geleneklere dayalı bir dizi etkinlik tarafından motive edilir. Ayrıca

1 Öğr. Gör. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, cigdem.mutlu@deu.edu.tr

ÖĞLAK YAYINLARI

gastronomi turizminin çeşidi olan zeytinyağı turizmi, turistleri faaliyetlere katılmaya motive eden çok özel bir ilgi turizmidir (Pulido-Fernández vd. 2019: 1-8).

Zeytinyağı turizmi, turistler arasında artan, ilgi uyandıran, gelişmekte olan bir faaliyettir. Bu bağlamda, zeytinyağı turizmini deneyim, sürdürülebilirlik bilinci, yerel kültürün tanıtımı ve turistin sahip olduğu statü ve prestij imajı olarak dört boyutla ifade edilebileceği (Parrilla-González vd., 2020),

Zeytinyağı turizmi veya daha küresel olarak gastronomi turizmi gibi turizm çeşitlerinin gelişimi, kırsal alanların özellikle sosyo-ekonomik kalkınmasında önemli ve belirleyici olabileceği, turistlerin motivasyonlarının gastronomik seyahat deneyimleri üzerinde olumlu etki edeceği (Moral-Cuadra vd., 2020) görülmektedir. Zeytinyağı turizmi ile gastronomi arasındaki ilişkinin son yıllarda giderek arttığı görülmektedir. Turistlerin özellikle kendini gerçekleştirme, gidilecek destinasyonun kültürünü öğrenme, doğada yaşama, üretim faaliyetlerinde yer alma gibi faaliyetleri içeren turizm tercihleri ile birlikte gastronominin çeşitli alt dalları oluşmuştur. Bu alt dallardan en ilgi çeken ve popüler olanlardan birinin de zeytinyağı turizmi olduğu bilinmektedir. Gastronomi turizmi ve zeytinyağı turizmi arasındaki ilişkinin alan yazın ışığında çeşitli destinasyonlar ve boyutlarda incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, akademisyenler tarafından gastronomi turizmi ve zeytinyağı turizmi kapsamında incelemeden geçirilmiş çalışmaların sistematik olarak değerlendirilerek gastronomi turizmi ve zeytinyağı turizminin hangi açılardan eksik olduğunun belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, eksik yönlerin ortaya çıkarılması ile hem gastronomi hem zeytinyağı turizmi arasındaki ilişkinin daha da gelişerek paydaşların beklentilerini de karşılayacaktır. Bu çalışmanın amacı, sistematik derleme aracılığıyla gastronomi turizmi ve zeytinyağı turizminin alanyazındaki durumunu incelemek ve ortaya koymaktır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Turizm, küreselleşme ile birlikte hızla gelişen endüstrilerden biridir. Turizm, para kazanma amacı olmaksızın insanların turizm ürünlerinden faydalanarak boş vakitlerini değerlendirme amacıyla geçici yer değiştirmeleri olarak açıklanabilmektedir. Aynı zamanda, ekonomik, sosyo-kültürel, coğrafi birçok unsurun bileşiminden oluşmaktadır ve bu unsurları da geliştirmesini sağlamaktadır. Turistler çeşitli sebeplerle seyahat ederler ve tercihleri sürekli değişebilmektedir. Günümüzde turistlerin sadece eğlenme amaçlı değil aynı zamanda destinasyonları yemek, tarih vb. açıdan daha çok tanımak, doğa ile iç içe olmak, doğada üretimin de içerisinde yer alabilecekleri seyahatlere yöneldikleri görülmektedir. Böylece son yıllarda gastronomi amacıyla yapılan seyahatlere olan

OĞLAK YAYINLARI

talebin giderek arttığı bilinmektedir. Bu bağlamda, gastronomi turizminin önemli unsurlarından biri de zeytinyağı turizmidir ve aralarındaki ilişkinin akademik çalışmalar vasıtasıyla ortaya çıkarılması bu ilişkiye bütüncül bir bakış açısı kazandıracak olması sebebiyle önemlidir. Bu doğrultuda bu çalışmada, zeytinyağı turizmi ile ilgili akademik çalışmalar vasıtasıyla tümevarım yaklaşımıyla incelenerek ele alınmayan sonuçlara erişmek amaçlanmaktadır. Diğer bir deyişle araştırmanın temel sorusu, "zeytinyağı turizmi *ve gastronomi turizmi ilişkisi akademik çalışmalar vasıtasıyla bütüncül bir şekilde ortaya çıkarılabilir mi?"* şeklinde belirlenmiştir.

Çalışmanın temel amacına ulaşabilmek ve araştırma sorusunu yanıtlayabilmek amacıyla araştırmanın çerçevesi ve araştırmanın soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

2.1 Araştırmanın Çerçevesi

- Değerlendirme, zeytinyağı turizmi ve gastronomi ilişkisi üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmaları kapsamaktadır.
- Çalışmanın temel kısıtı, zeytinyağı turizmi ve gastronomi ilişkisi ile ilgili konulardaki akademik çalışmaların tamamına erişebilmek gerçekçi bir yaklaşım olmayacağı için çalışma evrenini oluşturmak amacıyla söz konusu ilişki "*Scopus akademik çalışma arama motoru*" üzerinden incelenmesidir.
- Çalışma konusu inceleme alanına kısıt getirilerek oluşturulan ve "Gastronomi ve Zeytinyağı/Olive oil/Oleotourism" anahtar kelimeleri kapsamındaki çalışma evreni, toplamda 30 akademik makaleden oluşmaktadır.
- Scopus veri tabanı arama motoruna, çalışma konusu ile ilgili "Zeytinyağı Turizmi ve Gastronomi Turizmi" anahtar kelimeleri birlikte girilmiştir. Ayrıca, arama kısıtları olarak sadece makaleler ve İngilizce yayınlar olacak şekilde limit girilmiştir.
- Scopus veri tabanına bağlı kalınarak çalışma konusuyla ilgili belirlenen anahtar kelimeler (Şarap ve Gastronomi Turizmi/ Wine and Gastronomy Tourism) söz konusu veri tabanı arama motoru aracılığıyla ulaşılmıştır.
- Çalışma evreni içerisinde bulunan akademik makalelerin hepsi ulaşılabilir durumdadır. Bu doğrultuda ayrıca bir örnekleme stratejisi kullanılmamaktadır.
- Çalışma konusu kapsamında veriler, nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan doküman incelemesi yöntemiyle toplanmaktadır.
- Elde edilen veriler, sistematik derleme yöntemiyle sentezlenmektedir.

2.2 Araştırma Soruları

- Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makaleler, veri elde edilen destinasyon açısından incelenebilir mi?

OĞLAK YAYINLARI

- Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makalelerin, yayım yılı ve atıf sayısı kapsamında değerlendirilmesi mümkün müdür?
- Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
- Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin konu başlıklarına ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
- Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makalelerde kullanılan veri toplama tekniğine ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
- Zeytinyağı ve gastronomi turizmi üzerine doküman analizi yöntemiyle elde edilen bulgular, sistematik bir şekilde derlenerek araştırma sorularına yanıt aranacaktır.

2.3 Evren ve Örneklem

"Zeytinyağı ve Gastronomi Turizmi" ilişkisini ortaya koymak üzere ampirik ve ampirik olmayan yöntemle gerçekleştirilen akademik makaleler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, araştırma konusu ile ilgili yapılan çalışmaların tespitinin, diğer bir deyişle evrenin genişliğinin belirlenebilmesinin zor olması nedeniyle araştırmacı tarafından çalışma evreni oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, Taşkın vd. (2016) çalışmalarında, Scopus'un teknoloji, sosyal bilimler gibi çeşitli disiplinleri içermesi, hakemli dergi sayıları açısından geniş bir veri tabanına sahip olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, Mongeon ve Paul-Hus (2016) ile Karasözen vd. (2011) çalışmalarında, Scopus veritabanının değişik coğrafi bölgelerden daha fazla yayın dizinlediğini ifade etmiştir. Bu bağlamda, söz konusu veri tabanı çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örnekleme stratejisi olarak ise nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan amaçlı örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, Scopus veri tabanı arama motoruna, çalışma konusu ile ilgili "Zeytinyağı Turizmi ve Gastronomi Turizmi" anahtar kelimeleri birlikte girilmiştir. Ayrıca, arama kısıtları olarak sadece makaleler ve İngilizce yayınlar olacak şekilde limit girilmiştir.

2.4 Veri Toplama ve Analizi

Bu çalışma, zeytinyağı ve gastronomi turizmi ilişkisini akademik çalışmalar aracılığı ile bütüncül bir şekilde ortaya koymak amacıyla sistematik derleme yöntemi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme yöntemi kullanılmış olup; çalışma evreni olarak belirlenen Scopus veri tabanına bağlı kalınarak çalışma konusuyla ilgili belirlenen anahtar kelimelere (Zeytinyağı/Oleoturizm ve Gastronomi Turizmi/ Oleotourism/Oliveoil and Gastronomy Tourism) bahsi geçen veri tabanı arama motoru vasıtasıyla erişilmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Çalışmanın temel problemine ulaşmak ve amaç uygunluğunu sağlamak için doküman türüne "makale" kısıtı kriteri getirilmiştir. Bu kapsamda gerçekleştirilen alanyazın incelemesinin ardından otuz çalışma konusuna ilişkin makaleye erişilmiştir. Bu doğrultuda, sistematik derleme kapsamında elde edilen otuz makale doküman analiz tekniği ile analiz edilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

Zeytinyağı ve gastronomi turizmi ilişkisi, akademik çalışmalar aracılığı ile bütüncül bir bakış açısını ortaya koymak için sistematik derleme yöntemi ile desenlenmiştir. Bununla birlikte, bu çalışmada araştırma sorularını cevaplayabilecek şekilde doküman analizi yapılmıştır. Buna istinaden, elde edilen bulgulardan araştırma soruları kapsamında tablolar oluşturulmuş ve yorumlanmıştır. Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin, veri elde edilen destinasyon açısından dağılımının incelenmesi amacıyla Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1: Veri elde edilen destinasyon açısından dağılımı

Veri Elde Edilen Destinasyon	f	%
İspanya	21	70,0
Avustralya	3	10,3
Hırvatistan	2	6,9
İtalya	1	3,4
Yunanistan	1	3,4
Türkiye	1	3,4
İtalya-İspanya	1	3,4
Toplam	30	100

Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine gerçekleştirilen çalışmalar ile ilgili veri elde edilen destinasyonların incelenmesi, söz konusu ilişki üzerine hiç incelemeye alınmamış veya az sayıda inceleme yapılmış destinasyonların belirlenmesi bu alanda akademik açıdan gelişimin sağlanabilmesi için önem arz etmektedir. Tablo 1'e bakıldığında, zeytinyağı ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkinin ortaya koyulması açısından en fazla veri elde edilen destinasyonun "İspanya" olduğu görülmektedir.

Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makaleler, yayım yılı ve atıf sayısı dahilinde diğer bir deyişle alana katkı sağlaması açısından değerlendirilmesi amacıyla Tablo 2 oluşturulmuştur.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo2: Alana katkı: Yayım yılı ve atıf sayısı açısından dağılımı

Makalenin Adı	Yazar	Yayım Yılı	Atıf Sayısı
The development of olive tourism in Western Australia: A case study of an emerging tourism industry	Alonso, A.D., Northcote, J.	2010	33
Food heritage down under: Olive growers as mediterranean 'food ambassadors'	Alonso, A.D., Krajsic, V.	2013	31
Territory, tourism and local products. The extra virgin oil's enhancement and promotion: A benchmarking Italy-Spain	De Salvo, P., Mogollón, J.M.H., Di Clemente, E., Calzati, V.	2013	31
Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development	Campón-Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J.A., Hernández-Mogollón, J.M.	2017	30
Olives, hospitality and tourism: A Western Australian perspective	Alonso, A.D.	2010	29
Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain)	Millán-Vazquez de la Torre, M.G., Arjona-Fuentes, J.M., Amador-Hidalgo, L.	2017	27
An Exploratory Study Of Olive Tourism Consumers	López-Guzmán, T., Morales, P.M. C., Cuadra, S.M., Orgaz-Agüera, F.	2016	18
The Potential for Olive Oil Tourism as an Economic Diversification for the Cooperative Agricultural Sector: The Spanish Case	Molina Moreno, V., Quesada Rubio, J.M., Ruiz Guerra, I.	2011	18
Introducing olive-oil tourism as a special interest tourism	Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I.	2019	17
Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the south of Spain (Andalusia)	Millán, M.G., Pablo-Romero, M.P., Sánchez-Rivas, J.	2018	14
Extra-virgin olive oil production sustainability in northern Italy: A preliminary study	Menozzi, D.	2014	14
Analysis of supply and demand of oleotourism in southern Spain: A case study	Millán, M.G., Pablo-Romero, M.P., Sánchez-Rivas, J.	2011	9
Tourists' behavioural analysis on olive oil consumption: Empirical results	Sabbatini, V., Manthoulis, G., Baourakis, G., Drakos P. Angelakis, G., Zopounidis, C	2016	8
Oleotourism: Local actors for local tourism development	Tregua, M., D'Auria, A., Marano-Marcolini, C.	2018	8
Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain	Folgado-Fernández, J.A., Campón-Cerro, A.M., Hernández-Mogollón, J.M.	2019	7
Requirements for development of olive tourism: The case of Croatia	Čehić, A., Mesić, Ž., Oplanić, M.	2020	6
Comparison of the profile of wine and olive oil tourists in Spain. A case study	de la Torre, G.M.V., Pérez, L.M.	2014	6
Intangibles olive oil as a competitive advantage	Guerra, I.R., López, V.M.M., Moreno, V.M.	2012	6

OGLAK YAYINLARI

Characterization of Olive Oil Tourism as a Type of Special Interest Tourism: An Analysis from the Tourist Experience Perspective	Parrilla-González, J.A.; Murgado-Armenteros, E.M.; Torres-Ruiz, F.J.	2020	3
Relationship between consumermotivation and the gastronomic experience of olive oil tourism in Spain	Moral-Cuadra, S., de la Cruz, R.A., López, R.R., Cuadrado, E.S.	2020	3
Characteristics of the olive-oil tourism offer. Internal structuring to operate in the tourist market	Carrillo-Hidalgo, I., Casado-Montilla, J., Pulido-Fernández, J.I.	2019	3
Motivation and satisfaction of olive oil tourists in Spain. The case of Andalucía	Moral Cuadra, S., López-Guzmán, T., Orgaz Agüera, F., Cañero Morales, P.	2017	3
Understanding the behaviour of olive oil tourists: A cluster analysis in southern Spain	Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I.	2020	2
Olive tourism in rural areas. A case study in Spain	López-Guzmán, T., Cuadra, S.M., Morales, P.C., Orgaz-Agüera, F.	2017	2

Tablo3: Atıf almayan makaleler açısından dağılımı

Analysis of the demand behavior of the olive oil tourism from the supply perspective	Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I	2021
Olive tourism: Understanding visitors' motivations	Oplanić, M., Čop, T., Čehić, A.	2021
What does the olive oil tourist value at the destination? A criterion for olive oil tourism segmentation	Murgado-Armenteros, E.M., Parrilla-González, J.A., Medina-Viruel, M.J.	2021
Sustainable development of oleotourism: An analysis of the collaboration between actors	Carrillo-Hidalgo, I., Casado-Montilla, J., Pulido-Fernández, J.I.	2021
The effects of local food and local products with geographical indication on the development of tourism gastronomy	Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S., Sandıkçı, M.	2021
Residents' attitude and emotional response to Oleotourism: a case study of Extremadura (Spain)	Di-Clemente, E., Campón-Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J.A., Hernández-Mogollón, J.M	2021

Tablo 2'de zeytinyağı ve gastronomi turizmi açısından alanyazına katkı sağlayan makaleler yer almaktadır. Zeytinyağı ve gastronomi turizmi açısından alana katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen araştırma kapsamındaki Tablo 2'de toplamda otuz makalenin yirmi dördünün atıf aldığı görülmektedir. Ayrıca, Tablo 3'te ise atıf almayan makaleler yer almaktadır ve bu makalelerin tamamının (6) yayım yılının 2021 olması nedeniyle alana katkı sağlayamadığı düşünülmektedir.

Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine ve veri analiz tekniğine ilişkin makalelerin dağılımı Tablo 4' de yer almaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo4: Araştırma yöntemleri ve veri toplama tekniğine ilişkin dağılım

Araştırma Yöntemleri	**Veri Toplama Tekniği**		
	Ampirik	Nicel	16
		Nitel	7
		Karma	4
	Ampirik Olmayan	Alan Yazın Tarama	3
Toplam			**30**

Tablo 4'e bakıldığında, zeytinyağı ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiyi inceleyen makalelerin çoğunluğunun (16) nicel araştırma yönteminin tercih edildiği görülmektedir. Ampirik çalışmalar boyutunda diğer makaleler incelendiğinde nicel araştırma yöntemini, nitel araştırma yöntemi (7) ve karma araştırma yöntemi (4) izlemektedir. Bu doğrultuda, söz konusu ilişkiyi inceleyen üç ampirik olmayan çalışmanın verileri ise alanyazın tarama aracılığıyla elde edilmektedir.

Zeytinyağı temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin, konu başlıkları açısından gerçekleştirilen inceleme sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo5: Konu başlıklarına göre dağılımı

	2021	**2020**	**2019**	**2018**	**2017**	**2016**	**2014**	**2013**	**2012**	**2011**	**2010**	**Toplam**	
Konu												**f**	%
Zeytinyağı Turizmi ve Sürdürülebilirlik	1			1			1					3	8,5
Kırsal Alan Gelişimi ve Zeytinyağı Turizmi					4							4	11,4
Gastronomi ve Zeytinyağı Turist Motivasyonu	1	1			1					1		4	11,4
Zeytinyağı Turizmi Gelişimi		1	1	1					1		1	5	14,2
Zeytinyağı Turizmi ve Yerel Ürün Pazarlama			1		1			1				3	8,5
Yerel Turizm ve Zeytinyağı Turist Davranışları	4	1		1		1						7	20,0
Zeytinyağı Turist Deneyimi		3				1					1	5	14,2
Gastronomik Kimlik	1	1						1				3	8,5
Zeytinyağı Turizmi ve Ekonomik Sürdürülebilirlik										1		1	2,8

GELAK YAYINLARI

Tablo 5'e bakıldığında, zeytinyağı ve gastronomi ilişkisini inceleyen makalelerin çoğunluğunun (7) yerel turizm ve zeytinyağı turisti davranışları konu başlığı ile ilgili araştırma problemlerini geliştirdikleri görülmektedir. Yerel turizm ve zeytinyağı turisti davranışları ile ilgili incelemelerde, özellikle yerel ürünlerin turizme etkisi, yerel halkın turiste davranışları, turistin yerel halka davranışları gibi konulara dikkat çekildiği belirlenmiştir. Yerel turizm ve zeytinyağı turisti davranışları konu başlığını sırasıyla; zeytinyağı turizminin gelişimi (5), zeytinyağı turist deneyimi (5) kırsal alan gelişimi ve zeytinyağı turizmi (4), gastronomi ve zeytinyağı turist motivasyonu (4), zeytinyağı turizmi ve sürdürülebilirlik gibi konulardan oluşmaktadır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Zeytinyağı ve gastronomi arasındaki ilişki, seyahat motivasyonu ve turizm olayının gelişimini sağlama konusunda oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda zeytinyağı temalı gastronomi turizmi olayı, destinasyon yöneticileri ile akademisyenlerin ilgi alanı içinde yer alır. Bu bağlamda bu çalışma hem destinasyon yöneticilerine hem de akademisyenlere zeytinyağı ve gastronomi ilişkisini ortaya çıkarmak, alan yazındaki eksikleri ortaya koyabilmek ve derinlemesine irdelenmesi sağlamak amacıyla sistematik derleme yöntemiyle gerçekleştirilmektedir.

Çalışma, zeytinyağı ve gastronomi turizmi ilişkisini alanyazın ışığında incelemekte, sistematik hale getirmek ve çalışma evreni kısıtında hangi boyutlarda eksiklerinin olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede zeytinyağı ve gastronomi turizmi ilişkisini irdeleyen makalelerin; araştırma dahilinde hangi destinasyonları içerdiği, hangi konuların derinlemesine irdelendiği, alana katkısı, araştırma yöntemi ve veri toplama tekniklerinin ne olduğu sistematik bir şekilde derlenerek ortaya çıkarılması sonucunda çeşitli bulgular elde edilmektedir.

Zeytinyağının çoğunluğunun Akdeniz ülkelerinde olduğu bilinmektedir. Çalışma konusu ile ilgili makaleler incelendiğinde özellikle veri toplama destinasyon tercihlerinin Akdeniz ülkeleri arasından yoğun olarak İspanya üzerinde olduğu görülmektedir. Öncelikli olarak çalışma evreni kısıtı nedeniyle ilgili makalelere ulaşılamamış olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, zeytinyağı turizmi ile ilgili makaleler incelendiğinde son yıllarda konu ile ilgili daha yoğun bir çalışma yapıldığı tespit edilmiştir.

Zeytinyağı ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen makalelerin yayım yıllarının özellikle içerisinde bulunduğumuz yıl olması, alana katkısının az olması nedenini destekler niteliktedir. Çalışma konusu ile ilgili makalelerin araştırma yöntemleri ve veri toplama tekniklerinde ağırlıklı olarak nicel araştırma yöntemlerinin tercih edilmesi bir

OĞLAK YAYINLARI

diğer dikkat çeken sonuçtur. Bununla birlikte, çalışma konusu ile ilgili incelenen makaleler konu başlıkları dahilinde değerlendirildiğinde, ağırlıklı olarak yerel turizm ve zeytinyağı turisti davranışları, zeytinyağı turizminin gelişimi, zeytinyağı turist deneyimi, kırsal alan gelişimi ve zeytinyağı turizmi, gastronomi ve zeytinyağı turist motivasyonu, zeytinyağı turizmi ve sürdürülebilirlik gibi konulardan oluştuğu belirlenmiştir. Zeytinyağı turizmi ve ekonomik sürdürülebilirlik, zeytinyağı turizmi ve sürdürülebilirlik, gastronomik kimliği boyutlarının alanyazında yeterli bir şekilde incelenmediği tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

Alonso, A.D. ve Northcote, J. (2010). "The Development of Olive Tourism in Western Australia: A Case Study of an Emerging Tourism Industry". *International Journal Of Tourism Research*, 12, 696-708. doi: 10.1002/jtr.786

Alonso, A.D. ve Krajsic, V. (2013). "Food Heritage Down Under: Olive Growers As Mediterranean 'Food Ambassadors'". *Journal of Heritage Tourism*, 8 (2-3), 158-171. doi: 10.1080/1743873X.2013.767807

Alonso, A. D. (2010). "Olives, Hospitality And Tourism: A Western Australian Perspective". *British Food Journal*, 112 (1), 55-68. doi:10.1108/00070701011011209

Campón-Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J.A. ve Hernández-Mogollón, J.M. (2017). "Rural Destination Development Based On Olive Oil Tourism: The Impact Of Residents' Community Attachment And Quality Of Life On Their Support For Tourism Development". *Sustainability*, 9(9), 1624, 2-16. doi:10.3390/su9091624

Carrillo-Hidalgo, I., Casado-Montilla, J. ve Pulido-Fernández, J.I.(2019). "Characteristics Of The Olive-Oil Tourism Offer. Internal Structuring To Operate In The Tourist Market". *Espacios*, 40 (32). Retrieved from www.scopus.com

Carrillo-Hidalgo, I., Casado-Montilla, J., ve Pulido-Fernández, J.I. (2021). "Sustainable Development Of Oleotourism: An Analysis Of The Collaboration Between Actors". *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 19-38. Retrieved from www.scopus.com

Čehić, A., Mesić, Ž. ve Oplanić, M.(2020). "Requirements For Development Of Olive Tourism: The Case Of Croatia". *Tourism and Hospitality Management*, 26(1), 1-14. doi:10.20867/thm.26.1.1

De Salvo, P., Mogollón, J.M.H., Di Clemente, E., ve Calzati, V. (2013). "Territory, Tourism and Local Products - The Extra Virgin Oil's Enhancement and Promotion: A Benchmarking Italy-Spain", *Tourism & Hospitality Management*, 19 (1), 23-34. doi: 10.20867/thm.19.1.2

De la Torre, G.M.V. ve Pérez, L.M.(2014). "Comparison Of The Profile Of Wine And Olive Oil Tourists In Spain. A Case Study". *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), 167-188. doi: 10.11144/Javeriana.CRD11-74.cpec

Di-Clemente, E., Campón-Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J.A. ve Hernández-Mogollón, J.M. (2021). "Residents' Attitude and Emotional Response To Oleotourism: A Case Study Of Extremadura (Spain)". *Tourism Recreation Research*, Retrieved from www.scopus.com

OĞLAK YAYINLARI

Folgado-Fernández, J.A., Campón-Cerro, A.M. ve Hernández-Mogollón, J.M.(2019). "Potential Of Olive Oil Tourism In Promoting Local Quality Food Products: A Case Study Of The Region Of Extremadura, Spain". *Heliyon*, 5 (10), 1-8. doi:10.1016/j.heliyon.2019.e02653

Guerra, I.R., López, V.M.M. ve Moreno, V.M.(2012). "Intangibles Olive Oil as A Competitive Advantage". *Intangible Capital*, 8(1), 150-180. doi: 10.3926/ic.247

Hernández-Mogollón, J.M., Di-Clemente, E., Folgado-Fernández, J.A.ve Campón-Cerro, A.M. (2019). "Olive Oil Tourism: State of Art". *Tourism and Hospitality Management*, 25 (1), 1-29. doi: 10.20867/thm.25.1.5

Karasözen, B., Bayram, Ö.G.,ve Zan,B.U. (2011). "Wos ve Scopus Veri Tabanlarının Karşılaştırması". *Türk Kütüphaneciliği*, 25(2), 238-260. http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/370

Lin, C-H. (2014). "Effects of Cuisine Experience, Psychological Well-Being, and Self-Health Perception on the Revisit Intention of Hot Spring Tourists". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38 (2), 243-265. doi: 10.1177/1096348012451460

López-Guzmán, T., Cuadra, S.M., Morales, P.C. ve Orgaz-Agüera, F.(2017). "Olive Tourism in Rural Areas. A Case Study in Spain". *Tourismos*, 12(1), 126-147. Retrieved from www.scopus.com

López-Guzmán, T., Morales, P.M. C., Cuadra, S.M. ve Orgaz-Agüera, F. (2016). "An Exploratory Study of Olive Tourism Consumers". *Tourism and Hospitality Management*, 22(1), 57-68. doi: 10.20867/thm.22.1.1

López-Guzmán, T. and Sánchez-Cañizares, S. (2012). "Culinary Tourism in Córdoba (Spain)". *British Food Journal*, 114 (2-3), 168-179. doi: 10.1108/00070701211202368

Menozzi, D. (2014). "Extra-Virgin Olive Oil Production Sustainability in Northern Italy: A Preliminary Study". *British Food Journal*, 116(12), 1942-1959. doi:10.1108/BFJ-06-2013-0141

Millán, M.G., Pablo-Romero, M.P. ve Sánchez-Rivas, J. (2011). "Analysis of Supply and Demand of Oleotourism in Southern Spain: A Case Study". *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(67), 181-202. Retrieved from www.scopus.com

Millán, M.G., Pablo-Romero, M.P. ve Sánchez-Rivas, J. (2018). "Oleotourism as a Sustainable Product: An Analysis Of Its Demand In The South Of Spain (Andalusia)". *Sustainability*, 2018, 10 (1), 101, 2-19. doi:10.3390/su10010101

Millán-Vazquez de la Torre, M.G., Arjona-Fuentes, J.M. ve Amador-Hidalgo, L. (2017). "Olive oil tourism: Promoting rural development in Andalusia (Spain)". *Tourism Management Perspectives*, 21 (1), 100-108. doi:10.1016/j.tmp.2016.12.003

Molina Moreno, V., Quesada Rubio, J.M. ve Ruiz Guerra, I. (2011). "The Potential for Olive Oil Tourism as an Economic Diversification for the Cooperative Agricultural Sector: The Spanish Case". *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 17 (3), 533-541. Retrieved from www.scopus.com

Molz, J.G. (2007). "Eating Difference: The Cosmopolitan Mobilities of Culinary Tourism". *Space and Culture*, 10 (1), 77-93. doi: 10.1177/1206331206296383

Mongeon,P.ve Paul Hus, A. (2016). "The Journal Coverage of Web of Science an Scopus: A Comparative Analysis". *Scientometrics*, 106, 213-228. Retrieved from www.scopus.com

OĞLAK YAYINLARI

Moral-Cuadra, S., de la Cruz, R.A., López, R.R. ve Cuadrado, E.S. (2020). "Relationship Between Consumer Motivation and the Gastronomic Experience of Olive Oil Tourism in Spain". *Sustainability*, 12(10), 4178, 1-15. doi:10.3390/su12104178

Moral Cuadra, S., López-Guzmán, T., Orgaz Agüera, F. ve Cañero Morales, P.(2017). "Motivation And Satisfaction of Olive Oil Tourists In Spain. The Case of Andalucía", *Espacios*, 38(58). Retrieved from www.scopus.com

Murgado-Armenteros, E.M., Parrilla-González, J.A. ve Medina-Viruel, M.J. (2021). "What Does The Olive Oil Tourist Value At The Destination? A Criterion For Olive Oil Tourism Segmentation". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 25, 2-8. doi: 10.1016/j.ijgfs.2021.100378

Oplanić, M., Čop, T., Čehić, A. (2021). "Olive Tourism: Understanding Visitors' Motivations". *Acta Turistica*, 32 (2), 141-167. doi: 10.22598/AT/2020.32.2.141

Pamukçu, H., Saraç, Ö., Aytuğar, S. ve Sandıkçı, M. (2021)."The Effects Of Local Food And Local Products With Geographical Indication On The Development Of Tourism Gastronomy". *Sustainability*, 13 (12), 6692, 2-13. doi: 10.3390/su13126692

Parrilla-González, J.A., Murgado-Armenteros, E.M. ve Torres-Ruiz, F.J. (2020). "Characterization of Olive Oil Tourism as a Type of Special Interest Tourism: An Analysis from the Tourist Experience Perspective". *Sustainability*, 12(15), 6008, 2-10. doi:10.3390/su12156008

Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I (2021). "Analysis of the Demand Behavior of the Olive Oil Tourism From the Supply Perspective". *Investigaciones Turisticas*, (21), 67-85. doi: 10.14198/INTURI2021.21.4

Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. ve Carrillo-Hidalgo, I. (2019). "Introducing Olive-Oil Tourism As A Special Interest Tourism". *Heliyon*, 5(12), 1-8. doi: 10.1016/j.heliyon.2019.e02975

Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. ve Carrillo-Hidalgo, I.(2020). "Understanding the Behaviour of Olive Oil Tourists: A Cluster Analysis in Southern Spain". *Sustainability*, 12(17), 6863, 1-21. doi:10.3390/su12176863

Richards, G. (2012), Food and the Tourism Experience, in WTO (Ed.), "Global Report on Food Tourism", UNWTO, Madrid, 20-21.

Ryu, K. and Jang, S. (2006). "Intention to Experience Local Cuisine in a Travel Destination: The Modified Theory of Reasoned Action", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(4), 507-516. doi: 10.1177/1096348006287163.

Sabbatini, V., Manthoulis, G., Baourakis, G., Drakos P. Angelakis, G. ve Zopounidis, C. (2016). "Tourists' Behavioural Analysis On Olive Oil Consumption: Empirical Results". *International Journal of Tourism Policy*, 6(2), 136-146. doi:10.1504/IJTP.2016.077968

Taşkın, Z., Doğan, G., Akça, S., Şencan, İ. ve Akbulut, M. (2016). "Scopus Dergi Seçim Kriterleri Üzerine Bir Değerlendirme". *Türk Kütüphaneciliği*, 30 (1), 8-19. http://www.tk.org.tr/index.php/TK/article/view/2610

Tregua, M., D'Auria, A. ve Marano- Marcolini, C. (2018). "Oleotourism: Local Actors for Local Tourism Development". *Sustainability*, 10(5), 1492, 2-20. doi:10.3390/su10051492

OĞLAK YAYINLARI

BEŞİNCİ BÖLÜM
HATIRLANABİLİR GASTRONOMİK DENEYİM: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Arş. Gör. Eda ALPHAN[1]

1. GİRİŞ

Bu araştırma, hatırlanabilir gastronomik deneyimler üzerine yapılmış çalışmaların sistematik bir biçimde ele alındığı bir derleme çalışmasıdır. Araştırma kapsamında veri toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmıştır. Buna göre literatürde konuyla ilgili yapılmış araştırmalar belirli kriterler dahilinde incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Bu kapsamda araştırmada örnekleme yöntemi olarak 'ölçüt örnekleme yöntemi' kullanılmıştır. Araştırmada incelenen makalelere erişim sağlamak amacıyla '*Web of Science*' ve '*Science Direct*' veri tabanları taranmıştır. İlgili tarama gerçekleştirilirken, konuyla ilgili yapılmış 'İngilizce' makaleler araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Makaleler taranırken 'memorable gastronomic experience', 'memorable food experience', 'memorable dining experience' ve 'memorable meal experience' anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Yazarlar tarafından farklı bağlamlar içerisinde ele alınan bu araştırmalar, mevcut araştırma kapsamında 'Hatırlanabilir Gastronomik Deneyimler' başlığı altında toplanarak ele alınmıştır. Çünkü bu araştırmada, çeşitli bağlamlarda incelenen bu çalışmaların ortak noktasının 'gastronomik birer deneyim olması' fikri benimsenmiştir.

Hatırlanabilir gastronomik deneyimi ele alan çalışmalar özellikle 2017 yılı ve sonrasında artış gösterdiği için konuyla ilgili yapılmış makalelerin sayısı oldukça azdır. Hatırlanabilir deneyime ilişkin yapılan çalışmalar genel olarak 'hatırlanabilir turizm deneyimleri' üzerinden gerçekleşmiştir. Ancak 2019 yılı ve sonrasında 'hatırlanabilir gastronomik deneyim' konusuna olan ilginin arttığı ve 2020- 2021 yıllarında yeni araştırmaların yapılmaya devam ettiği göze çarpmaktadır. Bu durum hatırlanabilir gastronomik deneyim konusunun, deneyim literatürü içerisinde artan bir öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Deneyim ekonomisinin temel çalışmalarından biri olarak kabul edilen Pine ve Gilmore (1998) ve Pine (2002) araştırmalarında, işletmelerin hizmet sunumu odaklı yaklaşımı bırakarak, sahneleme odaklı yaklaşıma geçiş yaptıklarını bildirmişlerdir. Araştırmacılar bu söylemleriyle müşterilerin hizmet alımı esnasında yalnızca 'kaliteli yiyecek' arayışlarının olmadığını, bununla birlikte eşsiz ve hatırlanabilir deneyimler yaşama arzusunda olduklarını ifade etmişlerdir. Bu anlayışı benimseyen işletmelerin artan rekabet ortamında kendilerini benzer şekilde faaliyet gösteren diğer işletmelerden ayrıştırabileceklerini

1 Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, *edaalphan@akdeniz.edu.tr*

OĞLAK YAYINLARI

de eklemişlerdir. Çünkü iyi şekilde sahnelenmiş deneyim kişilerin o deneyime ilişkin hatıralarını daha güçlü şekilde hatırlamalarını sağlayarak, destinasyona ilişkin pozitif bir tutum sergilemelerine neden olacaktır. Benzer şekilde restoranlar açısından da hatırlanabilir deneyimler yaratmak değişen müşteri taleplerini karşılamak açısından önemli görülmekte, özellikle de müşterilerin geçmiş deneyimlerini anlayarak, gelecekteki satın almalarına yön verecek şekilde planlamalar yapmak gerekmektedir (Cao vd., 2019).

Hatırlanabilir yemek deneyimi, kişilerin deneyimlerine ilişkin özel anlarını detaylı ve canlı bir şekilde hatırlayarak, bu deneyimlerine ilişkin subjektif bir şekilde değerlendirmede bulunup verdikleri duygusal tepkilerden oluşmaktadır (Lashley vd., 2005; Cao vd., 2019). Bu bağlamda bakıldığında bir gastronomik deneyimin hatırlanması olayı büyük ölçüde bireylerin kişisel özellikleri ile bilişsel değerlendirmelerine bağlıdır. Ancak bu durum yalnızca bireylerin özellikleriyle sınırlı olmamakta, aynı zamanda bireyin etkileşim içerisinde bulunduğu sosyal çevre içerisindeki uyaranların az ya da çok olması durumuna da bağlı olmaktadır. Bu durumda hizmet sağlayıcılara düşen görev, deneyimin gerçekleştiği bağlama bakılmaksızın bireylerin etkileşim içerisinde bulunduğu sosyal çevre içerisinde yer alan uyaranların (yemeğin kalitesi, ortam, hatırda kalıcı hizmet kalitesi vb. gibi) düzeyini arttırmaya yönelik çabalarda bulunmaktır.

Hatırlanabilir deneyime ilişkin yapılan akademik araştırmalar, hatırlanabilir deneyimlerin yapısının anlaşılması ve bireylerin deneyimlerinin ne şekilde zenginleştirilebileceğinin anlaşılması noktasında önem taşımaktadır. Bu bağlamda literatürde özellikle hatırlanabilir turizm deneyimlerinin yapısını ve bileşenlerini ortaya koyan pek çok araştırma bulunmaktadır (Kim vd., 2012; Kim, 2013; Kim, 2014; Chandralal vd., 2015; Park ve Santos, 2017; Chen ve Rahman, 2017; Sthapit ve Jiménez- Barreto, 2018; Yu vd., 2019; Chen vd., 2020; Seyfi vd., 2020). Hatırlanabilir turizm deneyimlerine yönelik yapılan bu araştırmalarda hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin çıkarımlarda bulunulmuş olsa da bu çalışmalar temelde hatırlanabilir deneyimleri yalnızca turizm bağlamında ele almıştır. Ancak turizm bağlamı dışında da gastronomik deneyimler yaşanmakta, bu deneyimlerin ne şekilde hatırlandığına ilişkin de araştırmalar yapılmaktadır. Örneğin; restoran, ev, festival, mutfak kursu gibi bağlamlarda gerçekleşen gastronomik deneyimlerin de hatırlanabilir deneyimler olduğunu ele alan çalışmalar mevcuttur. Bu yüzden bu çalışmaların tek bir çatı altında ele alınıp 'hatırlanabilir gastronomik deneyimler' altında incelenmesi, araştırmada benimsenen yaklaşımı ortaya koymaktadır.

Bu araştırmanın amacı, son zamanlarda artan bir ilgiyle araştırılan ve hatırlanabilir deneyimler içerisinde önemli bir yere sahip olan hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin yapılan çalışmaları sistematik olarak bir araya getirerek, konuyla ilgili özellikle de Türkçe literatürde gerçekleştirilecek araştırmalara ışık tutmaktır. Çünkü Türkçe

OĞLAK YAYINLARI

literatürde direkt olarak 'hatırlanabilir gastronomik deneyim' özelinde yapılan çalışmalar neredeyse yok denecek kadar azdır. Belirtilen amaç doğrultusunda yapılan sistematik derleme çalışmasıyla şu sorulara cevap verilmeye çalışılmıştır:

1. Yabancı literatürde hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin yapılan araştırmalar hangi yıllarda yapılmıştır?
2. Konuya ilişkin yapılan bu araştırmalar hangi dergilerde yayınlanmıştır?
3. Yapılan makalelerin yayınlandığı dergiler hangi veri tabanlarında taranmaktadır?
4. Söz konusu araştırmalarda kullanılan anahtar kelimeler nelerdir, bu kelimelerin tekrar sıklığı nedir?
5. Hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin olarak yapılan araştırmalara hangi üniversite ya da eğitim kurumundan, hangi yıllarda ve ne sıklıkla katkı sağlanmıştır?
6. Bu araştırmalara hangi ülkelerden ne sıklıkla katkı sağlanmıştır?
7. Araştırmalar gerçekleştirilirken hangi yöntemler benimsenmiştir?
8. Bu yöntemleri uygulayabilmek için kullanılan veri toplama yöntemleri nelerdir?
9. Araştırmadan elde edilen verileri analiz etmek amacıyla hangi yöntemler kullanılmıştır?
10. Yapılan araştırmalar neticesinde hatırlanabilir gastronomik deneyimin bileşenleri olarak neler belirlenmiştir?

2. YÖNTEM

Mevcut araştırma kapsamında araştırma evreni olarak, Web of Science ve Science Direct veri tabanlarında 'Hatırlanabilir gastronomik deneyime' ilişkin olarak yapılan araştırmalar incelemeye alınmıştır. Bu tarama neticesinde belirlenen anahtar kelimeler ve konunun kapsamı doğrultusunda yapılmış 13 makaleye erişim sağlanarak bu makaleler incelenmiştir. Buna göre araştırma evreninin tamamına ulaşıldığı söylenebilir.

Bu araştırma kapsamında daha önceden belirtilen kriterlere göre seçilen makaleler sistematik bir biçimde incelenerek bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmiştir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak doküman analizi kullanılmış, alan yazın taraması ise Web of Science (WOS) veri tabanı ile Science Direct veri tabanları taranarak gerçekleştirilmiştir. Alanyazında belirlenen anahtar kelimeler kullanılarak yapılan tarama neticesinde Türkçe yayına rastlanmamıştır. Bu nedenle konuyla ilgili olarak yalnızca 'İngilizce' yayınlar incelemeye alınmıştır. Anahtar kelime kullanımı esnasında yalnızca 'hatırlanabilir gastronomik deneyim' özelinde yapılan çalışmalar araştırma kapsamına dahil edilmiştir. 'Hatırlanabilir Turizm Deneyimleri' olarak genel bir arama yapılmamıştır. Bunun nedeni Hosseini vd (2021) tarafından yapılan araştırma kapsamında hatırlanabilir turizm deneyimlerine yönelik çalışmaların sistematik derleme şeklinde ele alınmış olmasıdır. Mevcut araştırma kapsamında ise hatırlanabilir deneyimler

OĞLAK YAYINLARI

gastronomik deneyimler özelinde ele alınarak, konuyla ilgili yapılan araştırmalar bu kapsamda incelenmiştir.

3. BULGULAR

3.1 Araştırmaların Yayınlandığı Dergiler ve Yayın Yılları

Hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin yapılan çalışmaların yayınlandığı dergiler ve yayın yılları incelendiğinde, bu çalışmaların ilk olarak 2015 yılında yapılmaya başlandığı göze çarpmaktadır. Hatırlanabilir turizm deneyimlerini ele alan araştırmalar incelendiğinde ise bu çalışmaların 2012 yılında yapılmaya başlandığı, 2019 ve sonrasında ise bu konuya olan ilginin arttığı göze çarpmaktadır (Hosseini vd, 2021). Bu bağlamda bakıldığında hatırlanabilir deneyimleri gastronomik deneyim kapsamında ele alan araştırmaların da 2019 ve sonrasında artış gösterdiği ve bu konuya olan ilginin 2020 yılı ve sonrasında da artarak devam ettiği görülmektedir. Dolayısıyla hatırlanabilir gastronomik deneyimi ele alan araştırmaların gastronomi literatürü açısından nispeten yeni bir çalışma alanı olarak ortaya çıktığı yorumu yapılabilir.

Tablo 3.1' de yer alan bilgiler incelendiğinde hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin ilk makalenin 2015 yılında Piqueras-Fiszman ve Jaeger tarafından yapıldığı ve bu makalede günlük yemek deneyimlerinin hatırlanabilirliğinin konu alındığı görülmüştür. Bu makale 'Food International' dergisinde yayınlanmıştır. Yazarların hatırlanabilir yemek deneyimi ile duyguları ilişkilendirerek yaptıkları bir diğer araştırma da yine aynı tarihte ve dergide yayınlanmıştır. Yayınların yapıldığı dergilere ilişkin yapılan inceleme sonucunda 2015 ve 2016 yılında yapılan makaleler hariç, diğer makalelerin tamamının 'turizm dergilerinde' yayınlandığı görülmektedir. Bu dergilerin üç tanesi hem Web of Science (WOS), hem de Science Direct veri tabanlarında taranırken, geri kalan altısı ise yalnızca Web of Science veri tabanında taranmaktadır.

Tablo1: 2015-2021 yılları arasında hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin araştırmalar yayınlayan akademik dergiler

Dergi İsmi	Yıl	Veri Tabanı	Makale Sayısı	Toplam (%)
Journal of Hospitality Marketing & Management	2019-2020	Wos	2	%15
International Journal of Hospitality Management	2019	Wos-Science Direct	1	%8
Journal of Travel Research	2017	Wos	1	%8
Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	2017-2019	Wos	2	%15
Anatolia- An International Journal of Tourism and Hospitality Research	2017	Wos	1	%8
Journal of Hospitality & Tourism Research	2018-2021	Wos	2	%15

OĞLAK YAYINLARI

International Journal of Contemporary Hospitality Management	2021	Wos	1	%8
Food Research International	2015	Wos- Science Direct	2	%15
Appetite	2016	Wos- Science Direct	1	%8
TOPLAM			**13**	**100**

3.2 Hatırlanabilir Gastronomik Deneyimle İlgili Yapılan Makalelerde Kullanılan Anahtar Kelimeler

Tablo 2'de Hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin yayınlanan makalelerde kullanılan anahtar kelimeler yer almaktadır. Buna göre bu kelimeler içerisinde en sık tekrar edilenler olarak dikkat çekenler 'food tourism, culinary tourism, memorable tourism experience ya da memorable dining experience, emotion, memory' gibi kelimelerdir. Bu anahtar kelimelere bakılarak hatırlanabilir gastronomik deneyimin genel olarak hangi kavramlarla ilişkilendirildiğini anlayabilmek de mümkündür. Örneğin bazı makalelerde hatırlanabilir gastronomik deneyim ve duygular ilişkilendirilmiş iken, bazılarında hatırlanabilir gastronomik deneyim yerel yiyecekler bağlamında ele alınmıştır.

Tablo2: Hatırlanabilir gastronomik deneyim için kullanılan anahtar kelimeler

Anahtar Kelimeler	
Makalelerde Yer Alan Orijinal Hali	**TÜRKÇESİ**
*Food Tourism***	Yiyecek Turizmi
*Culinary Tourism**	Mutfak Turizmi
*Memorable Tourism Experiences**	Hatırlanabilir Turizm Deneyimleri
*Memorable Dining Experience**	Hatırlanabilir Yemek Deneyimi
*Local Food **	Yerel Yiyecekler
*Memorability**	Hatırlanabilirlik
*Gastronomy Experience**	Gastronomi Deneyimi
*Memory**	Hafıza
*Emotion**	Duygu
*Emotional Intensity Scale (Eis)**	Duygusal Yoğunluk Ölçeği
*Context Factors**	Bağlam Faktörleri
*Finland**	Finlandiya
Memorable Dining Experience	Hatırlanabilir Yemek Deneyimi
Memorable Culinary Experiences	Hatırlanabilir Mutfak Deneyimleri
Restaurant Attribute	Restoran Özelliği
Food And Memory	Yiyecek ve Hafıza
Memories	Anılar
Local Food Experience	Yerel Yiyecek Deneyimi
Meal Memorability	Yemeğin Hatırlanabilirliği

OĞLAK YAYINLARI

Recalled Meals	Hatırlanan Yemekler
Memorable Food Experiences	Hatırlanabilir Yiyecek Deneyimleri
Fine Dining Restoran	Fine Dining Restaurant
Gastronomic Tourism	Gastronomik Turizm
Enjoyment	Haz
Savouring	Lezzetli
Positive Emotion	Pozitif Duygular
Mixed Methods	Karma Yöntem
Food Travel	Yemek Seyahati
Tourism Experiences	Turizm Deneyimleri
Authenticity	Otantizm
Food Or Culinary Tourism	Yiyecek ya da Mutfak Turizmi
Co-Creation	Eş-Yaratım
Positively Remembered Meals	Olumlu Hatırlanan Yemekler
Emotion Associations	Duygu Çağrışımları
Value-İn-Memory	Hafıza Değeri
Scale Development	Ölçek Geliştirme
Sustainable Gastro-Tourism Development	Sürdürülebilir Gastro-Turizm Gelişimi
Cultural Contrast	Kültürel Zıtlık
Cultural Adaptation	Kültürel Adaptasyon
Food Involvement Scale (Fis)	Yiyecek İlgilenim Ölçeği
Food Choice Factors	Yiyecek Seçim Faktörleri
Experience Perceptions	Deneyim Algıları
Memory-Dominant Logic	Hafıza Temelli Mantık
Restaurant Dining	Restoranda Yeme
Full-Service Restaurants	Tam Hizmet Veren Restoranlar
Consumer Research	Tüketici Araştırması
Hedonic Wellbeing	Hedonik Zindelik
Life Satisfaction	Yaşam Memnuniyeti
Tourism	Turizm
Connectedness	Bağlılık
Formative Index Construction	Biçimlendirici İndeks Yapısı
Stakeholder Theory	Paydaş Teorisi
Destination Branding	Destinasyon Markalaşması
Oktoberfest	Ekim Festivali
Consumer Segments	Tüketici Bölümlendirme
Private Body Consciousness (Pbc)	Özel Beden Bilinci
Psychographics	Psikografi

* *Tüm makaleler içerisinde üç kez tekrar eden anahtar kelimeler*

** *Tüm makaleler içerisinde iki kez tekrar eden anahtar kelimeler*

OĞLAK YAYINLARI

3.3 Ülkelere Göre Makale Sayıları

Hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin yapılan araştırmalar ülkeler bazında incelendiğinde en fazla araştırmanın Amerika Birleşik Devletleri'nde (%32) gerçekleştirildiği görülmektedir. Ardından sırasıyla Kuzey Avrupa ülkelerinden olan Finlandiya (%24), Hollanda ve Yeni Zelanda (%16) tarafından da katkı sağlandığı görülmektedir. Amerika ve Avrupa ülkeleri dışında Uzak Doğu ülkesi olarak Tayvan'da yaşayan bilim insanları tarafından da (%7) araştırma yapıldığı görülmektedir. Belirtilen dağılıma ilişkin bilgiler Tablo 3'teki gibidir:

Tablo3: Ülkelere göre makale sayıları

Ülke	Makale Sayısı	Toplam (%)
Tayvan	1	%7
Amerika Birleşik Devletleri	4	%32
Estonya / Finlandiya*	1	%7
Finlandiya	3	%24
İspanya/İngiltere*	1	%7
Almanya	1	%7
Hollanda/Yeni Zelanda*	2	%16
toplam	**13**	**100**

** Ortak yayınları ifade etmektedir.*

3.4 Hatırlanabilir Gastronomik Deneyim Konusuna Katkı Sağlayan Üniversiteler ve Araştırmaların Gerçekleştirildiği Yıl

Hatırlanabilir gastronomik deneyime ilişkin ilk araştırmaların (3 makale), 2015 yılında 'Wageningen University' ve 'The New Zealand Institute for Plant & Food Research Limited' tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Ardından California State University tarafından 2017-2021 yılları arasında konuya ilişkin araştırmalar (2 makale) gerçekleştirilmiştir. 2021 yılında en güncel şekilde konuya katkı sağlayan diğer üniversiteler ise Roosevelt University, Washington State University, Heilbronn University of Applied Sciences, Munich University of Applied Sciences ve Haaga-Helia University'dir. Bahsi geçen bilgiler tablo 4' de ele alındığı gibidir:

OGLAK YAYINLARI

Tablo4: Hatırlanabilir gastronomik deneyim konusunda çalışan üniversiteler

Üniversitelerden Gelen Katkı	Yıl	Makale Sayısı	Toplam (%)
Wageningen University/ The New Zealand Institute for Plant & Food Research Limited	2015*	3	%22
California State University/ Texas A&M University/ Virginia Tech University/	2017*	1	%8
University of Vaasa	2017	2	%14
Texas Tech University/ Susquehanna University	2018*	1	%8
University of South Carolina/ Temple University	2019*	1	%8
Haaga-Helia University/ University of Tartu/ Hanken School of Economics	2019*	1	%8
University of Valladolid/ Bournemouth University	2019*	1	%8
National Chiayi University/ Taipei City University of Science and Technology	2020*	1	%8
California State University/ Roosevelt University/ Haaga-Helia University	2021*	1	%8
Washington State University/ Heilbronn University of Applied Sciences/ Munich University of Applied Sciences	2021 *	1	%8
TOPLAM		**13**	**100**

* *Ortak yayınları ifade etmektedir.*

3.5 Araştırmaların Metodolojik Altyapısı

Hatırlanabilir gastronomik deneyimi ele alan araştırmaların metodolojik altyapısı incelendiğinde, bu çalışmalarda en çok nicel yöntemin kullanıldığı göze çarpmaktadır. Nicel yöntemler kullanılırken verilerin toplanması aşamasında anket tekniğinin kullanıldığı görülmüştür. Toplanan veriler analiz edilirken ise yapısal eşitlik modellemesi ve bu yöntemin gerektirdiği analizler; regresyon analizi ve farklılık analizleri kullanılmıştır. Araştırmalarda kullanılan bir diğer yöntem ise karma yöntemdir. Bu yöntem uygulanırken ise verilerin toplanması aşamasında derinlemesine mülakat ve anket teknikleri kullanılmıştır. Yapılan analizler ise PLS-PM, bilgisayar destekli nitel veri analizi (Computer-assisted qualitative data analysis software) ve Anova ile Tukey testi olarak sıralanabilir. Nitel yöntemler de araştırmalarda kullanılan yöntemlerden birisidir. Nitel yöntemlerin benimsendiği araştırmalarda veriler kısa açık uçlu soruların olduğu anketler, derinlemesine görüşmeler ile yarı yapılandırılmış mülakatlar yardımıyla toplanmıştır. Verilerin analizi yapılırken de tema analizi, temellendirilmiş kuram analizleri (açık kodlama-eksen kodlama-seçici kodlama) ile hafıza çalışmalarına ilişkin olarak geçmişle yüzleşme analizi gibi analizler kullanılmıştır.

ÖĞLAK YAYINLARI

Tablo5: Araştırmaların metodolojisine ilişkin bilgiler

Kullanılan Yöntem	Veri Toplama Tekniği	Yapılan Analizler	Toplam
Ölçek Geliştirme	Derinlemesine Mülakat ve Anket	• Açıklayıcı Faktör analizi, • Doğrulayıcı Faktör Analizi	1
Karma Yöntem	Derinlemesine Mülakat ve Anket	• PLS-PM, • Bilgisayar destekli nitel veri analizi (Computer-assisted qualitative data analysis software), • Anova, • Tukey testi	4
Nitel Yöntem	Anket (Açık uçlu sorular), Mülakat, Yarı yapılandırılmış görüşme,	• Geçmişle yüzleşme analizi (Memory-work analysis) • Temellendirilmiş kuram (açık kodlama-eksen kodlama-seçici kodlama) • Tema Analizi	3
Nicel Yöntem	Anket	• Doğrulayıcı Faktör analizi, • Uyum geçerliliği analizi, • Düzenleyici etki analizi, • T- testi, • Yapısal Eşitlik Modeli, • Anova, • Tukey testi, • Kümeleme analizi, • Lojistik regresyon, • Açıklayıcı faktör analizi	5
Toplam			**13**

3.6 Hatırlanabilir Gastronomik Deneyimin Bileşenleri

Hatırlanabilirlik konusunu gastronomik deneyimin bileşenleri bağlamında ele alan araştırmalarda, hatırlanabilirliği oluşturan çeşitli unsurlardan söz edilmiştir. Buna göre hatırlanabilir gastronomik deneyimin duyusal, duygusal, sosyal, bilişsel ve davranışsal yönleri bulunmaktadır (Cao vd, 2019). Bununla birlikte bu deneyimin hatırlanabilirliğini oluşturan birtakım unsurlar vardır. Bu unsurlar araştırmaların ele aldığı bağlama göre değişiklik göstermekle birlikte genel olarak; yemeğin kendisi ve duyusal özellikleri, yemeğin gerçekleştiği bağlam, yemek yenilen ortamın özellikleri, deneyimin paylaşıldığı ve eşlik edenlerin oluşturduğu sosyal çevre, otantizm, kişilerin bu deneyimi algılayış biçimi ve hedonizm şeklinde ifade edilmiştir. Bu unsurlar aynı zamanda bir deneyimin hatırlanabilirliğini arttıran uyaranlar ya da deneyimin bileşenleri olarak da görülebilir. Kişilerin bu bileşenlerle olan etkileşim düzeyi ile uyaranların yüksek veya düşük düzeyde kişiyi etkilemesi, deneyimin hatırlanabilirliği noktasında önem taşımaktadır. Bahsi geçen deneyim bileşenleri ve ilgili araştırmalar tablo 3.6' da görüldüğü gibidir:

GÜLAK YAYINLARI

Tablo6: Hatırlanabilir gastronomik deneyimin (HGD) bileşenleri

Yazarlar	Yayın Yılı	Araştırmanın İsmi	HGD Bileşenleri
Piqueras-Fiszman ve Jaeger	2015	*Food Research International*	Eşlik eden kişi, Yiyecek ve İçecekler, Duygular, Konum, İçerik (Ev, dışarı, restoran), Fiziksel durum, Zaman dilimi, Yeme olayı gerçekleşirken paralel olarak devam ettirilen aktiviteler, Yeme olayının tekrarlanma sıklığı
Sthapit	2017	*Exploring tourists' memorable food experiences: a study of visitors to Santa's official hometown*	Yerele özgü ürünler ve yiyecek özellikleri, Otantizm, Yenilik, Birliktelik ve sosyal etkileşim, Misafirperverlik, Hizmet ortamı
Williams vd	2018	*Attributes Of Memorable Gastro-Tourists' Experiences*	Kasıtlı ve tesadüfi gastro-turistler, Seyahat aşamaları, Gurmenin aldığı risk, Bağımlı ve eş yaratımlı turist- ev sahibi ilişkileri, Otantizm, Sosyallik, Duygular
Cao vd	2019	*The creation of memorable dining experiences: formative index construction*	Duyusal, Duygusal, Davranışsal, Sosyal, Bilişsel
Sthapit vd	2019	*Extending the memorable tourism experience construct: an investigation of memories of local food experiences*	Eş yaratım, Hizmet ortamı, Hedonik refah, Deneyim yoğunlaşması
Tsaur ve Lo	2020	*Measuring memorable dining experiences and related emotions in fine dining restaurants*	Üstün hizmet davranışı, Seçkin ve lezzetli mutfak, Muhteşem fiziksel çevre ve eşsiz atmosfer, Yüksek algı değeri
Stone vd	2021	*Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory*	Duyusal bağlantılar, Duygusal bağlantılar, Sosyal ve kişilerarası bağlantılar, Yenilik ve deneysel bağlantılar, Odak ve dikkat, Yansıtıcı bağlantılar

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada, hatırlanabilir deneyimler içerisinde artan bir ilgiyle araştırma konusu olan 'hatırlanabilir gastronomik deneyimlere' ilişkin sistematik bir derleme yapılmıştır. Bu konuya ilişkin yapılan araştırmalar incelendiğinde konunun daha önceleri turizm deneyimleri kapsamında ele alındığı, ancak bu şekilde ele alındığında kapsamının daha

OĞLAK YAYINLARI

dar olduğu, gastronomik deneyimler bağlamında ele alınmaya başlamasından itibaren ise kapsam olarak daha geniş bir bağlamda incelendiği ortaya çıkmıştır. Buna göre hatırlanabilir gastronomik deneyimler ev, restoran, turistik destinasyonlar, mutfak kursları, festivaller ya da müze gibi alanlarda aktiviteler gerçekleştirilirken yaşanabilen deneyimler olarak düşünülebilir. Araştırma kapsamında taranan makalelere bakıldığında, genel olarak hatırlanabilir gastronomik deneyimin yapısının ve bileşenlerinin neler olduğunu belirlemeye yönelik çalışmalar yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu araştırmalar yapılırken çoğunlukla nicel yöntemlerin kullanıldığı ancak karma ve nitel yöntemler gibi daha detaylı değerlendirmelere olanak sağlayacak yöntemlerden de faydalanıldığı görülmüştür.

Hatırlanabilir gastronomik deneyime yönelik araştırmaların 2015 yılında yapılmaya başlandığı, 2019 ve 2021 yılları arasında da yapılan çalışmalara artan bir ilgiyle yenilerinin eklenmeye devam ettiği dikkat çekmektedir. Yapılan araştırmaların yabancı literatürde olduğu ve bu araştırmalara Kuzey Avrupa ülkeleri çoğunlukta olmak üzere, Amerika ve Uzak Doğu'dan da katkı sağlandığı tespit edilmiştir. Bu durum, özellikle Türkçe literatür anlamında bu alana ilişkin büyük bir boşluğun olduğunu ve gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir araştırma alanı avantajının olduğunu açığa çıkarmaktadır. Konuyla ilgili daha önce gerçekleştirilen araştırmalar incelenerek, araştırma alanındaki boşlukların belirlenmesi ve bu boşluklar üzerine çalışılmasının araştırmacılar için faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Antón, C., Camarero, C., Laguna, M. ve Buhalis, D., (2019). "Impacts of Authenticity, Degree of Adaptation and Cultural Contrast on Travellers' Memorable Gastronomy Experiences", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(7), 743-764.

Cao, Y., Li, X. R., DiPietro, R. ve So, K. K. F., (2019). "The Creation of Memorable Dining Experiences: Formative Index Construction", *International Journal of Hospitality Management*, 82, 308-317.

Chandralal, L. ve Valenzuela, F. R., (2015). "Memorable Tourism Experiences; Scale Development", *Contemporary Management Research*, 11(3), 291-310.

Chen, H. ve Rahman, I., (2017). "Cultural Tourism: an Analysis of Engagement, Cultural Contact, Memorable Tourism Experience and Destination Loyalty", *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.

Chen, X., Cheng, Z. F. ve Kim, G. B., (2020). "Make It Memorable: Tourism Experience, Fun, Recommendation and Revisit Intentions of Chinese Outbound Tourists", *Sustainability*, 12(5), 1904.

Gilmore, J. ve Pine, B., (2002)., "Differentiating Hospitality Operations Via Experiences: Why Selling Services Is Not Enough", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(3), 87-96.

Harrington, R. J., Ottenbacher, M. C., Schmidt, L., Murray, J. C. ve von Freyberg, B., (2021). "Experience Perceptions, Memorability and Life Satisfaction: A Test and Theory Extension in The Context of Oktoberfest", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(2), 735-754.

ÖĞLAK YAYINEVİ

Hosseini, S., Cortes Macias, R. ve Almeida Garcia, F., (2021). "Memorable Tourism Experience Research: A Systematic Review of the Literatüre", *Tourism Recreation Research*, 1-15.

Kim, J. H., (2013). "A Cross-Cultural Comparison of Memorable Tourism Experiences of American and Taiwanese College Students", *Anatolia*, 24(3), 337-351.

Kim, J. H., (2014). "The Antecedents of Memorable Tourism Experiences: The Development of a Scale to Measure the Destination Attributes Associated with Memorable Experiences", *Tourism Management*, *44*, 34-45.

Kim, J. H., Ritchie, J. B. ve McCormick, B., (2012). "Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences", *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.

Park, S. ve Santos, C. A., (2017). "Exploring the Tourist Experience: A Sequential Approach", *Journal of Travel Research*, 56(1), 16-27.

Pine, B. J. ve Gilmore, J. H., (1998). "Welcome to the Experience Economy".

Piqueras-Fiszman, B. ve Jaeger, S. R., (2015). "Emotions Associated to Mealtimes: Memorable Meals and Typical Evening Meals", *Food Research International*, 76, 243-252.

Piqueras-Fiszman, B. ve Jaeger, S. R., (2015). "What makes meals 'memorable'? A consumer-centric exploration", *Food Research International*, 76, 233-242.

Piqueras-Fiszman, B. ve Jaeger, S. R., (2016). "Consumer Segmentation as a Means to Investigate Emotional Associations to Meals", *Appetite*, 105, 249-258.

Seyfi, S., Hall, C. M. ve Rasoolimanesh, S. M., (2020). "Exploring Memorable Cultural Tourism Experiences", *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357.

Sthapit, E., (2017). "Exploring Tourists' Memorable Food Experiences: A Study of Visitors to Santa's Official Hometown", *Anatolia*, 28(3), 404-421.

Sthapit, E., (2019). "Memories of Gastronomic Experiences, Savoured Positive Emotions and Savouring Processes", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), 115-139.

Sthapit, E. ve Jimenez-Barreto, J., (2018). "Exploring Tourists' Memorable Hospitality Experiences: An Airbnb Perspective", *Tourism Management Perspectives*, 28, 83-92.

Sthapit, E., Coudounaris, D. N. ve Björk, P., (2019). "Extending the Memorable Tourism Experience Construct: an Investigation of Memories of Local Food Experiences", *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(4-5), 333-353.

Stone, M. J., Migacz, S. ve Sthapit, E., (2021). "Connections Between Culinary Tourism Experiences and Memory", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1096348021994171.

Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S. ve Wolf, E., (2018). "Elements of Memorable Food, Drink and Culinary Tourism Experiences", *Journal of Travel Research*, 57(8), 1121-1132.

Tsaur, S. H. ve Lo, P. C., (2020). "Measuring Memorable Dining Experiences and Related Emotions in Fine Dining Restaurants", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(8), 887-910.

Williams, H. A., Yuan, J. ve Williams Jr, R. L., (2019). "Attributes of Memorable Gastro-Tourists' Experiences", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(3), 327-348.

Yu, C. P., Chang, W. C. ve Ramanpong, J., (2019). "Assessing Visitors' Memorable Tourism Experiences (Mtes) In Forest Recreation Destination: A Case Study in Xitou Nature Education Area", *Forests*, 10(8), 636.

OĞLAK YAYINLARI

ALTINCI BÖLÜM
COVİD-19 SÜRECİNDE YAYGIN OLARAK TÜKETİLEN GIDALARIN LEZZET BAĞLAMINDA İÇ MERKEZLİ GIDA FAKTÖRÜ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğr. Gör. Elif Zeynep ÖZER[1]

1. GİRİŞ

Lezzet, yiyecek veya içeceğin tüketimi esnasında dört duyu organı (görme, dokunma, koklama, tatma) ile algılanmasıdır (Küçükkömürler ve Kaya, 2019: 31). Türk Dil Kurumunun "Ağız yoluyla alınan tat" olarak tanımladığı (TDK, 2020) lezzet terimlerinde belirgin bir netlik bulunmamaktadır. Lezzet kavramı içerisinde yer alan terimler: koku (odor), aroma (rayiha), tattır (taste) (Gıda Teknolojisi ve Tarım Dergisi, 2020). Latincede "Sapor" olarak kullanılan tat kelimesi, farklı gıda maddelerinin ağızda birbirinden ayrışarak algılanması olarak tanımlanabilmektedir. Tatlı, tuzlu, acı, ekşi ve umami olmak üzere kabul edilen beş temel lezzet bileşeni bulunmaktadır (Küçükkömürler ve Kaya, 2019: 31). Altıncı lezzet bileşeni olarak Asya mutfağından "kokumi" eklenmiştir (Laffitte vd., 2011).

Koku, burun ve ağız yoluyla beyne iletilirken dildeki tükürük bezlerinin salgılanmaya başlamasıyla dil tadı algılamaya hazır hale gelmektedir (Batu, 2017: 31; Sencer, Dadalı, Kaya, Çakır, Elmacı, 2018:133). Oldukça farklı çeşide sahip olan koku, tat kavramında olduğu gibi kategorilere ayrılamamaktadır. Yiyecek veya içeceğin koklanmasıyla hissedilen duyuya "odor"; ağızdayken burunla alınan kokuya "rayiha" denilmektedir. Lezzet algısını etkileyen faktörlere; ısıtıcı, yakıcı, serinletici, büzücü, acı verici etmenler ile gıdanın yapısı ve kıvamı da etki etmektedir.

Lezzet etkenleri değerlendirildiğinde aroma tada oranla lezzet algısı üzerinde daha fazla etkili olmaktadır (Gıda Teknolojisi ve Tarım Dergisi, 2020). Çeşni maddeleri doğal ve yapay olarak oluşabilmektedir. Bunlar, aroma yani doğal çeşni (flavor); gıdanın kendinde olan bileşenler, işlem gördükten sonra (pişirme, kızartma vb) oluşan bileşenler ve yapay olarak gıdaya ilave edilen bileşenlerden oluşmaktadır. Zengin aromatik yapılarıyla tat ve koku bakımından gıda ürünleri üzerindeki başlıca lezzet katkılarıdır. Bu da gıdanın insan üzerinde çekici olmasını sağlayan büyük bir etmendir (Akgül, 1988: 297).

1 İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul Gelişim Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Programı. ezozer@gelisim.edu.tr

OGLAK YAYINLARI

2. TÜKETİCİLERİN YİYECEK İÇECEK EĞİLİMLERİ

2.1. Gastronomi Tüketicilerinin Profilleri

Tüketicilerin gıda satın alma eğilimlerinde yönlendirici üç unsur bulunmaktadır. Bunlar; bireysel etmenler, satış atmosferi, gıda ile ilgili etmenlerdir. Bireysel etmenler; demografik yapı, sosyal ilişkiler, çeşitli fiziksel faktörler, kültürel, psikolojik değişkenlerdir. Satış atmosferine bağlı etmenler; ışık, renk, işletme kapasitesi ile işletmedeki tüketici sayısının dengesi, personel yaklaşımı gibi durumlardır. Gıda ile ilgili etmenler ise duygu durum, gıda besini özellikleri, fiyat, güvenilirlik, depolama koşulları gibi faktörlerdir (Demirel vd., 2016). Yılmaz vd.'nin (2009), gastronomi tüketicilerinin tüketim eğilimlerinde etkin faktörleri ortaya koyduğu çalışmasında "Tadı ve Lezzeti", üretim ve son kullanma tarihi kriterinden sonra dikkate aldıkları "oldukça önemli" bir kriter olduğu görülmektedir (Yılmaz vd., 2009).

2.2. Gastronomi Tüketicilerinin Beğenilerini Etkileyen Faktörler

Tüketicilerin gıda yönelimlerinde etken olan faktörler çok yönlü, durumsal, dinamik ve karmaşıktır (Sobal ve Bisogni, 2009). Gastronomi tüketicilerinin gıda seçimi ve beğenisi üzerinde etkin olan pek çok unsuru iç merkezli gıda faktörleri ve dış merkezli gıda faktörleri olarak gruplandırabiliriz. Demografik özellikler, genetik, sağlık koşulu, sosyokültürel özellikler, duygu durumu, sigara tüketimi, besin çeşitliliği ve besin ögeleri lezzet etkenlerinden bazılarıdır (Muslu ve Gökçay, 2021). Dış merkezli gıda faktörleri; kültürel faktörler (beslenme kalıpları vb), yaşam tarzı, gıda trendleri, psikolojik faktörler, başka insanların varlığı, fiziksel çevre, ortamın ısısı, kokusu ve rengi (ambiyans), etik kaygı, kolaylık, fiyat, gıdadaki doğal içerik, aşinalık gibi faktörlerdir (Asp, 1999; Stroebele ve Castro, 2004; Prescott, 2002). Gıdanın beğenilmesini etkileyen iç merkezli gıda faktörleri, tat ve lezzet yani gıda içi uyaranlarıdır (food-internal stimuli). İç merkezli gıda beğenisi, doğuştan gelir veya yiyecek deneyimleme ile gelişir (Jiang, King ve Prinyawiwatkul, 2014).

2.2.1. Gastronomi Tüketicilerinin Beğenilerine Etki Eden Dış Merkezli Gıda Faktörleri

Gastronomi tüketicileri, gıda beğenisini gıdanın kendinden kaynaklanmayan sebeplerden ötürü de geliştirebilmektedir. Dış uyaranlar (food-external stimuli), gıdanın dış merkezli gıda faktörlerini oluşturmaktadır. Etiket bilgisi, sağlık bilgisi, toplumsal etki, ulaşılabilirlik, genel kabul görürlük gibi faktörler dış merkezli gıda beğeni faktörleridir. Ayrıca hedonik beğeni de bu kapsamda değerlendirilmektedir (Jiang, King ve Prinyawiwatkul, 2014).

Aynı ortamda bulunan başka insanın yüz ifadesi (hoşnutluk, beğenmeme, tiksinme vb) duygu uzlaşı etkisiyle dış merkezli gıda faktörü olarak diğer bireyi aynı şekilde

OĞLAK YAYINEVİ

etkilediği ileri sürülmektedir (Jiang, King ve Prinyawiwatkul, 2014). Bu etkilenmeyi, ebeveynin bebek, çocuk beslenmesi sırasında yüzündeki ifadeyi yiyeceğin lezzetli olduğunu çağrıştıran biçimde takınarak yiyeceği yedirmesi destekler niteliktedir.

2.2.2. Gastronomi Tüketicilerinin Beğenilerine Etki Eden İç Merkezli Gıda Faktörleri

Gıdaların tüketiminde beğeniyi etkileyen en önemli unsur gıdanın lezzetidir. Yiyecek içecek endüstrisinde üretilen ürünler, tüketici beğenisini sağlayacak şekilde üretilmektedir. Bu beğeniyi elde etmek üzere; ürünün, tüketicinin duyu organlarında tatmin hissi oluşturması için çalışılmaktadır (Şeren Karakuş, 2013).

Tüketicilerin gıda kabulüne yönelik kalite kriter ölçütlerinin saptanabilmesi için sadece duyusal testlerin kullanılmakta olması (Miişoğlu ve Hayoğlu, 2005), lezzet kriterinin gıda seçimi ve beğenisindeki en önemli etken olduğunu göstermektedir.

Duyusal özellikler iç merkezli gıda beğeni faktörleridir (Eertmans vd., 2001). Lezzeti oluşturan tat ve koku ile birlikte, beğeni sürekliliği sağlanmaktadır. Lezzet bileşenleri, bir sonraki gıda tüketiminde daha önce tüketilmiş olunan gıdanın arzusunu oluşturabilmektedir. Lezzet bileşenlerinden tatlı tadı (glukoz) ve aroması (meyveli koku) bu etkiye örnek gösterilebilir (Yaparel ve Elmacı, 2016).

2.2.2.1 Lezzet Bileşenlerinin İç Merkezli Gıda Faktörleri Olarak Değerlendirilmesi

Lezzet bileşenleri olan tatlı, acı/buruk, tuzlu, ekşi, umami ve kokumi tada sahip gıdaların içerisinde yer alan moleküllerin iletilmesiyle gıda tüketiminde lezzet algısı beyinde oluşmaktadır. Koku dışında algıladığımız lezzet molekülleri beyin içerisinde oldukça hızlı bir şekilde altı değişik kısımdan ve/veya aşamadan geçerek lezzet hakkında kanaat oluşturmaktadır. Bu işlem sonucunda oluşan tepsi ise tükürme veya yutma şeklindedir. Lezzet algısı sonradan gelişebilmekle birlikte, doğuştan gelen boş bir levha değildir. Yapılan çalışmalarda yeni doğan bir bebek anne sütündeki laktoz ile tatlı tada yatkın olduğu görülürken, ilk kez sebze denediklerinde yüz buruşturucu bir tepki verdikleri kaydedilmiştir. Bitkilerin içeriğinde yer alan toksin nedeniyle buruk tat farklı oranlarda da olsa sebzelerde bulunmaktadır (National Geographic, 2015).

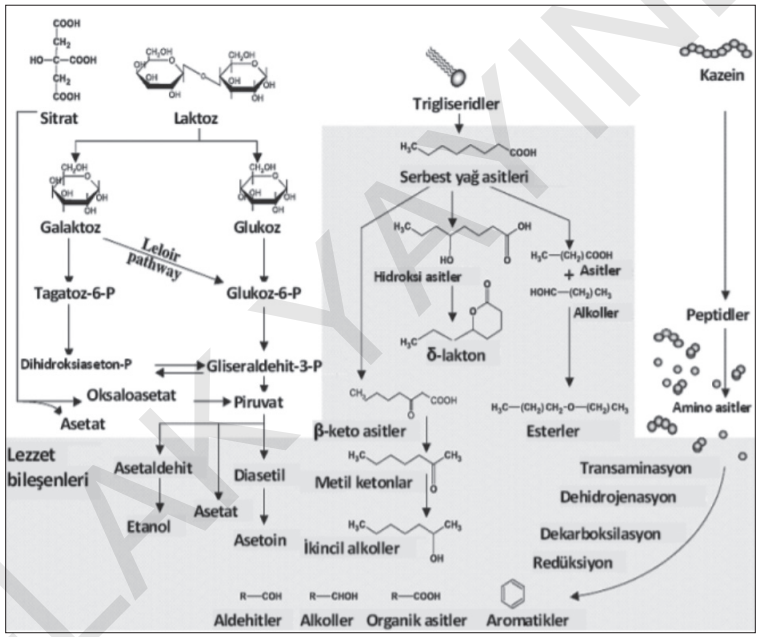
İç merkezli gıda faktörü bağlamında lezzeti oluşturan unsurlar gıdadaki kimyasal moleküllerdir. Örnekse, domateste bulunan 15 ila 20 lezzet bileşeni domatese lezzetini vermektedir. 2-fenilasetaldehid ile 2-feniletanol, domatese en yoğun lezzet katıcı bileşenlerdir. Bunlardan 2-feniletanol; peynir, zeytinyağı, ekmek, şarap gıdalarının temel lezzet bileşenini oluşturmaktadır (Tieman vd., 2006). Moleküler yapıdaki değişiklik lezzeti etkilemektedir. Kızartma yağlarının okside olmasıyla lezzeti bozulmaktadır. Gündelik dilde "acımış" kelimesi ile tadının bozulduğu ifade edilmektedir (Sacır, 1972).

OĞLAK YAYINLARI

2.3 Covid-19 Sürecinde Yaygın Olarak Tüketilen Gıdaların İç Merkezli Gıda Faktörü Bağlamında Değerlendirilmesi

Lezzet bileşenleri, gıda katkı maddesi olarak inorganik ve/veya doğal-organik olarak gıdaların içerisinde bulunabilmektedir. Doğal olarak gıdaların içerisinde bulunan lezzet bileşenleri topraktan aldığı çeşitli mineral ve su bileşiminin bitkiye etkisi ile oluşabilmekte veya gıdaların birbirine karıştırılmasıyla meydana gelen tepkime (fermantasyon gibi) ile doğal olarak oluşmaktadır. Örneğin sütteki laktoz, lipit ve sitrat peynirin en önemli lezzet bileşenleridir (Ertekin ve Seydim, 2009).

Şekil 1: Peynirin Lezzet Bileşenleri Oluşumu



Kaynak: Ertekin ve Seydim, 2009: 99

İnorganik lezzet bileşenleri gıda katkı maddeleridir. Genellikle tüketicilerin tercihlerini artırmak, gıda çekiciliğini oluşturmak üzere gıdalara katılmaktadırlar. Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliğinde, canlılar tarafından tüketilecek olan gıdalara katılabilecek gıda katkı maddelerinden üst sınırlarıyla bahsedilmektedir (Dinç, 2012). Bu alanda uluslararası olarak, Avrupa Birliği Gıda Bilim Kurulu (Scientific Committee on

OĞLAK YAYINLARI

Food) ve Birleşik Devletler Gıda ve İlaç Dairesi (U.S. Food and Drug Administration) en çok bilinen gıda otoriteleridir. Özelikle GRAS (Generally Recognized As Safe) programı kapsamında çok fazla gıda katkı maddesi deneysel çalışmalarla araştırılıp incelenme sonuçları ortaya konulmuştur (Smith, vd., 2005).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Deseni

Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Sistematik derleme ile çalışmanın amacına uygun veriler toplanmıştır. Sistematik derleme, kapsam içi ve kapsam dışı kriterlerin belirlenerek yapılmış olan çalışmaların bu düzlemde detaylıca incelenmesi elde edilen bulguların sentezlenmesidir (Aslan, 2018).

Veri analiz tekniği olarak içerik analizinden yararlanılmıştır. Bu çalışma, Pozitivist-Ampirik bir çalışmadır. İçerik analizi, kullanıldığı bilim dalına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Sözel olan yapıtın içeriğinin ne olduğunu ortaya koymak amacıyla kullanılırken, bir başka bilim dalında ise bulunduğu alan içerisinde yapılmış çalışmaların sonuçlarını incelemek için kullanılabilmektedir (Kayaoğlu, 2009: 537). Bu analiz, ilk olarak 18. yüzyılda İsveç'te, 90 adet ilahide yer alan dini sembolleri karşılaştırarak alışılmadık fikir taşıyıp taşımadığını ortaya koymak amacıyla kullanılmıştır. İçerik analizi, metinde yer alan sembollerin, temaların karşılaştırılması; görsel-işitsel materyallerin sistematik ve niceliksel olarak ortaya çıkarılması ve değerlendirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Rochester, 1995: 207).

Kaplan (1943), içerik analizini siyasal/politik söylemin istatistiksel anabilimi olarak ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle; var olan simge, sembol, işaret gibi unsurları kategorize ederek, bu kategorize edilmiş unsurların, hangi yargıları taşıdığını ortaya çıkarmak için belirtilmiş kurallar doğrultusunda, araştırmacı tarafından ortaya konan değerlendirmelerin bilimsel rapor haline getirilerek sentezlenmesidir. İçerik analizi ile ilgili alanyazında pek çok farklı tanım bulunmaktadır. Her tanımda ortak iki unsur ön plana çıkmaktadır: "sistematik" ve "tarafsız" (Koçak ve Arun, 2006).

Bu çalışmada Covid-19 sürecinde en fazla tüketimi yapılan gıdalar, çalışmanın simgesel olarak kodlanmış verileridir. Bu veriler içerik analizi ile sistematik şekilde kimyasal lezzet bileşenleri ortaya konularak, tarafsız bir biçimde değerlendirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Araştırmanın konusu, gastronomi tüketicilerinin lezzet bağlamındaki beğenilerine göre, kimyasal lezzet bileşenlerinden yoğun olarak ortaya çıkan lezzet moleküllerini ortaya koymaktır.

OĞLAK YAYINLARI

Araştırmanın temel amacı, gastronomi tüketicileri tarafından Covid-19 sürecinde en yaygın olarak tüketilmiş olan gıdaların lezzet moleküllerini ortaya koyarak insanların gastronomi beğenilerinde hangi lezzet bileşenlerinin etkili olduğunu saptamaya çalışmaktır.

Bu temel amaca yönelik olarak alt amaçlar:

- Covid-19 sürecinde en fazla tüketilen gıdaları saptamak.
- Covid-19 sürecinde en fazla tüketilen gıda gruplarını saptamak.
- Tat mekanizması ile lezzet moleküllerinin etkileşimlerini ortaya koymak.

Bu araştırma, kimyasal lezzet bileşenlerinin gastronomi tüketicilerinin beğenisi üzerindeki etkisini ortaya koyması açısından önem taşımaktadır.

Farklı nitelikte ve türde tüketilen gıdaların yapısında bulunan lezzet moleküllerinin hangi tat tomurcuğuna bağlandığı, gıdalarda ortak olarak en fazla rastlanan lezzet moleküllerinin hangileri olduğunu ortaya konması ile ortak kimyasal lezzet bileşenlerinin gastronomi tüketicilerinin beğenilerinde etken rolü üzerine ışık tutacaktır.

Yiyecek İçecek işletmeleri yoğun rekabet ortamı içerisinde, mevcut piyasa koşullarında yüksek gıda maliyeti oranı ile varlığını devam ettirmektedirler. Lezzet bileşenleri analizi ile ortaya konmuş olan gastronomi tüketicisinin lezzet beğenisinden hareketle anı moleküllerin bulunduğu farklı gıdalarla oluşturulabilecek olan reçetelerin rekabet ortamının yoğun yaşandığı yiyecek içecek sektöründe işletmelere ayırt edici özellik katacaktır ve işletmenin tercih edilebilirliğini artıracağı düşünülmektedir. Ayrıca gıda teknolojilerinde bu çalışma sonucunda ortaya konan lezzet molekülü gıdalar üzerinde aromatik biçimde veya gıda katkı maddesi olarak yaygın olarak kullanılarak gastronomi tüketicilerinin gıdaya yönelimlerini artırabilecektir. Psikoloji ve çeşitli tat-koku ile beyin ilişkisini konu alan multidisipliner ve gastronomi alanında yapılacak olan diğer çalışmalara sonuç başlığında yer alan çalışma önerileri kısmında belirtildiği üzere ışık tutacaktır. Çalışmanın bu yönleriyle de önem taşıdığı düşünülmektedir.

Lezzeti oluşturan unsurlar, kimyasal tat bileşenleri, gastronomi tüketicilerinin Covid-19 sürecinde en fazla tükettikleri gıdalar hakkında bilgi verilerek bu gıdaların kimyasal lezzet bileşenleri olan moleküllerinin ortaya konulmasıyla literatüre zenginlik katacağı düşünülmektedir.

Yerel gastronomi alan yazınında oldukça az rastlanmış olan kimyasal lezzet bileşenleri, tat tomurcuklarının işlevleri ve özellikleri, altıncı temel lezzet konularında literatüre zenginlik katacağı düşünülmekte; ayrıca ele alınacak olan gastronomi tüketicileri eğilimlerinin de bir sonraki yapılacak çalışmalara kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

3.3. Araştırmanın Problem Soruları

Nitel araştırma desenlerinde "neden" ve "nasıl" sorularıyla problem sorularına yanıt aranmaktadır (Arıkan, 2021).

Araştırmanın ana problem cümlesi: "Gastronomi tüketicilerinin beğenilerini etkileyen kimyasal tat bileşenleri nelerdir?" Alt problem cümlesi ise ortak kimyasal tat bileşenlerinin oranı ile gastronomi tüketicilerinin beğenileri arasında bir ilişki bulunmakta mıdır? Çalışmada, ana problem cümlesi ekseninde alt problem soru cümleleri oluşturulmuştur.

- Covid-19 sürecinde tüketici beğenileri nasıldır?
- Covid-19 sürecinde yaygın olarak tüketilen gıdaların temel tatları nasıldır?
- Covid-19 sürecinde yaygın olarak tüketilen gıdaların lezzet molekülleri nasıldır?

Beğenilen gıdaların ortak lezzet molekülleri nasıldır?

En fazla tüketilen gıdaların lezzet molekülleri ile lezzet reseptörleri arasındaki bağlantı nasıldır?

3.4. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini 2020 ve 2021 yıllarında Covid-19 sürecinde beslenme ve gastronomik tüketim konularını kapsayan bilimsel çalışmalar oluşturmaktadır. World Wide Web 3.0 üzerinden erişilebilen sanal kütüphanelerdeki ve bilimsel dergilerdeki makalelere ulaşılmıştır. "Covid-19 Beslenme", "Pandemide beslenme", "Covid-19'da yiyecek seçimi/tercihi", "Covid-19'da yemek seçimi/tercihi", "Pandemide gıda seçimi/tüketimi", "Covid-19'da gıda seçimi/tüketimi" gibi pek çok anahtar kelime ile 551 adet bilimsel araştırma taranmıştır. Bu bilimsel çalışmalar Türkçe ve İngilizce dillerinde ortaya konmuş olmakla birlikte, İngilizce çalışmaların yapıldığı coğrafyalar farklılık göstermekte ve ana dili İngilizce olmayan ülkeleri de kapsamaktadır. 2020-2021 yıllarında yapılmış olan bilimsel çalışmalar arasında Covid-19 sürecinde tüketilen gıdaları konu alan araştırmalar, sistematik derleme ile "dâhil etme-hariç tutuma" kapsamında değerlendirilmiştir. Pek çok farklı disiplinde yapılmış olan 551 çalışmanın içerisinde gıda ismi ve gıda grubu çeşidi olarak en yaygın tüketildiği açık ve net bir biçimde ifade edilmiş olan çalışmalar içerik analizine tabi tutulmuştur. Ardından tüketimi yapılan yiyecekler gruplandırılarak ortaya konulmuştur. Bu veriler çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Bu gıdaların örneklem olarak tercih edilme nedeni, Covid-19 sürecinde insanlar üzerinde oluşmuş olan çok faktörlü stresin gıda seçimi üzerinde yönlendirici etkisiyle insanların yoğun olarak kendilerini, comfort food ve/veya sağlıksal açıdan, "iyi hissettirecek" gıdaları tüketmeleridir.

OSB AKYA YINLARI

3.5. Ön Kabuller (Varsayımlar) ve Sınırlılıklar

Araştırmada kullanılacak gastronomi tüketicilerinin tercihlerinde dış merkezli gıda faktörlerinin ortak paydada olduğu varsayılmaktadır. Çalışmada tüketici tercihleri iç merkezli gıda faktörleri ile değerlendirilecektir.

Lezzet verici bileşenler, bilimsel otoritelerce kabul görmüş altı temel tat çerçevesinde değerlendirilecektir. Gıdalardaki lezzet molekülleri ile moleküllerin bağlandığı lezzet papillaları içerik analizi ile eşleştirilecektir.

Çalışma kapsamında bahsedilen "gastronomi tüketicileri" yiyecek-içecek tüketen bireyleri ifade etmektedir ve bu bireylerin tüketim ile beğeni yönelimleri gastronomi bağlamında ele alınmaktadır.

Çalışma verileri, 2020-2021 yıllarında Covid-19 sürecindeki tüketilen gıdalar dahilinde yapılmış ve bilimsel araştırma yöntemlerinden nicel araştırma tekniği kullanılarak oluşturulmuş olan çalışmaları kapsamaktadır. Analiz edilen tüm çalışmalar neticesinde en fazla seçimi yapılmış olduğu ortaya çıkan gıda en çok tüketilen gıda olarak varsayılmaktadır. Gıdalarda lezzet verici moleküllerden en fazla sayıda karşılaşılan molekül çeşidi en çok beğenilen lezzet verici molekül olarak varsayılmıştır.

Yiyecek seçimi, gıdayı yutmuş olmayı (yemeyi) göstermektedir (Rozin, 1976). Çalışmada belirlenmiş gıda seçimleriyle birlikte gıdalarda ortaya çıkan lezzet molekülleri gıdanın beğenisini etkileyen lezzet bileşeni olarak varsayılmaktadır.

Araştırma kapsamında, gastronomi tüketicisinin beğenisine etki eden dış merkezli gıda beğeni faktörleri kapsam dışı bırakılmıştır. Bunlar: hedonik beğeni, kültürel, sosyolojik, psikoloji etmenler gibi bilgi, fiziksel çevre ve sosyal bağlam çerçevesinde yer almaktadır. Çalışma iç merkezli gıda beğeni faktörleri ile sınırlandırılmıştır. Bunlar: lezzet-tat beğenisi gibi duyusal yönleri kapsamaktadır.

Ayrıca bu çalışma daha sonra yapılacak olan araştırma için ön çalışma olma özelliği taşımaktadır. Bu yüzden 2020-2021 yıllarında Covid-19 sürecinde en yaygın tüketilen gıdalar gruplandırıldıktan sonra et grubunun lezzet bileşenleri ile ilgili analiz yapılmış ve bulgularda yer verilmiştir.

3.6. Veri Toplama Tekniği

Araştırmada, çalışma materyali olarak, 2020-2021 yıllarında Covid-19 sürecindeki tüketilen gıdalar dâhilinde yapılmış ve bilimsel araştırma yöntemlerinden nicel araştırma tekniği kullanılarak oluşturulmuş olan çalışmalar kullanılmıştır.

Verileri elde etmek için "Covid-19 Beslenme", "Pandemide beslenme", "Covid-19'da yiyecek seçimi/tercihi", "Covid-19'da yemek seçimi/tercihi", "Pandemide gıda seçimi/

OĞLAK YAYINLARI

tüketimi", "Covid-19'da gıda seçimi/tüketimi" gibi pek çok anahtar kelime ile 551 adet bilimsel araştırmaya ulaşılmıştır. Sistematik derlemeyle taranan bilimsel çalışmalar arasında Covid-19 sürecinde tüketilen gıda isim ve gruplarını konu alan tüm araştırmalar içerik analizine tabi tutulmuştur. Ardından tüketimi yapılan yiyecekler gruplandırılmış ve en çok tüketildiği beyan edilmiş olan gıdalar sıralanarak ortaya konulmuştur.

Bu gıdaların kimyasal tat bileşenleri nicel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği ile irdelenmiştir. İçerik analizindeki olgular açık kodlama sistemi ile işlemleştirilmiştir. Açık kodlama, veri içerisinde araştırmacı tarafından araştırma amacına uygun, bulunması istenen bir terimin listelendirilmesi ile gerçekleştirilmektedir. Listeleme işlemi için bilgisayar programı kullanılmıştır. Açık kodlama güvenilirdir. Çünkü bulunması istenen "kelime", "deyim" veya "terim"; veri içerisinde "vardır" veya "yoktur" (Neuman, 2009: 470). Çalışmada tüketimi en fazla yapılmış olan gıdalar ve gıda grupları diyagram üzerinde gösterilmiştir. Gıda gruplarındaki lezzet bileşenleri ortaya konmuştur. Lezzet bileşeni olan lezzet molekülleri ile temel tatlar, lezzet algılayıcı dil papillaları arasında ilişki kurulmuştur.

4. BULGULAR

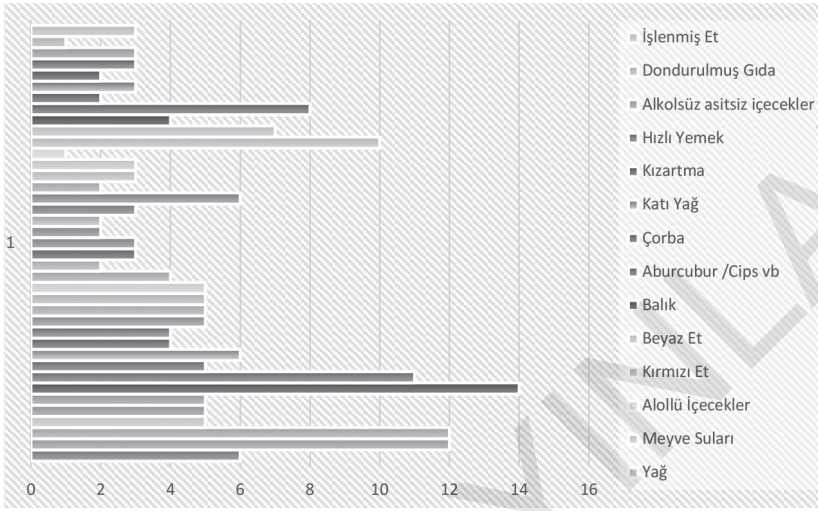
"Covid-19 Gastronomi", "Pandemi Gastronomi", "Covid-19 Beslenme", "Pandemide beslenme", "Covid-19'da yiyecek seçimi/tercihi", "Covid-19'da yemek seçimi/tercihi", "Pandemide gıda seçimi/tüketimi", "Covid-19'da gıda seçimi/tüketimi" gibi pek çok anahtar kelime ile 551 adet bilimsel araştırmaya ulaşılmıştır. Nicel veri toplama tekniği kullanmış olan bilimsel çalışmalar arasında Covid-19 sürecinde tüketilen gıdaları konu alan tüm araştırmalar derinlemesine içerik analizine tabi tutulmuştur. Ardından tüketimi yapılan yiyecekler gruplandırılmış ve en çok tüketildiği beyan edilmiş olan gıdalar sıralanarak ortaya konulmuştur.

4.1. Covid-19 Sürecinde Tüketilen Gıdalar ve Gruplandırılması

Derinlemesine ele alınan içerik analizinin verilerine göre, Covid-19 sürecinde tüketilen gıdalar karışık sıralamayla: Ekmek, Unlu Maluller, Şekerli Gıdalar, Çikolata, Yumurta, Kuruyemiş, Sebze, Meyve, Yoğurt, Çay, Kahve, Zeytinyağı, Peynir, Süt, Teryağı, Bal, reçel, pekmez, Kahvaltılık Tahıl Ürünleri, Maden suyu, Makarna, Pirinç, Bulgur, Turşu, Margarin, Kurubaklagiller, Asitli İçecekler, Yağ, Meyve Suları, Alollü İçecekler, Kırmızı Et, Beyaz Et, Balık, Aburcubur /Cips vb, Çorba, Katı Yağ, Kızartma, Hızlı Yemek, Alkolsüz asitsiz içecekler, Dondurulmuş Gıda, İşlenmiş Et şeklindedir. Yagın olarak tüketimi yapılmış olan gıdaların oransal dağılımı şekil 6'da verilmiştir.

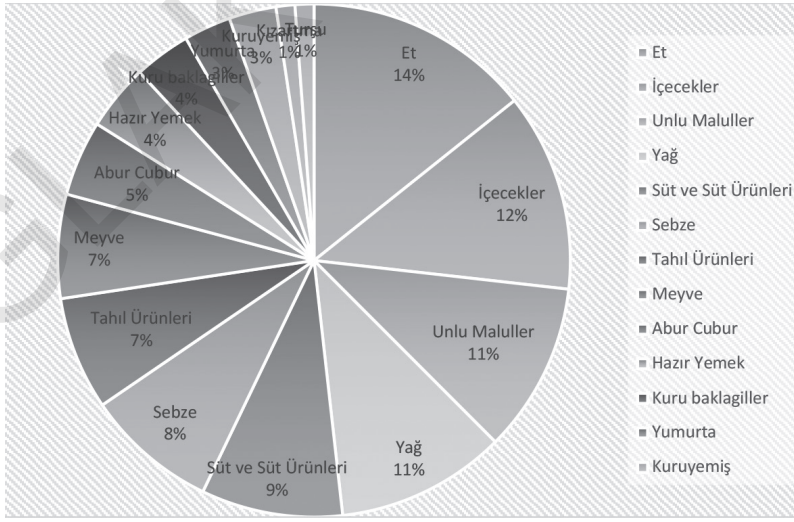
OĞLAK YAYINLARI

Şekil 2: Covid19 Sürecinde Tüketilen Gıdalar



Elde edilen veriler, gıda gruplarına ayrılmıştır. Gruplama neticesinde ortaya çıkan şema şekil 3'te yer almaktadır.

Şekil 3: Covid19 Sürecinde Tüketilen Gıda Gruplarının Oranları



OĞLAK YAYINLARI

Şekil 3'te yer alan diyagramda en çok tüketimi yapılan gıda grubundan en az tüketimi yapılan gıda grubuna doğru oransal olarak sırala yapılmıştır. Bunlar sırasıyla: Et, İçecekler, Unlu Mamuller, Yağ, Süt ve Süt Ürünleri, Sebze, Tahıl Ürünleri, Meyve, Abur Cubur, Hazır Yemek, Kuru baklagiller, Yumurta, Kuruyemiş, Kızartma, Fermente Ürünler.

4.2. Covid-19 Sürecinde Tüketilen Gıdaların Lezzet Molekülleri

4.2.1. Etin Lezzet Bileşenleri

Etin bileşimi çeşitli etmenlere bağlı olarak farklılık göstermekle birlikte genellikle, %75 su, %18 protein, %5 yağ, %1 mineral maddeler ve %1 karbonhidrattan oluşmaktadır (Küçükkömürler, 2018: 74).

Çiğ etin belirgin bir lezzetinin olmamasının yanı sıra laktik asit tadına yakın bulunmaktadır. Et ısıl işlem gördüğünde lezzetinde gelişme meydana gelmektedir. Etin karakteristiksel lezzet bileşenlerinin tanımlanmaya başlanması ilk olarak 1950-1960 yılları aralığındadır. Etin lezzetini hayvanın gelişimi, ağırlığı, beslenmesi, türü, yaşı, cinsiyeti, ölüm öncesi-sonrası, pişirme tekniği, pişirildikten sonra muhafaza edilme şekli gibi faktörler de etkilemektedir (Serdaroğlu ve Değirmencioğlu, 2002).

Etin karakteristik lezzet bileşenleri "amino asitler, nükleotid metabolitleri, tiyamin, lipitler, şekerler, peptidler, lipit oksidasyon ürünleri" arasında yer alan etkileşimlerdir. Et ısıl işleme uğradığında "uçucu ve uçucu olmayan" lezzet bileşenleri açığa çıkmaktadır. Etin uçucu lezzet bileşenleri; ketonlar, esterler, aldehitler, alkoller, karboksilik asitler ve alifatik hidrokarbonlardır. Et aroması, etin uçucu bileşikleriyle meydana gelmektedir. Bunlar: hidrokarbonlar, sülfür, aldehitler, azotlu bileşikler, piridinler, esterler, furanlar, tiyofenoller, laktonlar, furaller, tiyoller, ketonlar, alkil fenoller, alkoller, pirazinler, karboksilik asitler (Serdaroğlu ve Değirmencioğlu, 2002).

Aldehitler, ketonlar ve doymamış alkoller düşük koku eşiğine sahip bileşiklerdir ve pişmiş etin aromasında etkin bir rol oynamaktadırlar. Altı ila on karbon atomlu doymuş-doymamış aldehitler yağımsı, otumsu aroma vermektedirler. Fırında pişirilen ete tadını veren bileşenler: tiyazoller, pirazinler, okzazoller, tiyazolinler, heterosikliktir. Bir diğer aromatik lezzet bileşeni sülfürdür. Suda pişen (kaynayan) ette; 2-3 sülfür atomlu veya 5-6 karbonlu heterosiklik bileşikler; soğana benzer, etimsi aroma vermektedirler (Serdaroğlu ve Değirmencioğlu, 2002).

4.3. Covid-19 Sürecinde Tüketilen Gıdaların Lezzet Molekülleri ile Temel Tatlar ve Tat Tomurcuklarının İlişkisi: Et

Lezzet oluşumu için papillalara gıda vasıtasıyla gelen sinyalin belirli yoğunlukta veya papilla algısının körelmemiş olması gerekmektedir. "Tat algı eşiği"nin üzerinde olmayan

OĞLAK YAYINLARI

uyaran lezzet olarak algılanamamaktadır (Batu, 2017: 31). Etin pek çok bileşeni bulunmaktadır. Bunların kompozisyonundan oluşan lezzet yoğunluğu gıdaya olan beğeniyi ve algılanan "temel tatlar"ı etkilemektedir.

Uluslararası literatürde yer alan bilimsel bilgiye göre, sülfür bileşeni tat tomurcuklarına bağlanarak lezzet algısı oluşturmaktadır. Ette yer alan aroma verici sülfür bileşeni, altıncı tat olan kokuminin algılanmasını sağlayan bileşenlerden biridir. Literatürde, Kokumi lezzetinin alındığı gıdalar arasında etin yer aldığı bilimsel analizlerle ortaya konulmaktadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Gastronomi tüketicilerinin tercihlerini pek çok faktör etkilemektedir. Restoranların belli süreyle kapatılmasıyla ambiyans gibi dış gıda faktörlerinin gastronomi tüketicileri üzerindeki etkisi kısmen azalmıştır. Çalışmada dış gıda faktörleri kapsam dışında tutulmuş, iç gıda faktörü doğrultusunda amaca ulaşılmaya çalışılmıştır. Ön çalışma niteliği taşıyan bu çalışmada en yaygın tüketilen "et" lezzet bileşenleri ve temel tat bağlantısı değerlendirilmiştir.

2020-2021 tarihleri aralığında Covid-19 sürecinde insanların duygu durumlarına bağlı olarak gıda seçimlerinde belirli yönelimler olduğu görülmektedir. Sağlıklı beslenmek için veya yoğun stres altında comfort food olarak insanların tükettikleri gıdalar yapılan bilimsel çalışmalarla ortaya konulmuş, netice itibariyle gastronomi tüketicilerinin en fazla tercih ettikleri gıdalar belirlenmiştir. Farklı pek çok bölgede yapılmış olan bu çalışmaların ortak paydası bu araştırmada bir araya getirilmiş ve gıdalar gruplandırılmıştır.

Gruplandırılan gıdalar sırasıyla et, içecekler, unlu mamuller, yağ, süt ve süt ürünleri, sebze, tahıl ürünleri, meyve, abur cubur, hazır yemek, kuru baklagiller, yumurta, kuruyemiş şeklindedir. Bunlardan ilk sırada yer alan et grubunun lezzet bileşenleri ortaya konulmuştur. Çalışma neticesinde etin altıncı tat olarak kabul edilen kokumi tadını veren papillaya bağlanabileceği içerik analiziyle ortaya konulmuştur. Alan yazında kokumi ile ilgili sınırlı sayıdaki makalelerde etten de kokumi lezzeti alınabildiği bilgisiyle örtüşmüştür. Çalışmanın devamında etteki ve diğer gıdalardaki lezzet bileşenlerinin hangi papillaya bağlanarak hangi temel tat oluşumuna etki ettiği araştırılacak ve beğenilen gıdaların ortak lezzet moleküllerinin nasıl olduğu ortaya konularak, en fazla tüketilen gıdaların lezzet molekülleri ile lezzet reseptörleri arasındaki bağlantı nasıl olduğu aktarılacaktır. Nitel veriler ışığında oluşturulan bu çalışma tamamlandığında neticesi teorik temeli oluşturacak ve bir sonraki çalışmalarda bunun nicel araştırma teknikleriyle desteklenmesi alanyazına katkı sağlayacaktır.

GELAKYA YINLARI

KAYNAKLAR

Akgül, A. (1988). "Çeşni, Acılık ve Kaynakları." *Gıda*, 13(4): 297-302.

Arıkan, R. (2021). "Araştırma Yöntem ve Teknikleri." *Nobel Akademi*, Ankara.

Aslan, A. (2018). "Sistematik Derleme ve Meta-Analizi." *Acta Medica Alanya*, 2(2), 62-63.

Asp, E. H. (1999). "Factors affecting food decisions made by individual consumers." *Food policy*, 24(2-3), 287-294.

Batu, A. (2017). "Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve Aroma Algıları." *Aydın Gastronomy*, 1(1), 25-36.

Demirel, H., Şeren Karakuş, S., Yabancı Ayhan. N. (2016) "Kadın Tüketicilerin Demografik, Sosyo-Ekonomik, Mental Sağlık ve Enerjik Hissetme Durumları İle Gıda Satın Alma Davranışı İlişkisi." *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 4(22): 168-179.

Dinç, B. (2012). "Lezzet Arttırıcı Maddeler." Fen Bilimleri Enstitüsü. Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Namık Kemal Üniversitesi.

Eertmans, A., Baeyens, F., & Van Den Bergh, O. (2001). "Food Likes And Their Relative Importance In Human Eating Behavior: Review And Preliminary Suggestions For Health Promotion." *Health Education Research*, 16(4), 443-456.

Ertekin, B., & Seydim, Z. (2009). "Laktoz, Sitrat ve Lipit Metabolizmalarının Peynirde Lezzet Bileşenlerinin Oluşumuna Etkileri." *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 47(1), 97-104.

Gıda Teknolojisi ve Tarım Dergisi Gıda 2000. http://www.gida2000.com/gidalarda-lezzet-maddeleri-ve-lezzet-artiricilar.html Erişim Tarihi: 23.06.2020

Jiang, Y., King, J. M., & Prinyawiwatkul, W. (2014). "A review of measurement and relationships between food, eating behavior and emotion." *Trends in Food Science & Technology*, 36(1), 15-28.

Kaplan, A. (1943). "Content Analysis And The Theory Of Signs." *Philosophy Of Science*, 10(4), 230-247.

Kayaoğlu, H. D. (2009). "İstanbul Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü'nde Araştırma Eğilimleri 1967-2008: Lisansüstü Tezlerinin İçerik Analizi." *Türk Kütüphaneciliği*, 23(3), 535-562.

Koçak, A., & Arun, Ö. (2006). "İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu." *Selçuk İletişim*. 4 (3): 21-28.

Küçükkömürler, S. & Kaya, Ü. C. (2019). "Türk Mutfağında Umami Lezzetler (Tatlar)." *International Journal Of Tourism, Economics And Business Sciences* (Ijtebs) E-Issn: 2602-4411, 3(1), 30-40.

Küçükkömürler, S. (2018). *Gıdaların Özelliği ve Yiyecek Hazırlama* I. Pegem Akademi, Ankara.

Laffitte, A., Gibbs, M., de Alvaro, C. H., Addison, J., Lonsdale, Z. N., Giribaldi, M. G., Rossignoli, A. & McGrane, S. J. (2021). "Kokumi taste perception is functional in a model carnivore, the domestic cat (Felis catus)." *Scientific reports*, 11(1), 1-17.

Miişoğlu, D., & Hayoğlu, İ. A. (2005). "Tat Eşik Değerlerinin Algılanması, Tanınması ve Derecelendirilmesi." *Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(2), 29-35.

Muslu, M. M., & Gökçay, G. F. (2021). "Lezzet Algısının Oluşmasında Çevresel ve Genetik Faktörlerin Etkileri." *Batı Karadeniz Tıp Dergisi*, 5(1), 7-18.

National Geographic *Türkiye Dergisi*, (26 Kasım 2015). Lezzet Bilimi. Aralık ayı sayısı. https://www.nationalgeographic.com.tr/lezzet-bilimi/

OGLAK YAYINLARI

Neuman, W. L. (2017). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*: 2. Cilt. Çeviren: Sedef Özge. Yayınodası Toplumsalbilim Dizisi: Ankara.

Prescott, J., Young, O., O'neill, L., Yau, N. J. N., & Stevens, R. (2002). "Motives For Food Choice: A Comparison Of Consumers From Japan, Taiwan, Malaysia And New Zealand." *Food Quality And Preference*, 13(7-8), 489-495.

Rochester, M. K. (1995). "Library and Information Science Research in Australia 1985-1994: a Content Analysis of Research Articles in The Australian Library Journal and Australian Academic & Research Libraries." *Australian Academic & Research Libraries*, 26(3), 163-170.

Rozin, P. (1976). *The selection of foods by rats, humans, and other animals. In Advances in the Study of Behavior* (Vol. 6, pp. 21-76). Academic Press.

Sacır, H. (1972). "Kızartma Yaparken Yağlarda Oluşan Değişiklikler ve Bu Yağların Beslenme ve Sağlığa Olan Etkileri." *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 1(3), 183-190.

Sencer, G. M., Dadalı, C., Kaya, M., Çakır, B., & Elmacı, Y. (2018). "Çikolatada Tat-Koku Etkileşimi: Şeker Miktarını Azaltmak Amacıyla Farklı Aroma Maddelerinin Kullanılması." *İstanbul Bilim Üniversitesi Florence Nightingale Tıp Dergisi*, 4(3), 132-138.

Serdaroğlu, M., & Değirmencioğlu, G. Ö. (2002). "Etin önemli bir kalite özelliği: Lezzet." *Gıda*, 27(4).

Smith, R. L., Cohen, S. M., Doull, J., Feron, V. J., Goodman, J. I., Marnett, L. J., Portoghess, P. S., Wanddell, W. J., Wanger, B. M. & Adams, T. B. (2005). GRAS Flavoring Substances 22.

Sobal, J., & Bisogni, C. A. (2009). "Constructing food choice decisions." *Annals of Behavioral Medicine*, 38(suppl_1), s37-s46.

Stroebele, N., & De Castro, J. M. (2004). "Effect of ambience on food intake and food choice." *Nutrition*, 20(9), 821-838.

Şeren Karakuş, S. (2013). "Tat Algılamayı Etkileyen Faktörler." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(4): 26-34.

TDK (Türk Dil Kurumu). https://sozluk.gov.tr/ Erişim Tarihi: 23.06.2020

Tieman, D., Taylor, M., Schauer, N., Fernie, A. R., Hanson, A. D., & Klee, H. J. (2006). "Tomato aromatic amino acid decarboxylases participate in synthesis of the flavor volatiles 2-phenylethanol and 2-phenylacetaldehyde." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 103(21), 8287-8292.

Yaparel, C., & Elmacı, Y. (2016). "Tat-Koku İnteraksiyonları." *Academic Food Journal/Akademik GIDA*, 14(2).

Yılmaz, E., Oraman, Y., ve İnan, İ. H. (2009). "Gıda ürünlerine ilişkin tüketici davranışı dinamiklerinin belirlenmesi: Trakya örneği". *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*. 6(1): 1-10.

OĞLAK YAYINLARI

YEDİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİYİ DİSİPLİN OLARAK ELE ALAN ÇALIŞMALARIN SİSTEMATİK BİR DERLEMESİ

Öğr. Gör. Emrah YILDIZ[1]

1. GİRİŞ

Gastronomi kavramının iyi yeme ve içme ile alakalı terimlerle ifadesi restoran ve konaklama endüstrisi bağlamında uygun görünse de gastronomi potansiyelinin derinliğini ve genişliğini temsil etmek için yetersiz olduğu belirtilmektedir (Santich, 2007a: 48-49). Gastronomi birçok kaynakta yeme ve içme sanatı olarak tanımlansa da sanatın yanı sıra birçok bilim dalı ile doğrudan ilişkilidir (Kivela ve Crotts, 2006; Hatipoğlu, 2014). Bu ilişki, gastronomi kavramının yeme içme eylemine daha kavramsal bir bakış açısı sunan bütüncül bir pencere olarak ifade edilmektedir (Samancı, 2020: 95-93). Bu pencere ise geniş bir tanım yelpazesi oluşturarak üst üste binen ve bulanık sınırlarla iki ana kategoriye indirgenebilir. Bir yandan, gastronomi sadece en iyi yiyecek ve içecek keyfi ile ilgilidir. Öte yandan, yediğimiz ve içtiğimiz her şeyi kapsayan geniş kapsamlı bir disiplin olarak ifade edilmektedir (Scarpato, 2002b: 4). Bütün bu özellikler kapsamında gastronominin bilimsel olarak anlaşılmaya başlanması ile birlikte mutfaktan laboratuvara ve kütüphaneye doğru ilerleyen yeni ve genç bir disiplin haline gelmesi kaçınılmaz görülmektedir (Ferguson, 1998: 617; Yıldız, 2020). Hatta gastronomi kavramının bir bilim alanı olarak ele alınmasının ise görece yeni olduğu ifade edilmektedir (Altaş, 2017: 104).

Bir disiplin alanının sağlıklı şekilde olgunlaşması, diğer disiplinlerle ilişkiler kurarken kendi kavram ve teorilerini geliştirebilmesine bağlıdır (Acar vd., 2020: 555-556). 19. ve 20. yüzyıllarda gastronomi Brillant Savarin'in tanımladığı şekliyle üzerinde düşünülen, yazılan önemli bir alan hâline gelmekle beraber (Samancı, 2016: 142); gastronomiye ait teorilerin Brillant Savarin tarafından aforizma (özdeyiş) olarak aktarılan aksiyomlardan oluştuğu belirtilmektedir (Hegarty, 2009: 7). Bu kavram ve teorilerin gastronomi çerçevesinde oluşabilmesi için Brillat Savarin (1970: 52)'in yorumunda gastronomi hakkında "*kendimizi sürdürdüğümüz sürece bizi ilgilendiren her şeyin mantıklı anlayışıdır*" ifadesi bulunmaktadır (Santich, 2007a: 49). Bu ifade ile gastronomi mantıklı bir anlayış olarak kabul edilerek, gıda ve beslenmeye yönelik temel bir yaklaşım oluşturulmuştur. Gastronomi, tarihsel gelişime sahip olan hem sanatı ve hem de bilimi

1 Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü / Eskişehir ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0206-115X emrahyildizz@hotmail.com

OĞLAK YAYINLARI

bir arada içeren bir kavram olarak, yiyecek içecekler hakkında çeşitli özelliklerin bir arada değerlendirilmesi adına geçerli bir bilim dalı haline gelmiştir (Dağlıoğlu, 2019: 4). Öğretim konusu olan veya olabilecek bilgilerin bütünü bilim dalı ya da disiplin olarak ele alınmaktadır (TDK, 2021). Araştırma alanlarının disiplin olarak görülebilmesi için belirlenen çeşitli ölçütlere bakıldığında, gastronominin çeşitli araştırma konularına ve araştırma sorularına sahip olduğu söylenebilir. Gastronominin ve bağlantılı çeşitli disiplinlerin birikmiş uzmanlık bilgisi ile gastronomi disiplinine ait her geçen gün artan teori ve kavramları da beraberinde getirmektedir. Teorinin pratikte uygulandığı bir araştırma alanına sahip olan gastronomi, mantıksal bir yapıda artarak devam eden bilgi birikimine sahip bir özellik sergilemektedir. Bu özelliğiyle oluşan akademik camianın varlığı fikir birliği içerisinde gastronominin kelime kökeniyle bağlantılı bir şekilde paradigma ve kuramsal alt yapısının oluşmasını sağlamaktadır. Bahsi geçen çeşitli ölçütler kapsamında gastronominin bir disiplin olduğu gerçeği doğrulanmaktadır (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018; Yıldız, 2020).

2. GASTRONOMİ LİTERATÜRÜNDE ELE ALINAN DİSİPLİNER YAKLAŞIM

Gastronomi ile ilgili yapılan çalışmalar disipliner bir yapıda ele alındığı gibi birden fazla disiplin ile bağlantılı şekilde de yürütülebilmektedir. Disipliner yaklaşım, disiplinlerin ayrı bölümlerde, kendi araştırma projeleri üzerinde çalıştığı araştırmalardır. Disiplinler, bilimin içeriğini yansıtmayı kolaylaştıran kategoriler olarak düşünülebilir. Gastronomi hâlihazırda var olan literatürde bir disiplin olarak çeşitli yaklaşımlarla ele alınmaktadır. Bu yaklaşımlar; multidisipliner (çok disiplinli), interdisipliner (disiplinlerarası) ve transdisipliner (disiplinlerötesi) yaklaşımlar olarak belirtilebilir (Yıldız, 2020).

Gastronomi alanındaki literatür temel olarak gıda ve gastronomi ile ilgili tarihsel etkiler ve alanın fizyolojik, psikolojik, kültürel ve sosyal yönleriyle doludur (Pedersen, 2012: 35). Gastronomi doğası itibariyle kişileri disiplinler arası bir yolculuğa davet etmektedir. Sosyal bilimler ile pozitif bilimlerin teori ve kuramları aracılığıyla incelenmesi gereken gastronomi, duyulara hitap eden yönüyle pratik olan uygulamalarda hayat bularak yiyeceğin hem bilimsel hem de kültürel kodlarını somut örnekler aracılığıyla açıklamayı hedefleyen bir alan olarak ifade edilmektedir (Samancı, 2020: 93).

Gastronominin farklı disiplinler arasında uygulandığı yaklaşımlardan biri olan multidisipliner yaklaşım, pek çok bilim insanının üzerinde çalıştığı bir alandır (Altaş, 2017: 114). Multidisipliner çalışmaların gerçekleşebilmesi için doğası gereği farklı disiplinlere ait uzmanlara ihtiyaç duyulmaktadır (Jessup, 2017). Bu konuda gastronomi çalışmaları için Santich (2007b: 53) tarafından multidisipliner bir model önerilmektedir. Bu öneride belirtilen alanlar tarih, edebiyat, tıp, politika, hukuk, etik, din, felsefe, iletişim,

OĞLAK YAYINLARI

mutfak, tarım, coğrafya, ekonomi, ticaret ve teknoloji olarak ifade edilmektedir. Diğer sosyal ve kültürel teorilerde olduğu gibi ortaya çıkan gastronomi çalışmaları, multidisipliner yaklaşım olarak adlandırılan şeyi kapsamaktadır (Scarpato, 2002b: 6-7).

İnterdisipliner yaklaşım kapsamında oluşturulan ekip çalışmasında en az iki farklı disiplinden oluşan uzmanların aynı ortamda, birbirine bağlı bir şekilde çalıştığı, birbirleri ile etkileşim içinde bulunduğu bir grup oluşturulmaktadır. Bu yönüyle interdisipliner yaklaşım ve çalışma biçimi, multidisipliner yaklaşımdan ayrılmaktadır (Jessup, 2007). Zaman içerisinde gastronomi disiplininin gelişmesiyle mutfak ve mutfak kültürü üzerine yapılan çalışmaların önemi daha da artarak interdisipliner yaklaşımla incelenen kültürel bir değer haline gelmiştir (Türkoğlu ve Kozak, 2015: 207). İnterdisipliner çalışmalara örnek olarak merkezinde gıdanın (yiyecek ve içecek) olduğu bir disiplinin güzel sanatlar, sosyal bilimler ve doğa bilimlerini kapsayan çok sayıda bileşeni inceleyen bir faaliyet olarak ele alınması gerekebilir (Kargiglioğlu ve Akbaba, 2014: 61). Bir başka örnek ise gıda ile ilgili fizik, kimya, biyoloji, biyokimya ve aynı zamanda fizyoloji ve psikolojiyi içine alan çalışmaları yürüten bir disiplin olan moleküler gastronomi interdisipliner çalışmaların yapıldığı bir alan olarak belirtilmektedir (Guine vd., 2012: 102).

Gastronomi çalışmaları, gıda ve kültür, gıda ve toplum, gıda ve pazarlama üzerine çalışan birçok disiplin ile tamamlanan transdisipliner bir bakış açısıdır (Scarpato, 2002b: 3). Transdisipliner yaklaşım; bir olan çalışma alanında birden fazla disiplinin bütünsel olarak bir konu hakkında çalışması olarak belirtilmektedir (Jacobs, 1989). Örneğin yiyeceklerin hazırlanması ve tüketilmesinde doğası gereği çoklu (multi) veya transdisipliner olgular yer almaktadır. Hayvanların yetiştirilmesinden ve tohum ekiminden hasat edilmesine, pişirilip hazırlanmasına ve tüketilmesine kadar çeşitli akademik disiplinlerin, el sanatlarının ve farklı sanat unsurlarının etkileri ve iş birliği olasılığı mevcuttur. Bu olgunun daha da geliştirme arzusu varsa, bu tür bir iş birliği ilerlemenin verimli bir yolu olabilmektedir (Fooladi vd., 2018).

Gastronomi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ilgili disiplinin konusuna göre ele alındığı (Dağlıoğlu, 2019: 5) belirtilmektedir. Bu doğrultuda gastronomi kapsamında yapılan çalışmaların, farklı disiplinlerin gastronomi alanını ilgilendiren kısmında yürütüldüğü ifade edilebilir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, gastronomiyi bir disiplin olarak ele alan çalışmaların sistematik bir derlemesini sunmak ve bu doğrultuda değerlendirmektir. Gastronomiyi bir disiplin olarak ele alan konuların çeşitli özelliklerini ortaya koymak üzere gastronomi alanında yayımlanan makale ve kitap bölümlerinin değerlendirilmesi için aşağıdaki soruların cevabı aranmıştır:

1. Gastronomi alanında yayınlanan makalelerin bölümlerinin yıllara göre dağılımları nedir?
2. Yayınlanan makalelerde ele alınan anahtar kelimeler nelerdir?

OĞLAK YAYINLARI

3. Yayınlanan makalelerde ele alınan konu başlıkları nelerdir?
4. Makalelerde ele alınan gastronomi disiplini özelliği nasıl vurgulanmıştır?
5. Makale dışında gastronomi disiplini ile alakalı yayınlanmış gri literatür kaynakları nasıl ele alınmıştır?

3. YÖNTEM

Bu araştırmada gastronomiyi bir disiplin olarak ele alan çalışmalar incelenmiştir. İlgili çalışmaların detaylı bir şekilde içeriklerini belirlemek amacıyla sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır. Nitel bir araştırma yöntemi olarak belirtilen sistematik derleme çalışmalarında belirli zaman aralıklarında ve belirli bir durumun tespitine yönelik olarak inceleme yapılması ilgili durumun yaşam seyri ve eğilimi göstermesi açısından önemli görülmektedir (Üsdiken ve Pasadeos, 1993; Ata ve Urman, 2008). Sistematik derlemeler, ele alınan konuyla ilgili kapsamlı bir yazın taraması gerektirdiği ve araştırmacıların objektif görüşlerini daha az içerdiği için güvenilir kabul edilmektedir (Green vd., 2006). Bu doğrultuda çalışmanın güvenilirliğini arttırmak için üç farklı alan araştırmacısı tarafından ilgili çalışmaların belirlenen ölçütler doğrultusunda dâhil etme ya da etmeme konusunda seçim kriterleri uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında daha önceden belirlenmiş bazı önem ölçütlerini karşılayan tüm durumları çalışmak ve gözden geçirmek için ölçüt örnekleme (Patton, 2014) yolu tercih edilmiştir. Bu ölçüt veya ölçütler araştırmacı tarafından oluşturulabilmektedir ya da önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi dikkate alınabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Standart olarak belirlenmiş bir sistematik derleme prosedürü olmamakla birlikte çalışma amacına en uygun içerikteki yayınlara araştırmacı tarafından belirlenmiş bilimsel bir prosedür dahilinde ulaşmak bu yöntemin odak noktasını oluşturmaktadır (Shafiee vd., 2019; Karaçam, 2013: 26). İlgili ölçütler araştırmacı tarafından şu şekilde belirlenmiştir:

- Çalışmaların başlık ve/veya anahtar kelimelerinde gastronomi ve disiplin konularını bir arada içermesi,
- Başlık ya da anahtar kelime bakımından gastronomi disiplininden bahsedilmeyen çalışmanın içeriğinde, gastronomiyi bir disiplin ya da bilim dalı olarak ele alan en az bir başlığının bulunması,
- Çalışmaların içerik incelmesi sonucu gastronomiyi bir disiplin alanı olarak değerlendirmesi,
- Çalışmaların gastronomiye ait farklı bir alan özelinde işlenmemiş olması (örneğin moleküler gastronomi kavramı ya da gastronomi tarihi özelinde bir konu olmaması),
- Sistematik inceleme dışında ayrı olarak değerlendirilmek kaydıyla belirlenen

OĞLAK YAYINLARI

çalışmalara ait kaynakça incelemesinde ya da ilgili veri tabanlarında yer alan ve gri literatür olarak kabul edilen çalışmaların içeriklerinde yer alması.

Çalışmaya ait tarama işlemi 06.03.2021-25.06.2021 tarihleri arasında ulusal ve uluslararası veri tabanlarında (ULAKBİM, Dergi Park, Ebsco, Scopus, Web of Science) Türkçe ve İngilizce olarak gerçekleştirilmiştir. Tarama için "gastronomi", "gastronomi disiplini", "gastronomi ve disiplin" anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Zaman kısıtlamasına gidilmeden yapılan tarama esnasında erişime açık olan veri tabanlarından elde edilen bütün çalışmalara ulaşılarak toplam 1260 makaleye erişilmiştir. Ulaşılan bu sayıdaki çalışmaların içeriklerine bakıldığında, konunun doğrudan gastronomi disiplini ile alakalı olmaması, çoğunluğunun sadece tanım olarak gastronomi disiplininden bahsediyor olması ve çalışmaların ağırlıklı olarak farklı gastronomi konularını ele alan bir yaklaşım sergilememesinden dolayı yeterli bulunmayarak elemeye gidilmiştir. Böylelikle eleme sonucunda elde edilen makale sayısı 20 adet olarak belirlenmiştir. İlk eleme sonrasında alan araştırmacıları tarafından çalışmaların içerik analizleri yapılmış ve doğrudan gastronomi disiplinini içermeyen çalışmalar (Rojas-Rivas vd., 2020; Hoşcan, 2019; Seyitoğlu, 2019; Karsavuran, 2018; Otero, 2018; Güzeller ve Çeliker, 2017; Öney, 2016; Barham vd., 2010; Hegarty, 2005; Santich, 2004) için de bir eleme sürecine gidilmiştir. Son eleme sonrasında sistematik olarak incelenmesi uygun görülen 10 adet makale değerlendirilmek üzere tespit edilmiştir. Bu tespitin ardından yayınlanmamış çalışma ve tez gibi çeşitli çalışmaların araştırmaya dahil edilmesi, özellikle konuyla ilgili az sayıda çalışmanın olduğu veya yayınlanan literatürde şüpheli sonuçların olduğu durumlarda etkisinin belirlenmesi (Hartling vd., 2017; Aslan, 2018: 62-63) için ilgili çalışmalara ait kaynakçalar da taranarak gastronomi disiplini konusunda atıf verilen çalışmalara da ulaşılmaya çalışılmıştır. İlgili çalışmalara ait kaynakçalardan tespit edilen ve içeriğinde gastronomi disiplinine detaylı olarak yer verilen toplam bir adet kitap bölümü (Yıldız, 2020) ve bir adet doktora tezine (Seyitoğlu, 2018), Yök Tez ve uluslararası özellikteki yayınevlerinden ulaşılmıştır. Özellikle sistematik hataların azaltılabilmesi için farklı dillerde yayınlanan çalışmaların araştırmaya dahil edilmesi araştırmaya ait kesinliği artıran bir unsur (Moher vd., 1996) olmakla birlikte tez, raporlar, konferans bildirileri gibi belgeleri içeren ve gri literatür olarak adlandırılan ve kanıt özelliği olabilecek birçok çalışma, sistematik bir incelemeye önemli katkılarda bulunabilmektedir (Paez, 2017; Alberani vd., 1990). Sistematik derleme çalışmaları önemli bir araştırma projesidir ve belirli bir protokol dâhilinde yapılması gerekmektedir. Ayrıca sistematik derleme araştırması yapabilmek için, belirli bir konuda yapılan bütün araştırmaların incelenmesi gerekmektedir (Karaçam, 2013: 26). Bu doğrultuda sistematik derlemede kapsanan makalelerden

OĞLAK YAYINLARI

çekilen ve sentezlenen bilgilerin geçerlilik ve güvenirliği, makalelerin bilimsel yönden doğru ve sağlamlığına bağlı (Nahcivan ve İncirkuş, 2017: 113) olduğu için ilgili tez ve kitap bölümlerinden elde edilen bulgulara da yer verilmiştir ancak elde edilen bulgular sadece bilgi amaçlı olup sistematik olarak değerlendirilmemiştir.

4. BULGULAR

Gastronomiyi bir disiplin olarak ele alan makalelere ait tanımlayıcı bilgiler, Tablo 4.1'de gösterilmektedir. İlgili tabloda her makale için bir numara atanmıştır ve ilerleyen incelemelerde bu numaralar makale numarasına göre ifade edilecektir. Tablo 1'e göre makalelerin altısı İngilizce, dördü ise Türkçe dilinde yazılmıştır. Yayınlanan dergilere göre iki makale "International Journal of Gastronomy and Food Science" dergisinde, iki makale "Journal of Culinary Science & Technology" dergisi olmak üzere uluslararası veri tabanlarında yer almaktadır.

Tablo1: Makalelere ait tanımlayıcı bilgiler

No	Yazar ve Yıl	Makale Adı	Yayın yeri
1	Scarpato, 2002b	Gastronomy Studies in Search of Hospitality.	Journal of Hospitality and Tourism Management
2	Hegarty, 2009	How Might Gastronomy be a Suitable Discipline for Testing the Validity of Different Modern and Postmodern Claims About What May be Called Avant-Garde?.	Journal of Culinary Science & Technology
3	Neill vd., 2017	Gastronomy or Food Studies: A Case of Academic Distinction.	Journal of Hospitality & Tourism Education
4	Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018	Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma.	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi
5	Fooladi vd., 2018	Chefs and Researchers: Culinary Practitioners' Views on Interaction Between Gastronomy and Sciences.	International Journal of Gastronomy and Food Science
6	Hedegaard, 2019	Gastronomy and Science: Terminological Conundrums.	International Journal of Gastronomy and Food Science
7	Tekiner vd., 2019	Gastronomide Evrensel Dil: Bilim ve Mühendislik "Eleştirel Bir Bakış".	Aydın Gastronomy
8	Seyitoğlu, 2019	Defining the Current Position of the Gastronomy Field in Turkey.	Journal of Culinary Science & Technology
9	Acar vd., 2020	Gastronomiye Çok Disiplinli Bakış: Lisansüstü Tezlerine Yönelik Bir Değerlendirme.	Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
10	Samancı, 2020	Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma.	Turizm Araştırmaları Dergisi

Çalışma kapsamında incelenen makalelerin yıllara göre dağılımına ait bulgular Tablo 2'de verilmiştir. Tablo 2'ye göre 2002 yılı ile 2020 yılları arasında yayınlanan makalelerin en fazla bulunduğu yılı, üç makale (6, 7, 8) ile 2019 yılı oluşturmaktadır. Özellikle 2002 (1) ve 2009 (2) yıllarında birer makalenin olduğu sonrasında ise 2017 yılından itibaren 2020 yılına kadar her yıl belirli çalışmaların yapıldığı tespit edilmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo2: Yıllara göre makale sayıları

Makale No	Yıl	n	%
1	2002	1	10
2	2009	1	10
3	2017	1	10
4, 5	2018	2	20
6, 7, 8	2019	3	30
9, 10	2020	2	20

Makalelerde ele alınan anahtar kelimeler Tablo 3'te belirtilmektedir. İlgili makalelerin iki tanesinde (1, 10) herhangi bir anahtar kelimeye rastlanmamıştır. Bununla birlikte Tablo 3'e göre makalelerin en fazla içerdiği ortak anahtar kelime gastronomi (2, 3, 4, 5, 7, 8, 9) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca disiplin, akademik disiplin, transdisipliner, interdisipliner ve çokdisiplinlilik gibi anahtar kelimelerin ortak yönü olarak disipliner bir çalışma olarak ifade edilen, ek olarak bilim ifadelerinin de yer aldığı toplam yedi (2, 4, 5, 6, 7, 8, 9) farklı makale bulunmaktadır.

Tablo3: Makalelerde ele alınan anahtar kelimeler

Makale No	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Anahtar Kelime										
Gastronomi		**X**	**X**	**X**			**X**	**X**	**X**	
Gastronomi alanı				**X**				**X**		
Bilim ve gastronomi					**X**					
Mutfak bilimi		**X**			**X**					
Akademik disiplin				**X**				**X**		
Estetik, ders işlenen alan, yemek deneyimi, postmodernizm, sanat eseri, yenilik, teknoloji, yaratıcılık		**X**								
Öğretim programı, lisans, gıda çalışmaları, lisansüstü			**X**							
Disiplin				**X**						
İş birliği, diyalog, anket, **transdisipliner**					**X**					
Bilim felsefesi, **interdisipliner**, öğretme sanatı						**X**				
Bilim, mühendislik							**X**			
Turizm								**X**		
Bibliyometri, lisansüstü tezler, çokdisiplinlilik									**X**	
Belirtilmemiş	**X**									**X**

OGLAK YAYINLARI

Tablo 4'te gastronomi disiplinini inceleyen makalelerin konu başlıklarına göre dağılımları incelendiğinde, ilgili başlıkların içeriklerinden gastronominin en fazla %40 ile disiplin olarak belirtildiği, ardından %30 ile bilim olarak ifade edildiği tespit edilmiştir. Geri kalan başlıklarda gastronomi akademik anlamda bir çalışma konusu (%10) ve alanı (%10) olmakla birlikte gıda çalışmaları (%10) ile ilişkilendirildiği belirlenmiştir.

Tablo4: Konu başlıklarına göre makale dağılımları

Makale No	**Konu başlıkları**	**n**	%
1	Gastronomi çalışmaları	1	10
2, 4, 9, 10	Gastronomi disiplini	4	40
5, 6, 7	Gastronomi ve bilim	3	30
3	Gastonomi ve gıda çalışmaları	1	10
8	Gastronomi alanı	1	10

Tablo 5'e göre makalelerin içeriklerinde disipliner açıdan ele alınan gastronomi çalışmalarının özellikleri; multidisipliner, interdisipliner ve transdisipliner çalışmalar olarak belirlenmiştir.

Tablo5: Makalelerde ele alınan gastronomi disiplini özellikleri

Makale No	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Disiplin alanı										
Multidisipliner	**X**	**X**			**X**		**X**	**X**	**X**	
İnterdisipliner			**X**		**X**	**X**	**X**	**X**		**X**
Transdisipliner	**X**				**X**					
Belirtilmemiş				**X**						

İncelenen makalelerin gerek makale bütünü gerekse konu başlıkları bakımından ortak nokta olarak ele aldıkları gastronomi disiplini özellikleri ise makale bazında aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

Makale 1 (Scarpato, 2002b): Çalışma, ağırlama endüstrisinin daha geniş bir şekilde anlaşılması ve sağlam bir akademik disiplin olarak kurulması konusunu gastronomi çalışmaları perspektifinden tanıtmayı amaçlamaktadır. Makale kapsamında gastronominin akademik bir disiplin haline gelememesinin nedeni multidisipliner bir yapıda olmasıdır. Gastronomi çalışmaları ise gıda ve kültür, gıda ve toplum, gıda ve pazarlama gibi birçok disiplinin sunduğu bakış açılarının yerini almayan, ancak bunları tamamlayan

OĞLAK YAYINLARI

transdisipliner bir bakış açısı olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda makale, özellikle eğitim modellerini hedefleyen stratejik araştırmalarda, ağırlama olanaklarının gastronomi ile birlikte çalışması gereken ortak bir zemini önermektedir.

Makale 2 (Hegarty, 2009): Çalışmada, yemek deneyiminin günlük hayatımızdaki yeri hakkında bazı soruları yanıtlamaktan daha fazlasını gündeme getirerek, estetik ve sanatsal deneyimin, sosyal ve bilimsel olarak anlam elde etmekle nasıl bütünleştirilebileceğine dair bazı öneriler ele alınmaktadır. Akademik anlamda hem yeni hem de çok eski olarak ifade edilen gastronominin genel bir teorik yapı eksikliği nedeniyle bu alandaki çalışmaların sınırlı olduğu ifade edilmektedir. Gastronominin disiplin koşullarının oluşması için düzenli ve akıllıca yapılandırılması gerekliliğinin önemi vurgulanmıştır. Gastronominin akademik bir disiplin olarak gelişiminin sağlanması için ise kendi terimleriyle ve diğer alanlarla araştırmaların bir arada sürdürülmesi gerekliliği belirtilmiştir.

Makale 3 (Neill vd., 2017): Bu çalışmada, gastronomi ile gıda araştırmalarının akademik bir konu olarak ayrılması ve bu ayrımın karmaşık yapısı değerlendirilmektedir. Her iki konuya ait unsurlar göz önünde bulundurularak gıda araştırmaları konularının gastronominin bir parçası olarak kültürü anlamaya çalışan bir mercek olması gerektiği önerilmektedir.

Makale 4 (Seyitoğlu ve Çalışkan, 2018): Bu çalışmada akademik disiplin olma ölçütleri kullanılarak gastronominin akademik disiplin olarak konumu incelenmiştir. Paradigma, kuramsal altyapı, özgün bir araştırma sorusunun eksikliği, doktora programlarının yaygın olmayışı gibi olumsuzlukların yanı sıra lisans ve lisansüstü eğitimlerin yaygınlaşması, akademik dergilerin çoğalması ve alanda bir bilim camiasının oluşmaya başlaması gibi olumlu gelişmelerin akademik disiplin olma yolunda avantaj sağladığı ifade edilmektedir.

Makale 5 (Fooladi vd., 2018): Çalışma, çeşitli disiplinlerin ve meslek alanlarının bir arada olacak şekilde iş birliğini amaçlayan çeşitli disiplin biçimleriyle (interdisipliner, multidisipliner, transdisipliner) çerçevelenmiştir. Bu doğrultuda gıda uzmanları, şefler ve araştırmacılar arasındaki etkileşim/iş birliği hakkındaki görüşleri karma yöntemli bir tasarım ile iş birliği koşulları, olanakları ve sınırlamaları derinlemesine incelenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar, bilim ve gastronomi üzerine mevcut araştırmaların yanı sıra disiplinler arası iş birliği biçimleriyle ilgili olarak tartışılmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Makale 6 (Hedegaard, 2019): Bu çalışmada, bilimsel ifadelerin farklı şekilde kullanıldığı disiplinler ve uygulamalar arasında iş birlikleri kurulurken ortaya çıkan zorluklar gastronomi üzerinden ele alınmaktadır. Çalışma kapsamında gastronomi ve bilim arasındaki iş birliğinin mevcut şekli henüz yeni olduğundan ve ilgili disiplinlere ve uygulamalara henüz adapte edilmemiş olduğundan iş birliğine yönelik didaktik yaklaşımların teorik temellerini ortaya çıkarmayı amaçlayan sınırlı sayıda kaynağın olduğu vurgulanmaktadır. Bununla birlikte bilim ve gastronomi arasındaki iş birliğinin ister araştırma ister uygulama veya eğitimde olsun belirli yeterliliklere hâkim olmayı gerektirdiği önerilmektedir. Bunun içinde interdisipliner bir şekilde eğitim çerçevesinin oluşturulması gerektiği ifade edilmektedir.

Makale 7 (Tekiner vd., 2019): Bilim ve mühendisliğin gastronomi açısından yeri ve önemini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirmeyi amaçlayan çalışmada gastronomi yer yer bir meslek olarak ifade edilmekte ve gastronominin bir bilim dalı olarak tanınmasının önemi vurgulanmaktadır. Bununla birlikte çalışmada, mühendislikte kullanılan bilimsel ifadelerin gastronomi alanında kullanılan ortak ifade benzerliklerine değinilmiştir. Sonuç olarak, gastronominin çok yönlü ve çok disiplinli bir bilim dalı olduğu belirtilmektedir.

Makale 8 (Seyitoğlu, 2019): Bu çalışmada, gastronomi alanının Türkiye'deki mevcut konumu araştırılarak gastronominin tanımlanması amaçlamaktadır. Çalışmanın araştırma bulguları değerlendirildiğinde, gastronomi alanının akademik bir disiplin haline geldiğini gösteren göstergelerin varlığından bahsedilmekle beraber bir disiplin olarak kabul edilme kriterleri göz önüne alındığında, değinilmesi gereken eksiklikler ve gerekliliklerin de olduğunu ifade edilmektedir.

Makale 9 (Acar vd., 2020): Bu çalışmada gastronomi alanı belirli disipliner sınırların ötesinde, alanı besleyen farklı disiplinler ve eğilimler ile daha geniş bir görünümün ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Türkiye'de gastronomiyle ilgili lisansüstü tezlerin profilini multidisipliner bir yaklaşımla inceleyen çalışmada ilgili tezler bibliyometrik analiz ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre gastronominin henüz gelişmekte olan multidisipliner bir alan olarak, mevcut disiplinlerarası ilişkilerini güçlendirerek gelişme avantajına sahip göründüğü, disiplinin gelişmesine yönelik hedeflerin ve eğitim programlarının belirlenmesi açısından önem taşıdığı belirtilmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Makale 10 (Samancı, 2020): Bu çalışmada, gastronomi kelimesinin ulusal düzeyde çeşitli tanımları değerlendirilmiş ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar incelendiğinde bütünleşik ve bütüncül yapısının daha iyi anlaşılabileceği vurgulanmıştır. Çalışma içerisinde gastronomi, mutfak sanatları, yeme içme çalışmaları ve yemek bilimi gibi birbirine çok benzeyen kavramların tam anlamıyla neyi ifade ettiğini anlamanın gerekliliği vurgulanmıştır. Bununla birlikte aslında gastronomi alanının sunduğu en güzel olanağın farklı disiplinlerin araştırma tekniklerini kullanarak ortak çalışmalar yapabiliyor olmasının da önemi belirtilmiştir. Çalışmada ayrıca disiplinler arası bir bakış açısı getiren gastronomi kavramının anlaşılmasının lisans eğitim programlarının müfredatları kurgulanırken son derece önemli olduğu, mutfak sanatları kısmı aşçılık ve restoran yönetimi alanındaki uygulamalı dersleri kapsarken gastronomi kısmının yiyecek ve içecekle ilgili olarak teorik alanları kapsadığı ifade edilmektedir.

Tablo6: Gri literatür kaynakları

Yazar	Kaynak türü	Yıl	Yayın yeri	Kitap Adı
Yıldız, E.	Kitap Bölümü	2020	Anadolu Üniversitesi Yayınları	Gastronominin Temelleri
Seyitoğlu, F.	Doktora Tezi	2018	A. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü	____

Yıldız'ın (2020) ele aldığı çalışma bilimsel bir kitap kategorisinde değerlendirilmeyen fakat bir editör süzgecinden geçen, ilgili atıf ve kaynakçaların bilimsel kurallar çerçevesinde yapıldığı bir ders kitabı bölümü olma niteliğinde değerlendirilmektedir. İlgili çalışmanın içeriğinde, gastronominin farklı disiplin çalışmalarında nasıl ele alınabileceği konusunu detaylı olarak ifade edilmektedir. Çalışma gastronomiyi bilim, kültür ve sanat ile ilişkilendirilerek gastronomi çalışmalarının disipliner bir yaklaşımla farklı disiplinlerle nasıl bağlantılar kurabileceğini multidisipliner, interdisipliner ve transdisipliner yaklaşım örnekleriyle detaylı olarak anlatmaktadır.

Seyitoğlu'nun (2018) doktora tezi çalışmasında gastronomi alanının bir disiplin olma yolunda konumunun nerede olduğu araştırılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucunda, çeşitli temalar oluşturulmuş katılımcılarının görüşleri doğrultusunda akademik disiplin olma yolunda eksiklikler belirlenerek bu eksikliklerin giderilmesi konusunda çeşitli öneriler sunulmuştur.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

İnsan yaşamının merkezinde yer alan gıda ve beslenme çok yönlü ve çok disiplinli kavramlardır. Gastronomi ise kültürel, sanatsal ve bilimsel bir alan olup evrensel düzeyde

OĞLAK YAYINLARI

temsili, ilişkide olduğu diğer alanlarla ortak dili konuşabilmesi ile mümkündür (Scarpato, 2002a: 57). Gastronomi hem sosyal bilimler hem de fen bilimleri ile iç içe, zengin bir araştırma alanı olarak her iki bilim dalı içerisinde yer almaktadır (Hatipoğlu, 2014). Lezzet ve görselliğin keyif vericiliği, günümüzde gastronomi teriminin önemini fark edilir kılmış ve bir bilim olarak görülmesine neden olmuştur (Uhri, 2016: 3). Böylelikle gastronomi disiplini çalışmalarını başka disiplinlerin yöntemlerine adapte edilebilecek şekilde yürütebilmektedir. Dolayısıyla gastronominin diğer disiplinlerle uyum sağlama konusunda oldukça rahat bir disiplin olduğu düşünülmektedir. Gastronomi disiplini bugün var olan disiplinlerin hemen hepsi ile ortak birçok noktada buluşabilmektedir (Yıldız, 2020). Araştırma çalışmalarının sistematik incelemeleri belirli bir soruyu ele alan çalışmaların sonuçlarını titiz ve tekrarlanabilir bir şekilde sentezleyerek kullanıcıların bu geniş literatürü anlamalarına yardımcı olabilmektedir (Page, 2016).

Bu çalışma kapsamında gastronomi kavramını bir disiplin olarak ele alan çalışmaların çoğunluğunun İngilizce olduğu ve sosyal bilimler alanındaki dergilerde yayınlanmış olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gastronomi disiplinine ait teorilerin 1825'te yılında Brillant Savarin'in "*Tadın Fizyolojisi*" adlı kitabında aforizma (özdeyiş) olarak aktarılan aksiyomlar olduğu belirtilmektedir (Hegarty, 2009: 7). Fakat gastronomiyi bir disiplin olarak tanımlamanın ötesinde bu teorilerin ispatına yönelik çalışmalar yüz yılı aşkın zamandır yapılmamıştır. Bu çalışma kapsamında gastronomiyi disiplin olarak inceleyen makalenin ilk olarak 2002 yılında turizm teması altında yapıldığı tespit edilmiştir. 2002 yılından 2020 yılına kadar az sayıda da olsa ilgili çalışmaların çoğunda farklı konu başlıkları altında incelendiğini, makalelerde tanımın ötesinde bir alt başlık olarak yer aldığını belirtmek yerinde olacaktır. İncelenen makalelerin iki tanesinde anahtar kelime belirtilmemesine karşın gastronomi, bilim ve disiplin temalı anahtar kelimelerin bütün makalelerin ortak noktası olduğu ifade edilebilir. Konu başlıklarına göre değerlendirildiğinde ilgili makalelere ait başlıklar sırasıyla en çok; gastronomi disiplini, gastronomi ve bilim, gastronomi ve gıda çalışmaları, gastronomi alanı, gastronomi çalışmaları olarak tespit edilmiştir. Gastronomiyi bir disiplin olarak disipliner çalışma yolları (multidisipliner, interdisipliner ve transdisipliner) açısından ele alan makaleler çoğunluğu (%90) oluşturmakla birlikte, ilgili makalelerin bir tanesinin (4) disiplin olma özelliklerini tartışan bir yapıda olduğu tespit edilmiştir. Sistematik inceleme dışında tutulan ve tespit edilip bulgularda yer alan iki adet çalışma, öz bir şekilde gri literatür kaynağı olarak belirlenmiştir. İlgili çalışmaların araştırmacılar tarafından incelenmesinin gastronomi disiplininin bilimsel olarak yerinin belirlenmesi ve gastronomi konusunda disipliner çalışma prensiplerinin nasıl olması gerektiği konularında katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda sistematik bir inceleme konusu olarak gastronomiyi disiplin olarak ele

OĞLAK YAYINLARI

alan makale çalışmaları değerlendirilmiştir. Literatürde gastronomiyi bir disiplin olarak tanımlayan birçok çalışma bulunmasına karşın ilgili disipline ait altyapı oluşturacak kanıtları içeren çalışma sayısı hala çok azdır. Moleküler gastronomi gibi doğrudan bilimsel kanıtlarının sunulduğu ve araştırıldığı çalışmalar olmasına karşın sadece gastronomiyi bir disiplin olarak ele alan araştırmaların yapılması önemli görülmektedir. İleriki araştırmalar için genel bir bakış açısı sunan bu sistematik inceleme çalışmasının ötesinde gastronominin bilimsel bir yapıya kavuşması için daha detaylı, ispata dayalı ve disiplin iş birlikleriyle ele alındığı çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Acar, D., Güldemir, O., Aksöz, E. O. (2020). "Gastronomiye Çok Disiplinli Bakış: Lisansüstü Tezlerine Yönelik Bir Değerlendirme." *Sosyal Bilimler Dergisi*, (21): 535-558.

Alberani, V., Pietrangeli P. D. C., Mazza, A. M. R. (1990). "The Use of Grey Literature in Health Sciences: a Preliminary Survey." *Bulletin of the Medical Library Association* 78(4): 358-363.

Altaş, A. (2017). "Türkçe'ye Tercüme Edilen Gastronomi Kitaplarının Bibliyometrik Analizi." *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 103-117.

Aslan, A. (2018). *Sistematik Derleme ve Meta-Analizi*. Acta Medica Alanya, 2(2): 62-63.

Ata, B. ve Urman, B. (2008). "Sistematik Derlemelerin Kritik Analizi." *TJOD Dergi*, 5: 233-240.

Barham, P., Skibsted, L. H., Bredie, W. L., Bom Frøst, M., Møller, P., Risbo, J., Snitkjær, P., Mortensen, L. M. (2010). "Molecular Gastronomy: a New Emerging Scientific Discipline." *Chemical Reviews*, 110(4): 2313-2365.

Brillat-Savarin, J. A., (1970). *Philosopher in the Kitchen*. London, Penguin.

Dağlıoğlu, P. (2019). "Tüketicilerin Moleküler Gastronomi Ürünlerine Olan Tutumlarının Değerlendirilmesi: Didim Örneği", (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). *Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* Yiyecek İçecek İşletmeciliği Abd.

Ferguson, P. P. (1998). "A Cultural Field in The Making: Gastronomy in 19th-Century France." *American Journal of Sociology*. 104(3): 597-641.

Fooladi, E., Hopia, A., Lasa, D., Arboleya, C. (2019). "Chefs and Researchers: Culinary Practitioners' Views on Interaction Between Gastronomy and Sciences." *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 15: 6-14.

Guine, R. P. F., Dias, A., Peixoto, A., Matos, M., Gonzaga, M., Silva, M. (2012). "Application of Molecular Gastronomy Principles to The Development of A Powdered Olive Oil and Market Study Aiming At Its Commercialization." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1: 101-106.

Güzeller, C. O., Çeliker, N. (2017). "Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5/Special issue 2*: 88-102.

Green, B. N., Johnson, C. D., Adams, A. (2006). "Writing Narrative Literaturere Views for Peer-Reviewed Journals: Secrets of Thetrade." *Journal of Chiropractic Medicine,* 5(3): 101-117.

OĞLAK KİTAPLARI

Hartling L, Featherstone R, Nuspl M. (2017). "Grey Literature in Systematic Reviews: a Cross-Sectional Study of the Contribution of non-English Reports, Unpublished Studies and Dissertations to the Results of Meta-Analyses in Child-Relevant Reviews." *BMC Med Res Methodol.*, 17(1): 64.

Hatipoğlu A. (2014). "Osmanlı Saray Mutfağının Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi." (Yayımlanmış Doktora Tezi). *Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı*, Sakarya.

Hedegaard, L. (2019). "Gastronomy and Science: Terminological Conundrums." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 15.

Hegarty, J. (2009). "How Might Gastronomy be a Suitable Discipline for Testing the Validity of Different Modern and Postmodern Claims About What May be Called Avant-Garde?." *Journal of Culinary Science & Technology*. 7(1): 1-18.

Hoşcan, N. (2019). "Yerel Kalkınmada Bilim Merkezlerinin Rolü ve Bolu'da Gastronomi Temalı Bir Bilim Merkezi Tasarımı." *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1): 119-127.

Jacobs H. H. (1989). "Interdisciplinary Curriculum Design and Implementation." *Alexandria, VA*: 1-11.

Jessup, R. L. (2007). "Interdisciplinary Versus Multidisciplinary Care Teams: Do We Understand The Difference?." *Australian Health Review, 31(3)*: 330-331.

Karaçam, Z. (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber." *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi, 6(1):* 26-33.

Kargiglioğlu, Ş., Akbaba, A. (2016). "Yerli Gastroturistlerin Eğitim Seviyeleri ve Yaş Gruplarına Göre Destinasyondaki Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılımları: Gaziantep›i Ziyaret Eden Gastroturistler Üzerine Bir Araştırma." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 4(1):* 87-95.

Karsavuran, Z. (2018). "Sokak Yemekleri: Farklı Disiplinlerin Yaklaşımı ve Gastronomi Turizmi Alanında." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(1)*: 246-265.

Kivela J., Crotts J. C. (2006). "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination." *Journal Of Hospitality & Tourism Research, 30:* 354-377.

Moher, D., Fortin, P., Jadad, A. R., Juni, P., Klassen. T., Le Lorier. J., Liberati, A., Penna, A., Linde, K. (1996). "Completeness of Reporting of Trials Published in Languages Other Than English: Implications for Conduct and Reporting of Systematic Reviews." *The Lancet*, 374(8998).

Nahcivan, N., İncirkuş, K. (2018). "Türkiye'de Hemşirelik Dergilerinde Yayınlanan Sistematik Derlemelerin Raporlama Özellikleri." *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 15: 106-116.

Neill, L., Poulston, J., Hemmington, N., Hall., Bliss, S. (2017) "Gastronomy or Food Studies: A Case of Academic Distinction." *Journal of Hospitality & Tourism Education, 29*: 2.

Otero, J. (2018). "High-Status Food is Changing: New Gastronomic Perspectives." *International Journal of Gastronomy and Food Science, 11*: 35-40.

Öney, H. (2016). "Gastronomi Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme." *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35*: 193-202.

Paez A. (2017). "Gray literature: An Important Resource In Systematic Reviews." *J Evid Based Med., 10(3):* 233-240.

OĞLAK YAYINLARI

Page, M. J., Shamseer, L., Altman, D. G., Tetzlaff, J., Sampson, M., Tricco, A. C., Catalá-López, F., Li, L., Reid, E. K., Sarkis-Onofre, R., Moher, D. (2016). "Epidemiology and Reporting Characteristics of Systematic Reviews of Biomedical Research: A Cross-Sectional Study." *PLoS Medicine*, 13(5).

Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, çev.). Ankara: Pegem Akademi.

Pedersen, L. B. (2012). "Creativity in Gastronomy. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi," *Copenhagen Business School, Department of Management*, Copenhagen.

Rojas-Rivas, E., Rendón-Domínguez, A., Felipe-Salinas, J. A., Cuffia, F. (2020). "What is Gastronomy? An Exploratory Study of Social Representation of Gastronomy and Mexican Cuisine Among Experts and Consumers Using a Qualitative Approach." *Food Quality and Preference*, 83, 103930.

Samancı, Ö. (2016). "Modern Çağ'da Fransız Mutfağının Gelişimi." H. Yılmaz., A. Dündar (Editör). *Gastronomi Tarihi*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları: 132-151.

Samancı, Ö. (2020). "Gastronomi: Disiplinler Arası Bir Buluşma." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 31(1):* 92-95.

Santich, B. (2004). "The Study of Gastronomy and Its Relevance To Hospitality Education and Training." *International Journal of Hospitality Management, 23(1):* 15-24.

Santich, B. (2007a). "Hospitality and Gastronomy: Natural Allies." Conrad Lashley, Paul Lynch, Alison Morrison (Eds). *Hospitality A Social Lens*. Elsevier: 47-59.

Santich, B. (2007b). "The Study of Gastronomy: A Catalyst Cultural Understanding." *The International Journal of the Humanities, 5 (6):* 53-57.

Scarpato. R. (2002a). "Gastronomy as A Tourist Product: The Perspective of Gastronomy Studies." Anne-Mette Hjalager ve Greg Richards (Ed.). *Tourism and Gastronomy*. London, Routledge: 51-60.

Scarpato, R. (2002b). "Gastronomy Studies in Search of Hospitality." *Journal of Hospitality and Tourism Management, 9(2)*.

Seyitoğlu, F. (2018). "Akademik bir Disiplin Olarak Gastronominin Konumu: Temellendirilmiş Bir Kuram Çalışması." (Yayınlanmış Doktora Tezi). *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı*.

Seyitoğlu, F., Çalışkan, O. (2018). "Akademik Disiplin Olarak Gastronomi: Kavramsal Bir Çalışma." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 15(3):* 523-537.

Seyitoğlu, F. (2019). "Gastronomy Scholars' Perspectives Towards the Gastronomy Term: A Metaphorical Analysis." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7 (2):* 688-699.

Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., Jahanyan, S. (2019). "Developing a Model for Sustainable Smart Tourism Destinations: A systematic review." *Tourism Management Perspectives, 31*: 287-300.

TDK. (2021). *Disiplin*. http://www.tdk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 18.05.2021).

Tekiner, İ. H., Orhan, H. İ., Hülağa, G., Köklü, O. (2018). "Gıda Kaynaklı Dirençli Bakteriler: Gıda Güvenliği ve Gastronomi Disiplini Açısından Önemi." *International Gastronomy Tourism Studies Congress- Kocaeli University*: 439-447.

Tillett, S., Newbold, E. (2006). "Grey Literature at The British Library: Revealing a Hidden Resource." *Interlending & Document Supply*, 34: 70-73.

OGEAK YAYINLARI

Türkoğlu, H., Kozak, M. A. (2015). "Türk Mutfağının Gelişiminde Gurmelerin Rollerine Yönelik Algılamalar." *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi:* 207-220.

Uhri, A. (2016). "İnsanlığın Şafağında Beslenme." H. Yılmaz., A. Dündar (Ed). *Gastronomi Tarihi*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları: 2-25.

Üsdiken B., Pasadeos, Y. (1993). "Türkiye'de Örgütler ve Yönetim Yazını." *Amme İdaresi Dergisi, 26 (2)*: 73-98.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, Emrah. (2020). "Gastronomi Disiplini ve İlişkileri." Hilmi Rafet Yüncü (Ed). *Gastronominin Temelleri*. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları: 33-59.

OĞLAK YAYINLARI

SEKİZİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ VE SOSYAL MEDYA ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR

Öğr. Gör. Eniser Atabay[1]

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla tüketici ve üretici arasındaki iletişim mesafesinin kısalmasına ek olarak belirli bir zaman dilimine mahkûm olma zorunluluğu ortadan kalkmıştır. Ayrıca dijital dönüşüm, toplulukları ve işletmeleri hiç olmadığı kadar demokratik bir ortam içerisine sürüklemiştir (Onorati ve Giardullo, 2020). Tüm taraflar temel iletişim fırsatlarına eşit şekilde hâkimdir. Gastronomi de bilgi ve iletişim çağında giderek daha fazla ilgi gören bir fenomen ve bu yeni iletişimin konusu haline gelmiştir. Toplu iletişim araçlarının yaygınlaşmasına ek olarak, dijital medya mecralarının hayatımızın bir parçası olması gastronomiye olan ilginin yayılımına katkı sağlamıştır. İlk olarak geleneksel medya aracılığıyla sunulsa bile, gastronomik bir değerin çok kısa süre içerisinde sosyal medyada varlık göstermesi kaçınılmazdır. Bu bakımdan gastronominin yeni bir küresel trende dönüşmekte olduğu ileri sürülmektedir (Chaney ve Ryan, 2012). Zira gastronomi sadece yemekle ilgili değildir. Aynı zamanda deneyim, kültür ve tasarım gibi pek çok bileşeni mevcuttur. Böylece gastronomi ve sosyal medya araştırmalarının farklı bakış açılarına sahip olması beklenmektedir. Ancak alanyazın incelendiğinde özellikle gastronomik bakış açısına sahip çalışmaların görece az olduğu gözlemlenmektedir. Bir destinasyon ya da ürün pazarlaması bağlamında sosyal medya araçlarının önemine yönelik çok sayıda çalışma olsa da (Atabay ve Çizel, 2020; Fong, Lei ve Law, 2017; Mariani, Di Felice ve Mura, 2016) bunu gastronomik unsurlarla birleştiren çalışma sayısı oldukça düşüktür (Yu ve Sun, 2019; Erdem ve Yay, 2017). Gastronominin gelişmekte olan bir disiplin olması araştırmaların sayısına ve başlangıç yıllarına yansımaktadır. Ayrıca alanyazında yer alan çalışmalar genellikle pazarlama odaklıdır. Bu durum gastronominin sosyal medyayı bir pazarlama aracı olarak görmesini pekiştirmiştir. Fakat literatürde sosyal medyayı gastronomik değerleri tüketicilere aktarmak için duygusal bir bağ kurma aracı olarak gören çalışmalar da mevcuttur (Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020). Yeni araştırma yaklaşımları ümit vaat etse de literatürdeki az sayıda araştırma göze çarpmaktadır.

1 Öğr. Gör., Akdeniz Üniversitesi, eniseratabay@akdeniz.edu.tr, ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8481-1086

OGLAK YAYINLARI

Bu çalışmada, literatürdeki yönelimleri ve eksiklikleri sunma potansiyeline sahiptir. Zira literatürde yer alan araştırmaların sistematik bir gözden geçirmesi yapılacaktır. Araştırmalardaki temel özellikler incelenerek, eğilimlerin neler olduğu değerlendirilecek ve eksik kaldığı düşünülen noktalar diğer disiplinlerden örnekler verilerek aktarılacaktır. Bölümün oluşturulmasında gastronomide sosyal medya konusunu ele alacak yazarlara nitelikli veritabanlarında taranan yayınların entelektüel yapısının sunulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda literatürden elde edilen araştırmalar tablolaştırılmış ve araştırmaların hangi zaman aralıklarında, neyi, hangi yöntemle araştırdığı soruları yanıtlanmış, araştırmaların temel bulgularından elde edilen sentezler okuyuculara sunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Sosyal medya 2000'li yılların başından itibaren giderek artan bir şekilde hayatımıza girmeye başlamış, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak da kullanım alanları artmıştır. İlk örnekleri daha çok arkadaş ağları kurmak üzerine olan sosyal medya ilerleyen zamanlarda farklı türlerde içerik paylaşımlarına olanak sağlayarak gelişim göstermiştir (Shearer ve Mitchell, 2021).

Sosyal medya, görece genç bir geçmişe sahip olsa da gastronomi araştırmaları bağlamında henüz emekleme aşamasındadır. Yapılan çok az sayıdaki çalışmada kullanılan yöntemler incelendiğinde karma yönteme sahip araştırmaların sayısı dikkat çekmektedir (Alonso, Bressan ve Sakellarios, 2017; Yu ve San, 2019; Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020; Sommit ve Boonpaisarnsatit, 2020). Bunun yanında çalışmalarda içerik analizi kullanımı da yaygındır (Onorati ve Giardullo, 2020; Yu ve Zhang, 2020; Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020; Ramírez-Gutiérrez vd. 2021). Klasik istatistiksel yöntemleri kullanan çalışmaların (Folgado-Fernández, Duarte, ve Hernández-Mogollón 2021) yanı sıra makine öğrenimi (Yu ve Egger, 2021), duygu analizi (Yu ve Zhang, 2020), hiyerarşik kümeleme (Wiatrowski, Czarniecka-Skubina ve Trafiałek, 2021) gibi analizleri kullanan çalışmalara da rastlamak mümkündür. Bu çalışmalara ek olarak, geleceğe yönelik perspektif bir bakış açısı sunan derleme çalışma da mevcuttur (Mouritsen vd. 2017).

Çalışmaların çoğunda sosyal medya kullanımının önemi vurgulanmaktadır. Çalışmalarda üretim ve pazarlama faaliyetlerinin duyurulması (Alonso, Bressan ve Sakellarios 2017; Souza Bispo ve Almeida. 2020), bir destinasyonun gastronomik değerinin DMO'lar tarafından sosyal medya aracılığıyla ifade edilmesi (Yu ve Sun 2019; Sommit ve Boonpaisarnsatit, 2020) ya da destinasyona yönelik sosyal medya mesajlarının nasıl bir sosyal sınıf yarattığı (Onorati ve Giardullo 2020) bulguları yer almıştır. Bazı

OGEAK YAYINLARI

çalışmalarda ise sosyal medyanın sadece bir pazarlama aracı olmaktan ziyade duygusal ve deneyimsel bir bağ kurma aracı olabileceği öne sürülmüştür (Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020). Instagram (Yu ve Sun, 2019; Gajic vd. 2020; Yu ve Egger, 2021), twitter (Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020; Viñán-Ludeña, ve de Campos, 2021), tripadvisor (Onorati ve Giardullo, 2020) gibi sosyal medya uygulamalarına odaklanan çalışmalar mevcuttur. Sosyal medyadaki metin gönderileri dışında kalan zengin içerikleri (fotoğraf, beğeni video vb.) ele alan çalışmalara rastlamak da mümkündür (Viñán-Ludeña, ve de Campos, 2021; Yu ve Egger, 2021). Bira (Alonso, Bressan ve Sakellarios, 2017), şarap (Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, 2020), sokak yemekleri (Fusté-Forné, 2021, Wiatrowski, Czarniecka-Skubina ve Trafiałek, 2021), aromatik bitkiler (Sommitve Boonpaisarnsatit, 2020) gibi farklı gastronomik değerlere odaklanan çalışmalara ulaşılmıştır (Tablo 1).

Tablo1: Gastronomi ve sosyal medya alanında yapılan çalışmalar

Yazar	**Başlık**	**Kullanılan Yöntem**	**Başlıca Bulgular**
Alonso, Bressan ve Sakellarios (2017).	Exploring innovation perceptions and practices among micro and small craft breweries: A three-country study.	Karma bir yaklaşım tercih edilmiştir. İtalya, İspanya ve Birleşik Krallık'ta bulunan 163 bira üreticisinin bakış açıları çevrimiçi anketler aracılığıyla toplanmıştır. Ayrıca, üç ülkeden 24 katılımcıyla yüz yüze ve telefon görüşmesi yapılmıştır.	Yeni bira stillerinin geliştirilmesi, yeni tarifler, çeşitli malzemelerle keşfetme, kalitenin iyileştirilmesi veya sosyal medya ve gastronomi turizmine katılım, katılımcıların inovasyonu algıladıkları baskın biçimlerdir. Özellikle katılımcıların ülkesine ve bira fabrikasındaki rollerine bağlı olarak, inovasyonun benimsenmesiyle ilgili çeşitli farklılıklar keşfedilmiştir. Ayrıca, bulgular ile yenilik teorisinin boyutları arasındaki ilişkiler doğrulanmıştır.
Mouritsen vd. (2017).	Data-driven methods for the study of food perception, preparation, consumption, and culture.	Bu perspektif makalesinde, verilerin mevcudiyetinin ve analizinin, gıda algısının ve mutfak uygulamalarının çeşitliliğinin altında yatan genel ilkeler hakkında bir derleme yapılmıştır.	Derlemede ele alınan alanlardan biri, çok çeşitli fermente ürünler için kimyasal analiz ve nicel duyusal değerlendirmenin bir kombinasyonu yoluyla umami tadı çalışmasıdır. Bir diğeri, çevrimiçi yemek tarifleri madenciliği yaparak küresel mutfak çeşitliliğinin haritalandırılması ve bireylerin sosyal medyada kaydettiği mutfak alışkanlıklarının analizidir. Üçüncü bir alan, lezzet bileşiklerinin özelliklerinin incelenmesi ve bu görüşlerin üst düzey gastronomi bağlamında uygulanmasıdır.
Yu ve Sun (2019)	The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau	Araştırma iki aşamalı olarak icra edilmiştir. İlk aşamada nicel içerik analizi uygulanmıştır. İkinci aşamada ise yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.	Tayvan mutfağına ait yerel yemekler ve yerel atıştırmalıklar popülerdir. Yerel halk, hükümetin Macau'nun benzersizliğini tanıtmak ve böylece daha fazla uluslararası turist çekmek için resmi bir Instagram hesabı açması gerektiğine inanmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Onorati ve Giardullo (2020)	Social media as taste remediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor	Yeni eğilimleri ortaya çıkarmak için yorumlara yönelik İçerik Analizi gerçekleştirilmiştir.	Çalışma TripAdvisor'da yer alan İtalyan bölgesi Aosta Vadisi'ndeki restoranlara yönelik 25 aylık bir zaman diliminde yapılan yorumları analiz etmektedir. Analiz, sosyal medyanın oynadığı yemek tadı "arabuluculuğu" sürecini ve yapay habitusa (içselleştirilmiş sosyal sınıf eğilimleri) dayalı bir mutfak sermayesinin ortaya çıkışını ve TV yemek eğlencesinden dijital anlatılara, yeni bilinçli yeme kalıplarına kadar gıdaya yönelik çoğul bir sosyalleşmenin ortaya çıkışını vurgulamaktır.
Yu ve Zhang (2020).	The embedded feelings in local gastronomy: a sentiment analysis of online reviews.	Bu çalışmada, belirli bir yorumun duygu durumunu belirlemek için duygu analizi uygulanmıştır. Ayrıca, müşteri yemek deneyimlerinin temel özelliklerine dayalı olarak içerik analizi yapılmıştır.	Yemek ve hizmete yönelik olumlu duygular doğrusal bir ilişki göstermezken, genel yemek deneyimleri yemek kalitesine yönelik olumlu duygulara paralel olarak artmaktadır. Ayrıca, restoranların atmosferine yönelik duygular, yoğun sezonda en olumlu olanıdır.
Gajic vd. (2020).	Creating brand confidence to gastronomic consumers through social networks-a report from Novi Sad.	Araştırma iki aşamalı olarak icra edilmiştir. İlk aşamada restoranların sosyal medya verileri betimsel analiz yöntemleri ile incelenmiştir. İkinci aşamada ise anket sonuçlarına yönelik t testi uygulanmıştır.	Ankete katılanların toplam sayısı içinde en yüksek yüzdesi, diğer sosyal ağlara kıyasla gastronomik nesnelerle ilgili Instagram gönderilerini takip etmiştir. Bu çalışmanın sonuçları tüketicilerin bu sosyal ağa büyük bir güven duyduğunu ve tüketicilerin bir catering tesisi veya yiyecek seçecekleri zaman belirli bir marka bağlılığı ve tutum oluşturduğunu göstermektedir.
Cristófo, Aramendia, ve de-San-Eugenio-Vela, (2020). .	Effects of Social Media on Enotourism. Two Cases Study: Okanagan Valley (Canada) and Somontano (Spain).	1377 tweete yönelik içerik analizi gerçekleştirilmiştir.	Şarap imalathaneleri ticari iletişimden kaçınarak kullanıcılarla duygusal ve deneyimsel bağlantılar oluşturmaktadır. Özellikle Okanagan şarap imalathaneleri, %31,3 olan yüksek yanıt yüzdesine dayalı olarak Twitter'da bir sohbet ağı kurmuştur, ancak bu durum %12,8 yanıt oranına sahip Somontano için geçerli değildir.
de Souza Bispo ve Almeida. (2020).	Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in João Pessoa-Brazil.	Çalışma, gölgeleme yöntemleri, ikili görüşme, yakınlaştırma ve uzaklaştırma ve João Pesso şehrinde gıda kamyonu girişimcileri, tüketiciler ve kamu yetkilileri ile yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanan nitel araştırma yöntemleri içermektedir.	Dışarıda yemek yeme uygulamasında gıda kamyonları tarafından sunulan beş yenilik (değişiklik) belirlenmiştir (gurmeleştirme, araç özelleştirme, müşterilerle iletişim kurmak için sosyal medyanın kullanımı, gıda kamyonları yönetiminin belirli biçimleri ve alanları kullanma şekli).
Sommitve Boonpaisarnsatit, (2020).	Experiential Tourism Development on Lanna Local Plant-Based Gastronomy.	Araştırma iki aşamalı olarak icra edilmiştir. İlk aşamada 412 turiste anket uygulanmış, ikinci aşamada ise 30 paydaşla odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir.	Sonuçlar, bitki temelli gastronomi turizmi deneyimine katkıda bulunan temel unsurların 21 yerel bitkiye (190 bitki arasından) ait olduğunu ortaya koymuştur. Deneyimsel turizm geliştirme kılavuzları, başlıca hedef turistler olarak genç şefler ve sağlık bilincine sahip kişilerden oluşan grupları tanımlamaktadır. Yerel bitkilerin iyi korunması ve sosyal medyanın kullanıldığı etkili iletişim de kalkınma için çok önemlidir.

OĞLAK YAYINLARI

Viñán-Ludeña, ve de Campos (2021).	Analyzing tourist data on Twitter: a case study in the province of Granada at Spain.	İnsanların yerler, etkinlikler, restoranlar, oteller vb. hakkında sosyal medyada ne konuştuğunu ve ne paylaştığını belirlemek için yazarlar veri toplama, temizleme ve veri analizi için aşağıdaki yaklaşımı önermektedir. Yazarlar önce çalışma için ana anahtar kelimeleri belirler. Daha sonra betimleyici bir analiz gerçekleştirilir ve buna coğrafi etiketli analiz ve kullanıcı ölçümleri, retweetler ve beğeniler, yorumlar, videolar, fotoğraflar ve takipçiler içeren gönderi ölçümleri dahildir. Metin daha sonra temizlenir. Son olarak içerik analizi yapılır ve buna kelime sıklığı hesaplaması, duygu tespiti ve kelime bulutları dahildir. LDA ile konu modellemesi de yapılmıştır.	En önemli hashtag'ler #Alhambra ve #SierraNevada'dır ve en üretken kullanıcı @AlhambraCultura'dır. Yaklaşım mevsimsel bir bağlam kullanır ve gönderilen tweetler iki döneme ayrılır (ilkbahar-yaz ve sonbahar-kış). Kelime sıklığı hesaplanması sonucunda, Granada, Alhambra her iki dönemde de İngilizce ve İspanyolca›da en sık kullanılan kelimeler olmuştur. Konu modelleri her iki dilde de bahsedilen konuları göstermektedir. Dil ve mevsim açısından bazı küçük farklılıklar olsa da Alhambra, Sierra Nevada ve gastronomi en önemli konular olarak öne çıkmaktadır.
Fusté-Forné (2021).	Street food in New York City: Perspectives from a holiday market. International	Nitel vaka çalışması yapılmıştır. Araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşme tercih edilmiştir.	Yirminci yüzyılda sokak yemekleri, satıcıların bakış açısından en alakalı konuların kentsel alanların rolü, insanlar için artan turizm talebini içeren sokak yemeklerinin artan çekiciliği olduğu şehir profillerinin önemli bir parçası ve sosyal medya geliri artırmak için çok önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.
Wiatrowski, Czarniecka-Skubina ve Trafiałek (2021)	Consumer Eating Behavior and Opinions about the Food Safety of Street Food in Poland.	1300 kişiden toplanan veriler nicel olarak analiz edilmiş ve hiyerarşik kümeleme analizi kullanılmıştır.	Sokak yemeklerinin tüketim sıklığını belirleyen faktörler, tercih edilen yiyecek türleri ve bu tür satış noktalarının kullanımını etkileyen faktörler belirlenmiştir. En önemli faktörler hizmetlerin ve yemeklerin kalitesi, kişisel tercihler ve fiyattır. Kümeleme analizi kullanılarak, sokak gıda satış yerleri ve tercih edilen gıda türlerine dayalı tüketici profilleri belirlenmiştir. Dört ana sokak yemeği tüketici tercih profili: "burger meraklıları", "kebap meraklıları" ve "dondurma meraklıları" ve "belirli bir tüketime odaklı olmayan" şeklinde sıralanmaktadır. İnternet ve sosyal medya, bu gastronomi biçimi için bilgi ve tanıtım kanalları olarak belirlenmiştir.
Ramírez-Gutiérrez vd. (2021).	Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications	İçerik analizi. Nitel ve nicel analiz tekniklerini birleştiren önceki literatürün tipolojik bir incelemesi şeklinde gerçekleştirilmiştir.	Elde edilen sonuçlar, turistlerin yerel gastronomi ile karşılaşmalarını anlamak için diyalektik bir bakış açısına olan ihtiyacı desteklemektedir. Turistlerin deneyimleri, kişisel değerler kadar ilgili estetik değerlerle birlikte, verilen ve sunulanlar arasında değişen sosyal yorumlar olarak yansıtılmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Yu ve Egger (2021).	Color and engagement in touristic Instagram pictures: A machine learning approach.	Bu çalışma, makine öğrenimini kullanarak Instagram'daki turizm fotoğraflarını sınıflandırarak, farklı özelliklere sahip resimlere dayalı olarak renk ve kullanıcı etkileşimi arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmaktadır.	Bulgular, doğal manzara, üst düzey gastronomi ve sakral mimariler içeren fotoğraflarda mavi rengin varlığının kullanıcı katılımına katkıda bulunduğunu göstermektedir. Kırmızı-turuncu renk düzeni, yerel lezzetler ve ambiyansla ilgili resimleri zenginleştirirken, mor ve sıcak renklerin bir arada bulunması, şehir manzaraları ve iç tasarım içeren fotoğraflar için çok önemlidir.
Folgado-Fernández, Duarte, ve Hernández-Mogollón (2021).	Tourist's rational and emotional engagement across events: a multi-event integration view.	Yüz yüze anket yoluyla 1.528 turistten yanıt alınmıştır. Odak yapıların (duygusal ve rasyonel katılım, resmi ve gayri resmi iletişim ve yapısal ve yapısal olmayan unsurlar) turistlerin olaylara katılımı üzerindeki katkısını değerlendirmek için doğrusal regresyon kullanılmıştır.	Sonuçlar, turistin rasyonel ve duygusal katılımının olayın türüne bağlı olduğunu ortaya koymuştur. Yapısal olmayan unsurlar, gastronomik ve kültürel etkinlikler için rasyonel ve duygusal katılım bağlamında önemli görünmektedir. Yapısal unsurların rasyonel katılım üzerindeki etkisinin yanı sıra, diğer tüm faktörlerin karışık bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu nedenle uygulayıcılar, yapısal faktörlerin yanı sıra olayların türüne göre vurgulanacak faktörleri seçmelidir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada sistematik literatür taraması yöntemi tercih edilmiştir. Sistematik literatür taraması yaparken izlenen süreç Şekil 1'de gösterilmektedir. Öncelikle belirlenen araştırma sorusuna hizmet edecek biçimde araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları dahilinde makale taraması yapılmıştır. Makale taraması gerçekleştirilirken aşağıda yer alan dahil etme ve hariç tutma kriterleri göz önünde bulundurulmuştur;

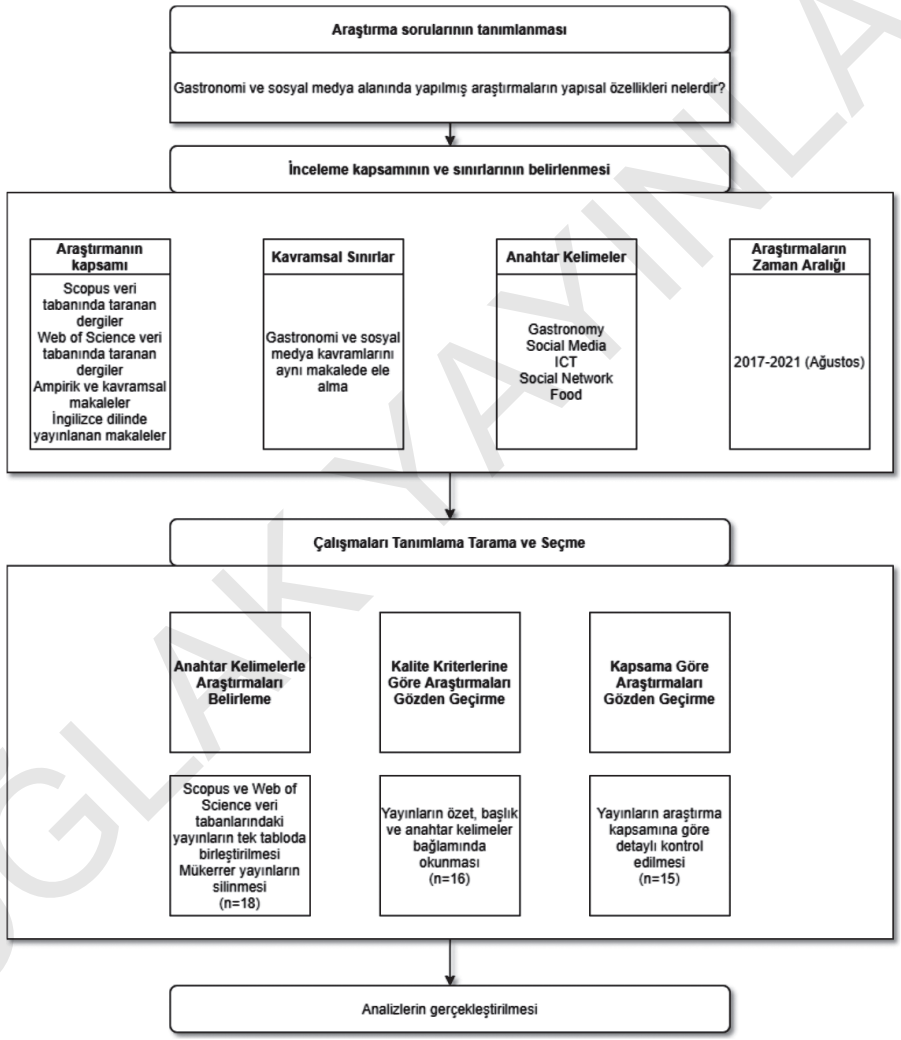
- Gastronomi ve Sosyal Medya konularını birlikte ele alan çalışmalar
- Web of Science (Wos) ve Scopus gibi nitelikli indeks değerlerine sahip çalışmalar
- İngilizce dilinde yayınlanan çalışmalar
- Makaleler
- dahil edilmiştir.
- İçeriğinde gastronomi ve sosyal medya bulunsa bile amaç, bulgu ve sonuçlarda bu konuları ele almayan çalışmalar
- Mükerrer çalışmalar
- Farklı dillerde yayınlanmış çalışmalar
- Makale formatı dışında yayınlanmış çalışmalar
- Belirlenen veritabanları dışında taranan çalışmalar hariç tutulmuştur.

Böylece 15.07.2021 tarihinde aşağıdaki arama parametreleri kullanılarak yapılan veritabanı taramasında ilk etapta 27 adet makaleye erişilmiştir. Seçim kriterleri göz önüne alınarak 16 çalışmaya ait tablo oluşturulmuş, ardından 1 adet çalışma araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Böylece toplam 15 çalışma araştırma kapsamında incelenmiştir.

OSLAK YAYINLARI

Scopus arama parametresi: *TITLE-ABS-KEY (“gastronomy” AND “social media”) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, “ar”)) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE, “English”))*

Web of Science arama parametresi: *(ALL=(“social media” and gastronomy)) AND (DT==(“ARTICLE”) AND LA==(“ENGLISH”))*



Şekil 1: Sistematik Literatür Taraması Süreci

OĞLAK YAYINLARI

4. BULGULAR

4.1. Araştırmaların Genel Yapısal Özellikleri

2017-2021 yılları arasında Scopus ve Web of Science veri tabanlarında yayınlanan Gastronomi ve sosyal medya konulu araştırmaların sayısının 15 adet olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmaların oldukça yakın tarihli bir geçmişe sahip olduğu ve özellikle son 2 yıldır daha yoğun ilgi görmeye başladığı anlaşılmaktadır. Yıllara göre çalışmalar incelendiğinde 2017 yılında 2, 2019 yılında 1, 2020 ve 2021 yıllarında 6'şar adet çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Dağılım Şekil 2'de gösterilmiştir. Araştırmaları yapan yazarlar incelendiğinde sadece Yu, Chung-En'in birden fazla araştırma yaptığı anlaşılmaktadır. Aynı durum dergiler için de geçerlidir. "International Journal of Gastronomy and Food Science" dergisi hariç bir çalışmadan fazla yayın yapan dergiye rastlanmamıştır.



Şekil 2: Yıllara Göre Yayınlar

4.2. Araştırma Alanları ve Araştırma Yapılan Ülkelere Göre Bulgular

Web of science ve Scopus'ta yer alan kategorilere göre yayınların dağılımı incelenmiş ve elde edilen bulgular Tablo 4.1'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde Turizm alanındaki yayınların sayısı dikkat çekmektedir. Ayrıca Yiyecek içecek teknolojisi, Çevre çalışmaları, Yönetim, Sosyoloji gibi kategorilere dahil olan çalışmaların sayısı da birin üzerindedir. Ancak bir çalışma birden fazla kategoriye dahil olabildiği için veriler veritabanlarının sunduğu kategoriler temel alınarak aktarılmıştır.

Ülkelere göre araştırma dağılımlarını ele almak için çalışmaları yapan yazarların bağlı oldukları kurumların bulunduğu ülkeler listelenmiştir. Böylece İspanya'nın ön plana çıktığı görülmüştür. İspanya'nın ardından Avusturya ve Çin de birden fazla yayın yapılan ülke arasındadır. Diğer ülkeler ise birer yayınla listeye girmişlerdir.

Tablo1: Kategorilere ve ülkelere göre yayın sayısı

Web of Science/Scopus Yayın Kategorisi	Yayın Sayısı	Ülkeler	Yayın Sayısı
Turizm	8	İspanya	6
Yiyecek İçecek Teknolojisi	3	Avusturya	3
Çevre Çalışmaları	2	Çin	2
Yönetim	2	Avustralya	1

OĞLAK YAYINLARI

Sosyoloji	2	Brezilya	1
İşletme	1	Almanya	1
İletişim	1	Polonya	1
Ziraat	1	İngiltere	1
Çevre Bilimi	1	İtalya	1
Sürdürülebilirlik	1	Ekvador	1

4.3. Araştırmaların Yöntem ve Yaklaşımlarına Yönelik Bulgular

Araştırmaların detaylı bulguları ve kullandıkları yöntemler literatür bölümünde yer alan Tablo 2'de gösterilmiştir. Bu kısımda ise tüm çalışmalar sentezlenerek elde edilen sayısal veriler sunulmuştur. Söz gelimi araştırmaların büyük bir bölümünde klasik istatistiklerin (6) kullanıldığı ancak yenilikçi istatistiksel yöntemlere (4) de yer verdiği anlaşılmıştır. Ayrıca vaka çalışması (5) ve içerik analizi (4) baskın yöntemler arasındadır. Nicel ve Nitel araştırmaların birleştirildiği ve genellikle iki kademeli araştırmaların sayısı da 4'tür. Literatürde bir adet perspektif makalesi de yer almaktadır.

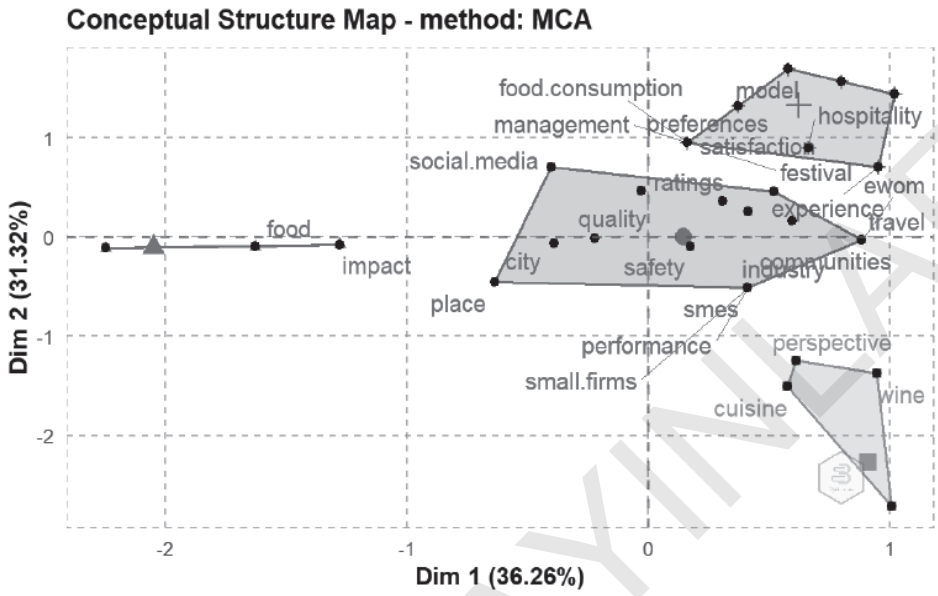
Tablo2: Sayılarla araştırma yöntemleri

Araştırma Yöntemi/Yaklaşımı	**Araştırma Sayısı**
Karma Yöntem	4
İçerik Analizi	4
Vaka Çalışması	5
Klasik İstatistiksel Yöntemler (Kolerasyon, Regresyon, t-testi vb.)	6
Diğer İstatistiksel Yöntemler (Makine Öğrenmesi, Duygu Analizi, LDA, Hiyerarşik Kümeleme)	4
Derleme Çalışması	1

4.4. Araştırmaların Kavramsal Yapıları

Araştırmaların kavramsal haritalarına ulaşmak için R programında yer alan bibliometrix paketinden faydalanılmış ve alanyazındaki faktör oluşumları ortaya konulmuştur. Analizde Çoklu mütekabiliyet tekniği tercih edilmiştir. Böylece ortaya çıkan 4 faktör araştırma ekolleri hakkında fikir vermektedir. Faktörler incelendiğinde "tüketici tatmini" mor kümeyi, "konaklama hizmeti özellikleri" kırmızı kümeyi, şarap gibi "özel ilgi alanları" yeşil kümeyi, "yiyecek etkisi" de mavi kümeyi temsil etmektedir (Şekil 3).

OGLAK YAYINLARI



Şekil 3: Çoklu Mütekabiliyet Analiziyle Elde Edilen Faktör Analizi

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada gastronomi ve sosyal medya çalışmalarına yönelik sistematik bir literatür taraması yapılmıştır. Gastronominin gelişmekte olan bir disiplin olması gastronomi alanında yapılan araştırmaların diğer disiplinleri daha geriden takip etmesiyle sonuçlanmıştır. Bu da araştırmaların sayısına ve başlangıç yıllarına yansımaktadır. Sosyal medya gibi son 10 yıldır birçok alanda sıklıkla ele alınan bir kavramın gastronomiye yansımaları çok daha yakın tarihte gerçekleşmiştir. Sayısal azlığa ve zamanla ilgili gecikmelere ek olarak konu çeşitliliğinin de yeterince çok olmadığı anlaşılmaktadır. Çalışmaların çoğunlukla pazarlama ve az sayıda da olsa sosyoloji, psikoloji, yönetim gibi konuları ele aldığı görülmüştür. Bir araştırma alanının büyümesi ve yaygın etkisinin artması için diğer disiplinlerden beslenmesi oldukça önemlidir. Gastronomi ve Sosyal medya araştırmalarının özellikle yönetim, bilişim, psikoloji, nöro-bilim, sosyal psikoloji, ekonomi gibi alanların bakış açılarıyla da ele alınmasının faydalı olacağı düşünülmektedir (Yu ve Zhang, 2020). Ayrıca gastronomi araştırmalarındaki yöntemsel çeşitliliğin de artırılması önemlidir (Okumus, Koseoglu ve Ma, 2018). Oldukça yoğun bir şekilde içerik analizi, klasik istatistiksel yöntemler ve vaka analizlerine rastlanmaktadır. Bu durumun alanyazında birbirine benzeyen sonuçların tekrarlanmasına yol açabileceği üzerinde durulması

OĞLAK YAYINLARI

gereken bir sorundur. Özellikle makine öğrenimi kullanımı gibi teknik bilgi gerektiren araştırmaların sayısının düşüklüğü dikkat çekicidir. Az sayıda da olsa yenilikçi yöntemlere yer veren araştırmaların sayısının artması, araştırmacıların cesaretlendirilmesi, dergilerin yayın politikaları, diğer alanlarla yapılacak iş birlikleri gibi birçok farklı düzeyde girişim gerektirmektedir. Deneysel araştırmaların alanyazında henüz tercih edilen bir yöntem olmaması da dikkat çeken bulgular arasındadır. Akademik çalışmalara katkı sunacak bilim insanlarının yanı sıra sektörün diğer paydaşlarının da dâhil olacağı deneysel araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (del Moral, 2020). Ayrıca sektörün gastronomi tanıtım faaliyetlerini sadece ticari bakış açısıyla ele alması doğru değildir. Bu bakımdan akademik iş birliklerine ve sosyal katılımcılığa önem vermelidir. Zira uzun vadeli ve sürdürülebilir planlar akademik araştırmaların katkısıyla mümkündür. Akademik araştırmaların niteliği de sektör iş birliği sayesinde artacaktır. Sosyal medyanın iş yapış biçimlerini değiştireceği düşünüldüğünde gastronomide sosyal medyanın öneminin örgütsel düzeyde de kavranmalıdır. Araştırmalarda yalnızca metin içeriğine odaklanmayıp, farklı medya türlerine (fotoğraf, video vb.), alt metriklere (beğeni, yorum sayısı, abonelik vb.) yönelik incelemeler yapmak gastronomi için olduğu kadar diğer disiplinler için de göreceli olarak yeni bir konudur (Atabay ve İçigen, 2021). Bu bakımdan gastronomi ve sosyal medya araştırmalarında farklı içerik türlerine ve metriklere odaklanmak yeni fırsatlar doğurabilecektir.

Bu çalışma araştırmacılara birtakım öneriler sunsa da dâhil etme ve hariç tutma kriterleri araştırmanın sınırlılıklarını da belirlemektedir. Öncelikle nitelikli turizm yayınlarına odaklanılmıştır ve Web of Science ve Scopus dışında kalan veritabanları araştırılmamıştır. Ortak bir dil üzerinden sentezleri gerçekleştirebilmek adına yalnızca İngilizce yayınlar ele almıştır. Ayrıca gastronomi ve sosyal medya kavramlarını inceleyen ve özet, başlık, anahtar kelime gibi meta verilerinde gastronomi ya da sosyal medya kavramları geçmeyen çalışmaların olması da mümkündür. Bu kitap bölümünde entelektüel yapıya yönelik genel bir görü sunulmaya çalışılmıştır. Daha kapsamlı araştırmaların farklı veritabanları, farklı diller ve farklı anahtar kelimelerle yapılması mümkündür.

OĞLAK YAYINLARI

KAYNAKLAR

Alonso, A. D., Bressan, A. ve Sakellarios, N. (2017). "Exploring innovation perceptions and practices among micro and small craft breweries: A three-country study." *International Journal of Wine Business Research. 29*(2), 140-158.

Atabay E. ve İçigen E. (2021). "Turizm fotoğraf keşfinde kullanılan yenilikçi yöntemlere panoramik bir yolculuk." C. Cobanoglu, E.G. Kucukaltan, M. Tuna, A. Basoda ve S. Dogan (Der.), *Daha iyi bir dünya için turizm* içinde (523-534). Florida: M3 Publishing.

Atabay, L. ve Çizel, B. (2020). "Comparative Content Analysis of Hotel Reviews by Mass Tourism Destinations." *Journal of Tourism and Services*, *11*(21), 147-166.

Chaney, S. ve Ryan, C. (2012). "Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism." *International journal of hospitality management*, *31*(2), 309-318.

Cristófol, F. J., Aramendia, G. Z. ve de-San-Eugenio-Vela, J. (2020). "Effects of Social Media on Enotourism. Two Cases Study: Okanagan Valley (Canada) and Somontano (Spain)." *Sustainability*, *12*(17), 6705.

Erdem, Ö. ve Yay, Ö. (2017). "Tripadvisor'daki Müşteri Şikâyetlerinin Değerlendirilmesi: Antalya Örneği." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249.

Folgado-Fernández, J. A., Duarte, P. ve Hernández-Mogollón, J. M. (2021). "Tourist's rational and emotional engagement across events: a multi-event integration view." *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *33*(7), 2371-2390.

Fong, L. H. N., Lei, S. S. I. ve Law, R. (2017). "Asymmetry of hotel ratings on TripAdvisor: Evidence from single-versus dual-valence reviews." *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *26*(1), 67-82.

Fusté-Forné, F. (2021). "Street food in New York City: Perspectives from a holiday market." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *24*, 100319.

Gajic, T., Radovanovic, M., Tretiakova, T. ve Syromiatnikova, J. (2020). "Creating brand confidence to gastronomic consumers through social networks-a report from Novi Sad." *Journal of Place Management and Development*, *14*(1), 32-42.

Mariani, M. M., Di Felice, M. ve Mura, M. (2016). "Facebook as a destination marketing tool: Evidence from Italian regional Destination Management Organizations." *Tourism management*, *54*, 321-343.

del Moral, R. G. (2020). "Gastronomic paradigms in contemporary Western cuisine: from French haute cuisine to mass media gastronomy." *Frontiers in Nutrition*, 6, 192.

Mouritsen, O. G., Edwards-Stuart, R., Ahn, Y. Y. ve Ahnert, S. E. (2017). "Data-driven methods for the study of food perception, preparation, consumption, and culture." *Frontiers in ICT*, *4*, 15.

Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). "Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis." *International Journal of Hospitality Management*, *73*, 64-74.

Onorati, M. G. ve Giardullo, P. (2020). "Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor." *Food, Culture & Society*, *23*(3), 347-365.

OĞLAK YAYINLARI

Ramírez-Gutiérrez, D., Santana-Talavera, A. ve Fernández-Betancort, H. (2020). "Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications." *Tourism Recreation Research*, *46*(3): 345-359.

Shearer, E., & Mitchell, A. (2021). *News use across social media platforms in 2020*. https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2021/01/PJ_2021.01.12_News-and-Social-Media_FINAL.pdf (20.07.2021).

Sommit, K. ve Boonpaisarnsatit, N. (2020). "Experiential Tourism Development on Lanna Local Plant-Based Gastronomy." *ABAC Journal*, *40*(4), 23-38.

de Souza Bispo, M. ve Almeida, L. L. (2020). "Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in João Pessoa-Brazil." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *20*, 100209.

Wiatrowski, M., Czarniecka-Skubina, E. ve Trafiałek, J. (2021). "Consumer Eating Behavior and Opinions about the Food Safety of Street Food in Poland." *Nutrients*, *13*(2), 594.

Viñán-Ludeña, M. S. ve de Campos, L. M. (2021). "Analyzing tourist data on Twitter: a case study in the province of Granada at Spain." *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. https://doi.org/10.1108/JHTI-11-2020-0209

Yu, J. ve Egger, R. (2021). "Color and engagement in touristic Instagram pictures: A machine learning approach." *Annals of Tourism Research*, 103204.

Yu, C. E. ve Sun, R. (2019). "The role of Instagram in the UNESCO's creative city of gastronomy: A case study of Macau." *Tourism Management*, *75*, 257-268.

Yu, C. E. ve Zhang, X. (2020). "The embedded feelings in local gastronomy: a sentiment analysis of online reviews." *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. *11*(3), 461-478.

OĞLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

DOKUZUNCU BÖLÜM
GASTRONOMİ VE İNOVASYON ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR

Öğr. Gör. Dr. Filiz ARSLAN[1]

1. GİRİŞ

Verimlilik ve kalitenin ötesinde "yenilik çağı" olarak nitelendirilen günümüz iş yaşamında tüm işletmeler gibi gastronomi odaklı faaliyet gösteren işletmelerin de hayatta kalmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri yenilikçi uygulamalardır. Yiyecek-içecek sadece fizyolojik bir gereksinim değil, bunun ötesinde sosyal, kültürel, ekonomik ve psikolojik bir olgudur. Yiyecek-içecek, her zaman toplumların kültüründe ilgi gören önemli unsurlardan biri olmuş ve son yıllarda bu ilgi gözle görülebilir seviyede artmıştır. Tüketim toplumunun oluşması, insanlar için farklı lezzetlere ilişkin yenilik arayışları ve disiplinlerarası yeni kavramların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Solunoğlu, 2018; Arslan, 2019). Gastronomi işletmeleri hizmet yoğunluklu faaliyet gösteren işletmelerdir. İngiltere'de yenilik yönetimi konusunda özellikle hizmet sektörüne yönelik çalışmalarıyla tanınan Cranfield Arastırma Merkezi uzmanlarından Dr. Adegoke Oke (2004), hizmet isletmelerinde yeniliği daha çok müşterinin ihtiyaçları doğrultusunda, yeni bir ürün ve hizmet üretebilme şeklinde ifade etmektedir. Oke, hizmet sektöründe yenilik uygulayabilmenin endüstri sektörüne göre daha zor olduğunu çalışmalarıyla ortaya koymaya çalışmıştır. Oke, hizmet işletmelerinde yenilik kavramını şu tanımlamaları yaparak ifade etmiştir: 1. "Müsterinin ihtiyaçlarına göre yeni ürün ve hizmet geliştirebilme ve aynı zamanda çalışanların bu ihtiyaçları geliştirirken kendi yeteneklerini kullanabilmesi." 2. "Yaratıcılıgı ortaya çıkararak, müsterilerin ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda iç ve dış çevrenin gözlemlenerek yeni tasarımların yapılabilmesi.", 3. "Hizmet yöntemlerinin iyileştirilmesi." (Oke, 2004' den Akt. Aygen, 2006). Bu çalışmada, gastronomide yeniliği araştıran çalışmaların sistematik olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda gastronomi ve inovasyon (yenilik) başlığında gastronomi, yenilik kavramı ve yenilik türleri aktarılmaktadır. Yöntem başlığında konuyla ilgili gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi, bulgular başlığında ise 2010-2021 yılları arasında yayınlanmış Web of Science üzerinden gerçekleştirilen araştırmalar incelenmiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmanın bu yönde gerçekleştirilecek çalışmalara ve sektöre önemli ipuçları sağlayacağına inanılmaktadır.

1 Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O., e-mail: filizarslan@akdeniz.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

2. GASTRONOMİ VE İNOVASYON (YENİLİK)

Gastronomi, Yunanca gaster (mide) ve nomas (yasa) sözlerinin birleşmesiyle oluşan kelimelerin tam Türkçe karşılığı 'Mide Kuralı' ya da 'Mide Yasası'dır. Dilimize Fransızca'dan geçen gastronomi kelimesinin Türk Dil Kurumu sözlüğündeki anlamı ise, "yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak ifade edilmektedir" (TDK, 2021).

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin hijyen ve sanitasyon kuralları çerçevesinde belirli bir sistematik düzen içinde hazırlanarak göz ve damak tadına hitap edecek şekilde sunulduğu yemek kültürü veya yemek sanatı olarak ifade edilmektedir. Gastronomi sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş hoş ve lezzetli mutfak düzeni olarak da tanımlanmaktadır (Hatipoğlu, 2014). Ülkelerin veya bölgelerin yiyeceklerini, yeme-içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade eden gastronomi kavramı, ilk olarak Archestratus tarafından Akdeniz bölgesi için yazılan ilk yemek kitabı olarak kabul edilen "gastronomi" adlı şiirde geçmektedir. (Keskin vd, 2017).

Latince "innovatus" sözcüğünden türeyen ve İngilizce "innovation" sözcüğünün Türkçe karşılığı "yenilik-inovasyon" olarak kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK, 2021); "Varolan bilgi birikiminden yola çıkılarak daha gelişmiş, daha kaliteli, daha işlevsel yeni ürünler, üretim süreçleri, örgütlenmeler ve yönetim uygulamalarının geliştirilmesi; Değişen koşullara uyarlanmak üzere toplum yaşamında oluşan yeni bir öğe ya da o zamana değin yürürlükte olan uygulayımlardan değişik bir uygulayım" olarak yenilik kavramını ifade etmektedir. Yenilik bir probleme ya da bir fırsata çözüm aramaktır. Yenilik olgusunun öncüsü kabul edilen Joseph Alois Schumpeter (1912), yenilikleri "bir şeyler yapmanın yeni yolları" ya da "üretim faktörlerinin daha iyi, eşsiz kombinasyonları" olarak tanımlamaktadır. Bunun en önemli nedeni yeniliğin fırsatların arandığı girişim faaliyetleri sonucunda gerçekleşen bir olgu olarak ifade edilmesidir. Değişimi gerçekleştiren işletmeler yarattıkları "değer" ile önemli bir rekabet avantajı elde etmektedir (Arslan, 2019).

Yenilik, toplumsal bağlam ile bireysel özelliklerin etkileşimi olan yeni, pratik ve değerli ürünler, süreçler, yöntemler ve fikirler üretimini ifade etmektedir (Li ve Zheng, 2014). Başarılı yeniliğin özü, yeniliği pratiğe dökebilmektir. Farklı bir deyişle yenilik, bir işletmenin yeni bir ürünü veya hizmeti, yeni bir süreci, organizasyon veya pazarlama yöntemini mevcut faaliyetinde kullanabilmesi olarak ifade edilmektedir (Zontek, 2016; Arslan, 2019). Bir probleme cevap aramak veya bir fırsatı yakalamak için gerçekleştirilen yenilik olgusunun birçok biçimde (ürün, süreç, hizmet, pazarlama, teknolojik yenilik, vb. gibi) olduğu ifade edilmektedir. Geleneksel yenilik sınıflandırmasına ek olarak, yeni iş modelleri, yeni iş yapma biçimleri, tasarım yeniliklerinden de bahsedilmektedir

OĞLAK YAYINLARI

(Babaita, vd., 2010). Oslo Kılavuzunda (2005) yenilik türleri; ürün-hizmet, süreç, pazarlama ve organizasyonel yenilik olmak üzere dört başlıkta ele alınmaktadır.

Ürün- Hizmet Yeniliği: Ürün-hizmet yeniliği, eski bir ürün veya hizmetin geliştirilmesi veya tamamen yenisinin üretimi ile ilgili bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Babaita, vd., 2010; Hjalager, 2002).

Süreç Yeniliği: Süreç yeniliği, mevcut ürünlerin üretiminin daha hızlı, daha az maliyetli ve daha kaliteli olmasını sağlayan uygulamaların geliştirilmesi olarak açıklanmaktadır. Başka bir ifade ile süreç yeniliği, bir endüstride, örgütde veya bölümde yeni olan ve girdi faktörlerini çıktılara dönüştürme aşamasında kullanılan teknolojideki bilgi, araç, cihaz olarak ifade edilmektedir.

Pazarlama Yeniliği: Pazarlama yeniliği, ürünün tasarımında, ambalajlanmasında, konumlandırılmasında, dağıtımında, tutundurulmasında ve fiyatlandırılmasında değişiklikler içeren yeni olan pazarlama yönteminin uygulanmasından oluşmaktadır (Yıldırım, 2015; Özdevecioğlu ve Biçkeş, 2012; Arslan, 2019).

Organizasyonel Yenilik: Oslo kılavuzu (2005)'da organizasyonel yenilik, "Firmanın ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntemin uygulamasıdır" şeklinde tanımlanmaktadır (Oslo, 2005). En önemli ayırt edici özelliği daha önceden kullanılmayan bir yöntemin uygulanmasını içermesidir.

3. YÖNTEM

Bu çalışma gastronomi alanında yeniliği araştıran çalışmaları belirlemek amacıyla yapılmış bir sistematik derlemedir. Sistematik derleme, bir soruya cevap bulmak adına o konuya ilişkin gerçekleştirilen çalışmaların niteliği göz önüne alınarak hangilerinin çalışma kapsamına alınacağının belirlenmesidir (Elliott, vd., 2017; Harris, vd., 2013; Karaçam, 2013). Nitel araştırma deseninde tasarlanan bu sistematik derleme WOS (Web of Science) temel veri tabanı taranarak yürütülmüştür. Web of Science, Science Citation Index Expanded (SCIE), Social Sciences Citation Index (SSCI), Arts & Humanities Citation Index (A&HCI veya AHCI), Emerging Sources Citation Index (ESCI), Book Citation Index (BCI), Conference Proceedings Citation Index (CPCI), çok sayıda farklı akademik disiplin için kapsamlı atıf verileri sunan birden çok veritabanına erişim sağlayan bir web sitesidir.

Bu çalışmaya "gastronomi alanında yeniliği araştıran çalışmalar nelerdir?" sorusu ile başlanmıştır. Tarama 2010-2021 yılları arasında gerçekleştirilen çalışmaları kapsamaktadır. Tarama, "gastronomy inovation" "gastronomy and inovation" anahtar kelimeleri yazılarak gerçekleştirilmiş ve toplam 100 adet makeleye ulaşılmıştır. Tarama sonucunda veritabanında sıralanan makaleler dahil etme ve dışlama kriterlerine göre

OKUAK YAYINLARI

değerlendirilmiştir. Dahil edilen çalışmalarda aranan kriteler: İngilizce dilinde yazılmış olması, tam metin makale olması, araştırma deseninin nitel ve/veya nicel yöntemlerle oluşturulması, doğrudan gastronomi alanında inovasyonu ele alan ve araştırma sorusuna doğrudan cevap bulunmasına yöneliktir. Bu doğrultuda çalışmaya araştırma özetleri, bildiriler, kitap, araştırma notları, ingilizce dili dışında yazılan makaleler ve çalışma sorusuna doğrudan cevap vermeyen çalışmalar dahil edilmemiştir. Elde edilen makaleler tek tek incelenmiş ve sadece 11 adet makale incelemeye alınmıştır.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında incelemeye alınan 11 makaleye ilişkin "yazar/yıl, makale başlığı, amaç ve elde edilen sonuçlar" başlıkları altında gruplandırılarak Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: İncelemeye alınan araştırmaların özellikleri

Yazar/Yıl	Makale Başlığı	Amaç	Elde Edilen Sonuçlar
Gavilan, D; Balderas-Cejudo, A; Fernandez-Lores, S; Martinez-Navarro, G 2021	Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19	Çalışmanın amacı, online yemek dağıtım şirketlerinin deneyimsel değerini artırmayı amaçlayan yeniliklerini (ürün, hizmet) incelemektir. Çalışmada ayrıca Covid-19 salgınında tüketicilerin online yemek siparişi verme isteği analiz edilmektedir.	Gerçekleştirilen araştırma sonucunda online yemek dağıtımında gerçekleştirilen yeniliğin, tüketiciler tarafından algılanan deneyimsel değeri artırdığı ve COVID-19 korkusunun tüketicilerin online sipariş etme istekliliğini azaltığı elde edilmiştir.
Schwark, N; Tiberius, V; Fabro, M 2020	How Will We Dine? Prospective Shifts in International Haute Cuisine and Innovation beyond Kitchen and Plate	Çalışmanın amacı, günümüz şeflerinin görüşlerine dayalı olarak önümüzdeki beş ila on yıl içinde yüksek mutfağın (haute cuisine) geleceği ile ilgili tahminler geliştirmektir. Nasıl Yemek Yiyeceğiz? Uluslararası Haute Mutfağındaki Muhtemel Değişimler ve Mutfak ve Tabağın ötesinde yenilik çalışmada araştırılmaktadır. Haute mutfağı, gurme restoranlarda kaliteli yemek pişirme tarzı, son on yılda değişti ve önümüzdeki yıllarda da gelişmesi beklenmektedir. Çalışmada iki aşamalı bir Delphi çalışması gerçekleştirilmiştir. Michelins rehberi web sitesindeki verilere göre restoranlar belirlenmiştir. Bir, iki veya üç yıldızlı tüm restoranlarla e-posta yoluyla iletişim sağlanmıştır. Toplam 2427 potansiyel katılımcıyla iletişime geçilmiştir. Bunlardan 13'üne ulaşılamamış, 19'u bir daha aranmak istemediklerini, kalan 2395 kişiden 72'si ilk turda 60 yanıt tamamlanarak, ikinci turda ise 22 yanıt tamamlanarak sonuçlar yorumlanmıştır.	İki aşamalı delphi tekniği ile elde edilen araştırma sonucunda katılımcılar önümüzdeki beş ile on yıl içinde olması beklenen birçok tahminde bulunmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğu Avrupa ülkelerinden oluşmakta, bununla birlikte Asyalı, Kuzey ve Güney Amerikalı katılımcılar da bulunmaktadır. Elde edilen tahminlere göre; 2019 koronavirüs hastalığı (COVID-19) pandemisinin önemli restoran iflaslarına yol açacağını ve kalanlar arasında yaratıcılığı ve yeniliği artıracağı, Asya ve Amerika'da daha fazla yüksek kaliteli restoran açılacağı, yerel yiyeceklerin önemli bir trend olmaya devam edeceği ve böceklerin yanı sıra bitki bazlı proteinlerin önemli hale geleceği belirtilmektedir. Restoran tasarımı ve kokuların kullanımı daha çok ön plana çıkarılacağı ayrıca evde özel yemek ve kaliteli yemek daha önemli hale geleceği belirtilmektedir.

OGEM YAYINLARI

De Vasconcelos, RBB; Vieira, RSG; Da Silveirpo, DS. 2020	What's the recipe to innovate? An analysis of the determinants of the degree of innovatıon in the gastronomy segment	Yeniliğin reçetesi nedir sorusuna cevap arayan çalışma, Gastronomi segmentinde inovasyon derecesinin belirleyicileri analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla küçük ölçekli gastronomi odaklı faaliyet gösteren işletmelerin yenilik derecesini etkileyen örgütsel yönetimin belirleyicileri analiz edilmektedir. Belirleyiciler: liderlik; stratejiler; müşteriler; toplum; bilgi çalışanlar; süreçler ve sonuçlardır. Brezilya'nın kuzeydoğu eyalet başkentindeki 67 küçük ölçekli gastronomi firması araştırma kapsamına alınmıştır. Veriler yaklaşık iki yıl boyunca elde edilmiştir.	Gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonucunda inovasyonun esas olarak şirketin geliştirdiği iç süreçlerden ve elde ettiği sonuçlardan etkilendiği sonucu bulunmuştur. Çalışmada küçük işletmelerde yeniliğin geliştirilmesi için kurumsal yönetimin önemi vurgulanmakta ve yeniliği gerçekleştirmek isteyen işletmeler için önemli bakış açısı sunmaktadır.
Coman, S; Opazo, MP, 2020	A canon of one's own: A comparative analysis of cultural production in gastronomy and the visual arts	Çalışmanın amacı, gastronomi ve görsel sanatlar alanlarında kültürel üretimin karşılaştırmalı analizini gerçekleştirmektir. Bu amaçla kendi alanlarında inovasyonun simgesi haline gelen gastronomi alanında Ferran Adria ve görsel sanatlarda Takashi Murakami'nin geleneksel yaratılış kalıplarından sıyrılarak farklı ürünler yaratmak için kullandıkları süreçlerin karşılaştırmalı analizi gerçekleştirilmektedir.	Bu çalışmada, gastronomi ve görsel sanatlar alanlarında inovasyonun simgesi haline gelen yaratıcıların farklı ürünler yaratmak için kullandıkları süreçler incelenerek inovasyon ve kültürel üretim üzerine yapılan çalışmalara önemli ışık tutmaktadır. Çalışmadan elde edilen en önemli sonuç ise farklı bilimlerin bir araya gelmesi ile daha yenilikçi sonuçların yaratılabileceği yönünde bakış açısı sağlamasıdır.
Bispo, MD; Almeida, LL 2020	Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in Joao Pessoa - Brazil	Bu çalışma, dışarıda yemek yeme uygulamasının (sokak yemeği) sosyal bir yeniliği olan yiyecek kamyonlarını Brezilya'da incelemektedir. Temmuz 2016'dan Ocak 2017'ye kadar Joao Pessoa (Brezilya) şehrinde gıda kamyonu girişimcileri, tüketiciler ve kamu yetkilileriyle nitel bir araştırma yürütülmüştür.	Gerçekleştirilen nitel araştırma sonucunda gıda kamyonlarının dışarıda yemek yemeye yeni bir anlam kazandırdığı belirtilmektedir. Gıda kamyonlarının popülaritesindeki büyüme ve pazarın bu segmentinin sokakta gıda satmanın geleneksel araçlarına kıyasla geçirdiği dönüşüm, gıdanın üretilme ve tüketilme biçiminde bir yenilik sürecini göstermektedir. Çalışmada yemek kamyonları tarafından sunulan beş yenilik belirlenmiştir. Bunlar: gurmeleştirme, araç kişiselleştirme, müşterilerle iletişim kurmak için sosyal medyanın kullanımı, gıda kamyonları yönetiminin belirli biçimleri ve alanları kullanma şeklidir.
Oliveira, S; Fradinho, P; Mata, P; Moreira-Leite, B; Raymundo, A 2019	Exploring innovation in a traditional sweet pastry: Pastel de Nata	Bu çalışmanın amacı, Portekizin geleneksel tatlısı olan Pastel de Nata hamur işinden odakla yenilikçi bir tatlı geliştirmek ve bu yeni tatlının nasıl algılandığını bulmaktır.	Geliştirilen ürün Pastel de Nata Bonbon (PNB) olarak adlandırılmıştır. Elde edilen yeni ürün test ettirilmiş ve tadımcıların %52'si onu hoş ve %36'sı çok hoş olarak değerlendirmiştir. Tadımcıların çoğu tarafından (%65) geleneksel Pastel de Nata ile yeni ürün ilişkilendirilmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Albors-Garrigos, J; Monzo, JM; Garcia-Segovia, P. 2018	Knowledge dynamics as drivers of innovation in Haute Cuisine and culinary services	Bu çalışmanın amacı, yüksek mutfak (haute cuisine) ve mutfak hizmetlerinde bilginin yenilikte önemini incelemektir. Haute Cuisine inovasyonunda fikir yaratma ve kullanım arasındaki mevcut ilişki üzerine odaklanan bu çalışma, son zamanlarda ortaya çıkan bir araştırma boşluğunu da doldurmayı amaçlamıştır.	Bilgi, şefin yaratıcılığını destekleyen, ancak onun yerini almayan bir araçtır. Çalışmada, bilginin yüksek mutfak (haute cuisine) ve mutfak eğilimleri inovasyonunda itici güç olduğu ve rekabette önemli bir avantaj sağladığı belirtilmektedir. Çünkü mutfak sadece üretim alanı değil bunun ötesinde bilginin de üretildiği de bir alandır. Yerel mutfağın uluslararası alanda markalaşmasında bilgi önemli bir faktör olmuştur.
Justiniano, MNH; Valls-Pasola, J; Chacon, N 2018	Art as a strategic element for innovation in gastronomic experiential services: The role of teamwork	Bu çalışmanın amacı, sanat profesyonellerinin gastronomi hizmetlerinde yeniliği sağlamada stratejik bir unsur olarak katılımının önemini bulmaktır. Araştırma online restoran portallarında yaratıcı olarak nitelendirilen şirketlerle gerçekleştirilmiştir.	Görüşülen şirketlerin hizmet deneyimi süreçlerinde yenilik için çok disiplinli ekipler tarafından şekillendirilirken, bazı şirketlerin ise sanat profesyonelleri ile mutfak profesyonellerinin koalisyonunu dikkate aldığı bulunmuştur. Bu işbirliği ise işletmelerin maliyetlerini azalttığı gibi pazarın öncüsü olmalarına ve daha da önemlisi gastronomik deneyim hizmetlerini sürdürmelerini sağladığı bulunmuştur.
Bogers, M; Jensen, JD 2017	Open for business? An integrative framework and empirical assessment for business model innovation in the gastronomic sector	Bu makalenin amacı, gastronomi endüstrisinde aktif olan farklı iş modellerini belirlemek ve araştırmak ve nerelerde fırsat ve sınırlamalar olabileceğini değerlendirmektir. Gastronomi sektöründe iş modeli inovasyonu için bütünleştirici bir çerçeve ve ampirik bir değerlendirme sunmaktadır. Danimarka konaklama sektörünün halka açık bir veri tabanından alınan verilere dayanarak bu çalışmada Danimarka gastronomi sektörü için farklı iş modellerini belirlemek için hiyerarşik küme analizi yürütülmüştür.	Gastronomi sektörü, çok sayıda olası alternatif iş modeli ile çeşitli ve heterojendir. Araştırmacılar gastronomi sektörünün ekonomik sürdürülebilirliği için bir çerçeve önermektedir. Araştırma sonuçları incelendiğinde, gastronomi sektörünün sahip olduğu çeşitlilik ürün farklılaştırması, pazar bölümlendirmesi vb. yoluyla işletmelerin değer yaratmasını sağlayabilecek çok sayıda alternatif iş modeli ve özelliği olabileceğini ortaya koymaktadır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda değer yaratma, segmentasyon ve kaynak kullanımı açısından farklı iş modellerini temsil eden dokuz farklı kümeyi ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmada sunulan iş modelleri hem yeni başlayanlar hem de yerleşik firmalar için iş modeli inovasyonu için fırsatları ve engelleri değerlendirmek için bir temel sunmaktadır.
Justiniano, MNH; Jaria-Chacon, N; Valls-Pasola, J 2017	Innovation and Experimental Services: The role of multidisciplinary arts in creative gastronomy toward a research agenda	Bu araştırma, gastronomi sektörü için yenilikçi bir unsur olarak deneyim üzerine bir literatür analizi geliştirmektedir. Son zamanlarda, araştırmalar, bir hizmetin sağlanması sırasında müşteri deneyiminin rolüne odaklanmıştır. Günümüzde yenilikçi hizmet süreçleri, bilgi ve deneyimin birleşiminin başarılı projelere yol açtığı multidisipliner ekibi içeren başarılı deneyim tasarımlarını gerektirmektedir.	Çalışma literatürün gözden geçirilmesi yoluyla, yaratıcı gastronomi sektöründeki şirketlerin nasıl yenilik yaptığını belirlemeye çalışmaktadır. Gelecekteki ampirik araştırmalar için bir temel oluşturan bu makale, gastronomi laboratuvarlarında inovasyon için stratejik bir araç olarak çok disiplinli ekipler oluşturmanın önemini vurgulamaktadır. Ayrıca müşteri deneyimini hizmet inovasyonunun çekirdeği olarak yerleştirmenin, yeni fikirler üretmek için güçlü bir nokta olabileceği belirtilmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Cousins, J; O'Gorman, K; Stierand, M 2010/	Molecular gastronomy: cuisine innovation or modern day alchemy?	Bu makale, ünlü şeflere odaklanan deneysel araştırmalar yürüterek moleküler gastronomi olgusunu keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu makale, beş ülkede yapılan ilk kapsamlı çalışmadır. 5 Avrupa ülkesinde görev yapan 18 şef ile fenomenolojik görüşme gerçekleştirilmiştir.	Sadece 20 yıllık bir geçmişe sahip moleküler gastronomi, hala nispeten yeni bir fenomendir. Önceki çalışmalarda moleküler gastronominin ne olabileceği konusunda ima edilenden çok daha fazla kafa karışıklığı bulunmaktadır. Terim, esas olarak medyanın etkisinin bir sonucu olarak olası bir mutfak hareketini tanımlamak için yanlış bir şekilde kullanılmıştır. Moleküler gastronominin hiçbir zaman bir mutfak hareketinin temeli olarak tasarlanmadığını açıklığa kavuşturur ve kalıcı mutfak hareketleri ve eğilimlerinin gelişimi için bir unsur olarak ifade edilmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu sistematik derlemede gastronomi alanında yeniliği araştıran çalışmalar nelerdir?" sorusuna yanıt aranmıştır. 2010-2021 yıllarını kapsayan sistematik derleme sonucunda gastronomide yeniliği araştıran 11 adet çalışma ele alınmıştır. İncelenen çalışmalar nicel ve/veya nitel yönde gerçekleştirilen çalışmalardır. Araştırma sorusuna cevap veren çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, Covid-19 sürecinden gastronominin öğrendikleri, artan rekabetle başa çıkmak ve hayatta kalmak için gastronomide yenilik reçetelerinin neler olması gerektiği, farklı disiplerin birlikte çalışmasının yenilik için önemi, moleküler gastronomiye yönelik görüşler, farklı ve yenilikçi uygulamalar üzerinde durulduğu ortaya çıkmıştır. Gavilan, vd. (2021) tarafından gerçekleştirilen çalışma incelendiğinde, Covid-19 salgınında tüketicilerin online yemek siparişi verme isteğini azalttığı bulunmuş ve bu yönde işletmelerin daha yenilikçi sonuçları geliştirmesi gerektiği önerilmiştir. Schwark, vd. (2020), iki aşamalı delphi tekniği ile günümüz şeflerinin görüşlerine dayalı olarak önümüzdeki beş ila on yıl içinde yüksek mutfağın (haute cuisine) geleceği ile ilgili tahminler geliştirmiştir. Elde edilen tahminlere göre; 2019 koronavirüs hastalığı (COVID-19) pandemisinin önemli restoran iflaslarına yol açacağını ve kalanlar arasında yaratıcılığı ve yeniliği artıracağı, Asya ve Amerika'da daha fazla yüksek kaliteli restoran açılacağı, yerel yiyeceklerin önemli bir trend olmaya devam edeceği ve böceklerin yanı sıra bitki bazlı proteinlerin önemli hale geleceği belirtilmektedir. Restoran tasarımı ve kokuların kullanımının daha çok ön plana çıkarılacağı, ayrıca evde özel yemek ve kaliteli yemeğin daha önemli hale geleceği belirtilmektedir. Schwark, vd. (2020), artan rekabetle başa çıkmak için restoranların yenilik yapmasını gereklilik olarak görmektedir. Ancak bu yeniliği gerçekleştirken müşterilerin, yüksek mutfağın değerinin ortak yaratıcıları olarak görülmesini ve menü fiyatlarının müşteri segmentlerine göre farklılık göstermesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu çalışma doğrultusunda haute mutfağının hem günümüzde hemde gelecekte araştırmalar için inceleme konusu olacağını belirtebiliriz.

OSMAN YAYINLARI

De Vasconcelos, vd. (2020), 'yeniliğin reçetesi nedir?' sorusuna cevap aradığı çalışmada, gastronomi segmentinde yenilik derecesini etkileyen örgütsel yönetimin belirleyicileri analiz edilmektedir. Gerçekleştirilen çoklu regresyon analizi sonucunda inovasyonun esas olarak şirketin geliştirdiği iç süreçlerden ve elde ettiği sonuçlardan etkilendiği sonucu bulunmuştur. Yeniliği gerçekleştirmek isteyen işletmeler için önemli bakış açısı sunan bu çalışma sonucunda inovasyon için iş süreçlerinin tanımlandığı ve sonuçlardan öğrenen iyi bir organizasyonun yapısının önemi vurgulanmaktadır. Bispo ve Almeida (2020) gıda kamyonlarının Portekizde geçirdiği süreci inceledikleri nitel araştırmalarında gıda kamyonlarının dışarıda yemek yemeye yeni bir anlam kazandırdığı, sokakta gıda satmanın geleneksel araçlarına kıyasla geçirdiği dönüşüm, gıdanın üretilme ve tüketilme biçiminde bir yeniliği göstermektedir. Coman, vd. (2020) ve Justiniano, vd. (2017) çalışmalarında farklı disiplinlerin birlikte çalışmasının gastronomi alanında yeniliği gerçekleştirmede önemine vurgu yapmaktadır. Oliveria, vd. (2019) Portekizin geleneksel tatlısından odakla yeni ve farklı bir ürün geliştirme bakış açısıyla bu yönde gerçekleştirilecek çalışmalara yön vermektedir. Albors-Garrigos, vd. (2018), bilginin yüksek mutfak (haute cuisine) ve mutfak eğilimleri inovasyonunda itici güç olduğu ve rekabette önemli bir avantaj sağladığı belirtilmektedir. Çünkü mutfak sadece üretim alanı değil bunun ötesinde bilginin üretildiği de bir alandır. Bogers ve Jensen (2017) gastronomi sektörünün sürdürülebilirliği için iş modeli inovasyonu önermektedir. Cousine, vd. (2010) moleküler mutfağın geleceğine yönelik ünlü şeflerin görüşlerine dayalı olarak moleküler gastronominin medyanın etkisinin bir sonucu olarak olası bir mutfak hareketini tanımlamak için yanlış bir şekilde kullanıldığı, moleküler gastronominin mutfağın gelişimi için destekleyici bir bakış sağlamakta olduğu ifade edilmektedir.

Araştırma sonuçları incelendiğinde, gastronomi sektörünün sahip olduğu çeşitlilik sayesinde işletmelerin ürün farklılaştırması, pazar bölümlendirmesi yoluyla değer yaratabilecek çok sayıda alternatif iş modeli yaratabileceğini ortaya koymaktadır. Yeniliği gerçekleştirmek isteyen işletmelere önemli ipuçları sağlayan bu çalışmalarda yeni ürün veya hizmet geliştirmelerinde farklı bakış açılarının ve disiplinlerin bir araya gelmesinin önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca iş süreçlerinin ve organizasyon yapısının da yeniliği destekleyen bir yapıda olması gerekliliği de önemle belirtilmektedir. Çünkü çalışanların yaratıcılıklarına imkân veren bir örgüt yapısı ve yönetim anlayışı yeniliğin sürekli hale gelmesini sağlayacaktır. Gastronomi alanında yenilik, yiyecek ve içeceklerin hazırlanmasından sunumuna kadar geçen süreçlerle ilgili ya da müşterilerin sağlık, beslenme ve yaş özelliği ile ilgili yaratıcı çözümler olabilir. Örneğin, çocuk menüsü, vejetaryen menü, gibi farklı ve yeni menü seçenekleri değişen tüketici talepleri doğrultusunda oluşmuştur. Ancak günümüzde karşı karşıya kalınan Covid-19 salgını sonrası gastronomide

OGEM YAYINLARI

yenilik olgusunun tekrar incelenmesi gerekmekte olduğunu belirtilebiliriz. Pandemiye uygun restoranlar oluşması buna örnek oluşturmaktadır. Bu yönde Amsterdam'daki Mediamatic Eten adlı restoran geliştirdiği cam kabin uygulaması ile sosyal mesafeyi sağlamaktadır. Cam kabin kış bahçelerini andıran ve içerisinde yalnızca iki kişinin yemek yiyebilmesine olanak veren bir tasarımla Amstel Nehri'nin yakınında yer almaktadır. Tadım ve yemek servisi yapılırken de uzun tahta tepsiler kullanılıyor. Maske ve eldiven takma zorunluluğu getirilen garsonlarla kabinler arasında çekilen çizgiler ise müşterilerle teması sıfıra indirmeyi amaçlamaktadır. Böylece restoran müşterilerine pandemiye uygun bir gastronomi deneyimi yaşatmaktadır (https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52684986, https://www.milliyet.com.tr/galeri/restorandan-corona-viruse-karsi-kabin-cozumu-6214208/1). Bu örnekten anlaşılacağı gibi geleneksel alışıla gelmiş ürün veya hizmetler değil, günümüz koşullarına uygun yenilikçi çözümler ile günümüz işletmeleri değer yaratabilir. Özetle bu süreçle başa çıkmak ve rekabette ayakta kalabilmeleri için işletmeler müşteri ihtiyaçlarını dikkate alan, rakiplerine göre farklı ürün, hizmet, süreç, pazarlama veya organizasyonel yenilik üretebilmeleri gerekmektedir. Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda gastronomi ve inovasyon konusunda araştırmaların artrılması gerektiği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Albors-Garrigos, J; Monzo, JM; Garcia-Segovia, P. (2018). "Knowledge Dynamics As Drivers Of Innovation In Haute Cuisine and Culinary Services", *Industry And Innovation*, 25(1), 84-111.

Amabile, T. M., Sigal G. B., Jennifer S. M., Barry M. S. (2005). "Affect and Creativity at Work", *Administrative Science Quarterly*, 50, 367-403.

Arslan, F. (2019). *Yiyecek-İçecek Çalışanlarında Dönüşümcü Liderlik ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisinde Psikolojik Güçlendirmenin Aracı Etkisi*, Yayınlamamış Doktora Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aygen, S. (2006). İşletmelerde Yenilik Yönetim Sürecinde Örgüt Yapılarında ve Hizmet Tasarımlarında Yaşanan Dönüşümler: Antalya İli Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerinde Ampirik Bir Araştırma ve Hizmet Tasarımı *Önerisi*, Yayınlamamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Babaita, C., Sipos, G., Ispas, A., Nagy, A. (2010). "Leadership Style and Culture for Innovation in Hotel Industry", *Proceedings of the 5th WSEAS International Conference on Economy and Management Transformation*, 2, 526-531.

Bispo, MD ve Almeida, LL. (2020). "Food trucks and food parks as a social innovation of eating out practice: A study in Joao Pessoa - Brazil", *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 20.

Bogers, M. ve Jensen, JD. (2017). "Open for business? An integrative framework and empirical as-

OGLAK YAYINLARI

sessment for business model innovation in the gastronomic sector", *British Food Journal*, 119 (11), 2325-2339.

Cousins, J; O' Gorman, K; Stierand, M. (2010)."Molecular gastronomy: cuisine innovation or modern day alchemy?", 22(2-3), 399-415.

Coman, S; Opazo, MP. (2020). "A canon of one's own: A comparative analysis of cultural production in gastronomy and the visual arts", *Poetics*, 82.

De Vasconcelos, RBB; Vieira, RSG; Da Silveirpo, DS. (2020). "What's the recipe to innovate? An analysis of the determinants of the degree of innovation in the gastronomy segment", *International Journal Of Innovation* Management, 24(1).

Elliott, J.H.,, Synnot, A., Turner, T., Simmonds, M., Akl, E.A., McDonald, S., Salanti, G. Meerpohl, J., MacLehose, H., Hilton, J., Tovey, D., Shemilt, I., Thomas, J. (2017). "Living systematic review: 1. Introductiondthe why, what, when, and how", *Journal of Clinical Epidemiology*.

Gavilan, D., Balderas-Cejudo, A., Fernandez-Lores, S., Martinez-Navarro, G. (2021). "Innovation in online food delivery: Learnings from COVID-19", *International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 24.

Hall, C. Michael ve Allan M. Williams (2008). *Tourism and Innovation*, Kanada:Routledge.

Harris, J. D., Quatman, C. E., Manring,M.M., Siston, R. A., Flanigan, D.C. (2013). "How to Write a Systematic Review. The American Journal of Sports Medicine", 42 (11), 2761-2768.

Hatipoğlu, A. (2014). *Osmanlı Saray Mutfağı'nın Gastronomi Turizmi Çerçevesinde İncelenmesi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hjlager, Anne-Mette (2002). "Repairing Innovation Defectiveness in Tourism" *Tourism Management*, 23, 465-474.

Justiniano, MNH; Valls-Pasola, J; Chacon, N. (2018). "Art as a strategic element for innovation in gastronomic experiential services: The role of teamwork", Team Performance Management, 24(5-6), 316-330.

Justiniano, MNH., Jaria-Chacon, N., Valls-Pasola, J. (2017). "Innovation and Experimental Services: The role of multidisciplinary arts in creative gastronomy toward a research agenda", *Direccıon Y Organizacion*, 61, 32-47.

Karaçam, Z. (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Elektronik Dergisi*, http://www.deuhyoedergi.org,,6 (1), 26-33.

Keskin E, Örgün E, Akbulut B. (2017). "Gatronomi Kavramının Kelime ilişkilendirme Testi Aracılığıyla Analizi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267.

Koçel, Tamer (1998). İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş Yaklaşımlar, İstanbul: Beta Basım Yayım.

Li, Xiangyin ve Zheng, Yishuang (2014). "The Influential Factors of Employees' Innovative Behavior and The Management Advices", *Journal of Service Science and Management*, 7, 446-450.

Oliveira, S., Fradinho, P., Mata, P., Moreira-Leite, B., Raymundo, A. (2019). "Exploring innovation in a traditional sweet pastry: Pastel de Nata, Internatıonal Journal Of Gastronomy And Food Science", 17.

OĞLAK YAYINLARI

OSLO Kılavuzu (2006). *Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*, 3. Baskı, Ankara:-TUBİTAK.

Öğüt, A. (2003). *Bilgi Çağında Yönetim*, 2. Baskı, Ankara:Nobel Yayın Dağıtım.

Özdevecioğlu, M. ve Durdu M. B. (2012). "Örgütsel Öğrenme ve İnovasyon İlişkisi: Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Araştırma", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39, 19-45.

Schumpeter, J. A. (1912). *The Theory of Economic Developmen*t, Cam-bridge, Mass.Harvard University Press.

Schwark, N., Tiberius, V., Fabro, M. (2020). "How Will We Dine? Prospective Shifts in International Haute Cuisine and Innovation beyond Kitchen and Plate", *Foods*, 9 (10).

Solunoğlu A, (2018). *Sokak Lezzetlerine İlişkin Tüketici Tutumları: Gaziantep ve İstanbul örnekleri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

TDK (Türk Dil Kurumu). https://sozluk.gov.tr (27.07.2021).

Zontek, Z. (2016). "The Role of Human Resources in Enhancing Innovation in Tourism Enterprises", *Managing Global Transitions*, 14(1), 55-73.

https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-52684986 (15.08.2021)

https://www.milliyet.com.tr/galeri/restorandan-corona-viruse-karsi-kabin-cozumu-6214208/1 (15.08.2021)

OĞLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

ONUNCU BÖLÜM
GASTRONOMİ VE SOSYOLOJİ ARAŞTIRMALARI ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR İNCELEME

Arş. Gör. Gaye KIZILCALIOĞLU[1]

1. GİRİŞ

Yemek yeme insanlık tarihi boyunca karşılanması gereken fizyolojik bir ihtiyaç olmuştur. Ancak günümüzde fizyolojik ihtiyacın dışında yemek yemenin sembolik bir anlamı vardır. Yemek yemenin sembolik anlamı yiyeceğin lezzetli bulunmasını, yeniden talep edilmesini, beğeni kavramını etkilemektedir. Sembolik anlam ise tüm bu kavramları etkileyen bireysel ve sosyo-kültürel farklılıklardan etkilenmektedir. Bu bağlamda sosyo-kültürel farklılıklar gastronomi alanında farklı algılamalara etki ediyorsa sosyoloji bağlamında gastronomiyi anlamak oldukça önemlidir (Ramírez-Gutiérrez, Santana-Talavera, ve Fernández-Betancort, 2021 & Roy ve Gretzel, 2020).

Yiyecekler, deneyimlenen kültürle ilgili bilgi transferi sağlamaktadırlar. Pişirme şekilleri, sofra adabı, reçeteler, ürünün yetiştirilmesi gibi o kültüre yönelik pek çok bilgi vermektedir. Bu anlamda Beşirli (2010) yemeklerin kültür elçiliği yaptığını vurgulamıştır. Bunun yanı sıra yemek aile ve arkadaşlarla paylaşıldığı için yemeğin sosyal bir anlamı da vardır. Seçilen yemek ve hizmet veren restoran toplumda bireyin var olduğu sınıfı göstermektedir. Ya da bir sınıf elde etmek için seçim yapanlara prestij sağlamaktadır (Bessiere, 1998).

Bireylerin tüm yemek yeme sürecini anlamlandırması içinde yaşadığı toplumdan ve çevreden bağımsız değildir. Örneğin bireylerin kırsal kesimde yaşamaları ile kentsoylu olmaları, eğitim düzeyleri, gelir seviyeleri, cinsiyetleri, mensubu oldukları dinler, bu dinlerin yasaklı yiyecekleri, ilgili dine bağlı olma şiddetleri, nasıl bir ailede büyüdükleri, sınıf kavramı, hangi iklimde yaşadıkları gibi bireyin toplum içinde var olurken maruz kaldığı bu dinamik süreç gastronomi ve sosyoloji ilişkisi içinde açıklanmaktadır (Beşirli, 2017). Yemek yeme alışkanlığı ekonomiden ve politikadan da bağımsız değildir. Yetersiz beslenme, obezite gibi toplum sağlığını tehdit eden faktörlerle karşı geliştirilecek politikalar ve tüm bu süreci yönetecek ekonomik güç, gastronomi ve sosyoloji ilişkisi içerisinde önemlidir (Akarçay, 2016).

Bir yemeği ya da restoranı deneyimleme isteği bireyin bir önceki deneyimle de ilgilidir. Önceki deneyiminden memnun kalan bir bireyin tekrar aynı yiyecek veya restoranı

1 Antalya AKEV Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, gaye.kizilcalioglu@akev.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

deneyimleme isteği, denemek istememesine göre daha yüksek düzeyde olacaktır. İnsanlar yemek seçimi yaparken deneyimlerinden hatırladıklarıyla yiyeceğe yönelik olumlu duyguları varsa bir sonraki yemek seçimlerini etkileyecektir (Piqueras-Fiszman ve Jaeger, 2016). Bu bağlamda bireyin duyguları, kişilik özellikleri gibi psikolojik faktörler de gastronomi ile ilişkilidir. Psikolojik faktörlerde bireyin toplumdaki yeri de önemlidir.

Sistematik araştırmalar, araştırılan alandaki bilimsel çıktıları belirlemek ve bulgulardan bir sentez oluşturarak gelecekte yapılacak araştırmalara tartışma ve önerilerle yol göstermeyi amaçlamaktadır (Gomezelj, 2016). Bu çalışma, gastronomi ve sosyoloji alanında yapılmış olan çalışmaların çalışma alanlarının, araştırmanın yılını, araştırmaların yıllar içerisinde nasıl bir yol izlediğinin tespit edilmesini, araştırma yöntemi olarak en çok hangi yöntemin tercih edildiği, araştırmanın örnekleme tekniği, veri toplama tekniği ve verileri nasıl analiz ettikleri, güncel atıf sayılarının belirlenmesi gibi amaçlara hizmet etmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gastronomi ve Sosyoloji alanında yapılmış çalışmalara bakıldığında sosyolojinin gastronomi çalışmaları arasında sınırlı olduğu yapılan çalışmaların büyük bir bölümünün Sosyoloji alanında çalışan araştırmacılar tarafından gerçekleştiği görülmektedir.

Ferguson'un (1998), "19. Yüzyıl Fransa'sında Gastronomi" adlı çalışmasında Fransa gastronomisi hakkında bilgi veren gazete, dergi, yemek kitapları, denemeler, felsefi ve edebi eserlerden oluşan bir dizi dokümandan kültür analizi yapmayı amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden, kültür analizi deseninde yürütülen araştırma betimsel analiz ile sonlandırılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda Duyuların entelektüelleşmesi üzerinde gastronominin diğer sanat dalları arasında köprü görevi gördüğü belirtilmiştir. Gastronominin sosyolojik öneminin, belirli bir kültürel ürün ortaya çıkarması olduğunu belirtmiştir. Gastronomiyi kültürel bir alan olarak görmek, toplumlarda kültürel alanlar hakkındaki anlayışımızın ne olduğu, kültürün özellikleri ve nasıl çalıştıkları ve geliştikleri, benzerlik ve farklılıkları gösteren yanlarının neler olduğunu görmemizi sağladığını vurgulamıştır.

Rao, Munin ve Dunand'ın (2003), "Fransız Gastronomisinde Bir Kimlik Hareketi Olarak Nouvelle Cuisine" adlı çalışmalarında Karma araştırma yöntemleri ile amaca dayalı örnekleme teknikleri ile seçilen ile 20 şef, 15 gastronomi eleştirmeni ve 4 profesör ile görüşülmüştür. Michelin dergileri ise doküman analizi ile incelenmiştir. Klasik mutfağın yerine geçen Yeni Mutfak akımının (Nouvelle Cuisine) seçkin şefleri klasik mutfağı terk etmeye yöneltmesine neden olan ya da etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla yapılan çalışmada aktivistlerin varlığı, medyanın gücü, meslektaşları gibi

ÖĞLAK YAYINLARI

davranma (sürü psikolojisi) ve yeni mutfak alanında çalışan şeflerin itibar kazanması gibi nedenlerle Klasik mutfağın terk edilmesinde etkili olduğu saptanmıştır. 1970'ten başlayıp 1997'de sona eren dönemde kurumsal değişim, toplumsal hareketler ve toplumsal kimlik üzerine araştırmalar özetlenmiştir.

Prasad'ın (2006), "Kriz, Kimlik ve Sosyal Farklılaştırma: Bengal'de Yiyecek, Lezzet ve Tüketimin Kültürel Politikaları" adlı çalışmada sınıf kavramına değinmiştir. Bir sınıfın diğer sınıf üzerinde baskın olmasının gastronomi aracılığıyla nasıl inşa edildiğinden bahsetmiştir. Günümüz toplumlarında yaratılan yapay gastronomik ihtiyaçlara yer verilmiştir. Gazetecilerin ve yazarların yazdığı basılı eserler doküman analizi ile incelenmiştir. Tarihi ve kolektif özelliklerin bir sınıfın diğerinden baskın olmasında belirleyici olduğu araştırma sonucunda vurgulanmıştır.

Derić ve Tournois (2016), "Temel İçgüdülerden Sanat Performansına: Aşçılığın İyileştirmesinde Değer Kaymaları" adlı çalışmada, gastronominin hem sanat hem bilim çevrelerinde ihmal edildiğini hem analitik hem de estetik açıdan bir değer kayması yaşadığını, yerini farklı kavramların aldığı, yemeğe ve onun hazırlanma sanatına epistemolojik, estetik bir soru olarak yaklaşmanın yanı sıra bir değer sisteminin ayrışmasını ve bu dönüşümün yarattığı yeni fırsatları da detaylı olarak irdelemişlerdir.

Maxwell ve Desoucey'in (2016), "Gastronomik kozmopolitlik: Fransa ve Birleşik Krallık'ta Süpermarket Ürünleri" adlı çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden amaca dayalı örnekleme tekniği ile 5'i Fransa'da 4'ü Birleşik Krallıkta olan market zincirlerinde hazır yemeklerin kozmopolitik derecesini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Web sitesinde yer alan ürünler içerik analizi ile marketteki ürünler hangi ülkelere ait olduklarına göre kodlanmıştır. Araştırma sonucunda Fransa'da yabancı kültürlere ait ürünlerin toplamdaki payı %25 iken, Birleşik Krallıkta %65 olarak belirlenmiştir, Her iki ülkede de Avrupa dışındaki ülkelerin yiyeceklerine sınırlı şekilde yer verilmiştir. Avrupa dışından en çok Hint yiyeceklerine yer verilmektedir.

Thorsøe ve Noe'nın, (2016), "Devrime Katılmak İçin Asla Geç Değildir! - Etkinleştirme, Çağdaş Üretimde Yeni Üretim Biçimleri: Danimarka Gıda Sistemi" adlı çalışmalarında Danimarka'da son on yıl içimde hızla değişen gıda sisteminin organik üretime, yerel yiyeceklere, deneyime ve lezzete evrilmesi altında yatan nedenlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla organik piliç, un ve bira özelinde Danimarka'da bir örnek olay çalışması gerçekleştirmişlerdir. Üç tahıl üreticisi, beş organik piliç üreticisi ve işleyicisi ve iki bira üreticisi ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile görüşülmüştür. Ayrıca odak grup yöntemi uygulanmıştır. Çalışmanın sonunda devrim gibi keskin bir değişim değil ama dönüşüm ve evrilme olduğu bunun gıda sektöründe yeni bir şey olmadığı zaman içerisinde moda olan yiyeceklerin değiştiğini ve bunun da şu an için moda olduğu belirtilmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Borkenhagen (2017), "Gizli Reçetelerin Ölümü: Açık Mutfaklarda Alan Organizasyonu" adlı çalışmada açık mutfaklarda bilgi paylaşımının nasıl olduğunu belirlemek üzere mutfak personeli, restoran işletmecileri, mutfak eğitmenleri, bilim insanları, gastronomi yazarları ve diğer endüstri profesyonellerinden oluşan 27 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Buna ek olarak yazar katılımcı gözlemde bulunmuştur.

Feuls'un (2017), "Mutfak İnovasyonunu İlişkisel Olarak Anlamak: Tarde'nin İlişkisel Sosyolojisi" adlı çalışmasında mutfak inovasyonunu Tarde ile açıklamıştır. Yaratıcılığın önemli olduğu gastronomi gibi sektörlerde yeniliğin nasıl ortaya çıktığını ve geliştiğini belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden amaca dayalı örnekleme tekniği ile şefler ve mutfak çalışanlarıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler elde edilmiştir. Ayrıca bu restoranlara ait yazılı dokümanlar incelenmiş ve sonuç olarak Tekrarlanan inovasyon, yeni ve yaratıcı bir şeyler oluşturmada basamak görevi gördüğü, uyarlanan inovasyonun, tekrarlanan inovasyona göre daha stratejik olduğu belirlenmiştir. Çünkü uyarlanan inovasyonda var olanı farklı birleştirmelerle ve pişirme teknikleriyle harmanlamanız gerekir. Farklılaştırma olarak inovasyon ise yeni bir dil, yeni bir ağ yaratarak olmaktadır.

İomaire'in (2018), "İrlanda'nın Somut Olmayan Kültürel Mirasının Bir Parçası Olarak Gıdayı Tanımak" adlı çalışmasında İrlanda yiyeceklerin tarihsel sürecini Anneles Okulu ile açıklamaya çalışmıştır. Genel tarama modelinin geçmişe dönük deseninde tasarlanmıştır.

Maxwell'in (2019), "Herkes Bir "Kiş'i" Hak Eder: Fransız Okullarında Öğle Yemeği Programları ve Küreselleşmiş Bir Dünyada Ulusal Kültür" adlı çalışması, Fransa gibi gastronomi anlamında milliyetçi bir ülkede tamamen Fransız öğrencilerden oluşan ve oluşmayan okullar arasında öğle yemeğinde servis edilen yiyeceklere karşı öğrencilerin durumu nasıl algıladığını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Fransa'nın eğitim düzeyi yüksek ve ulusal öğrencilerinden oluşan bir bölge ile eğitim düzeyi nispeten düşük göçmen öğrencilerin de yaşadığı bir bölge belirlenmiştir. Amaca dayalı örnekleme tekniği ile 8 belediyeye ait 71 okul seçilmiştir. Okul menüleri ve bu menüleri tasarlayanlar ile görüşülmüştür. Okul öğle yemeği, Fransız çocuklarının nasıl bir yaşam tarzı olduğuna dair değerli bir günlük örnektir. Öğrenciler, Fransız ulusal kültürüyle ilgili mesajlara maruz kalırken bu menüleri belirleyenlerin neler düşündüğü de önemliydi. Makale sonucu, ulusal mutfak üzerinde yabancı etkilerin mevcut olduğunu ancak sınırlı olduğunu göstermektedir. Ulusal kültürün özellikle baskın olduğu belirtilmiştir.

Oncini'nin (2019), "Mutfak, Sağlık ve Sofra Adabı: Gıda Sınırları ve Aralarındaki Ayrım Biçimleri'nde İlkokul Çocukları Örneği" adlı çalışmada iki ilkokul kantininde

OĞLAK YAYINLARI

etnografik alan çalışması sırasında toplanan verileri kullanarak farklı sosyal kökenlerden gelen öğrencilerin sosyal sınıfı yemek bilgisi ve tavrı açısından nasıl somutlaştırdığını araştırmıştır. Bu amaçla Bourdieu'nün habitus kavramını üzerinden çalışma yürütülmüştür. Çocukların yemekle ilişkisine besinler ve sağlık arasındaki bağlantılara ilişkin farkındalıkları ve sofra adabının somutlaşması için gerçekleştirilen bir oyun, çocukların eğilimlerinin nasıl olduğunu ortaya çıkarmak için tasarlanmıştır. Sonuç olarak ekonomik seviyesi yüksek ailelerden gelen çocukların beslenme ve sağlık anlamında daha bilgili oldukları, sofra kurallarını bildikleri buna karşın daha düşük ekonomik düzeye sahip ailelerin çocuklarının pek bilgili olmadıkları ve bu nedenle çekingen ya da yapay davrandıkları görülmüştür. Yazar, beslenme eğitiminin matematik kadar önemli olduğunu ve her çocuğunun hakkı olduğunu vurgulamıştır.

Sundqvist Walter ve Hornell'in (2020), iş amaçlı seyahat edenlerin yemek yeme alışkanlıklarını belirlemek üzere yapmış oldukları çalışmada İsveçli 538 iş insanına ulaşılmıştır. Anket yöntemi ile yemek yeme alışkanlıklarının belirlenmesine karar verilmiştir. Daha sonra görüşme yöntemi ile 10 kişi ile görüşülmüştür. Araştırma sonucunda kadınların erkeklere göre fiyattan daha çok etkilendikleri ve yiyecek yer bulmak için teknik ekibe daha çok ihtiyaç duydukları belirlenmiştir. Erkeklere göre otel odasına daha çok yiyecek siparişi verdikleri ve yalnız olduklarında evde olduklarından daha hızlı yemek yediklerini belirtmişlerdir. Erkekler ise yalnız olarak seyahat ettiklerinde daha çok sosyal etkileşim içinde olduklarını ve gelir grubu nispeten düşük olanların fiyatı önemsedikleri belirlenmiştir.

Ray'in (2020), "Yöresel Lezzet ve Kentsel Dönüşüm: Bir Eğlence Analitiğine ve Yeni Bir Türe Doğru Eleştiri" adlı çalışmasında politik ve poetik anlamda sokak lezzetlerinin baksın gastronomi anlayışından ayrılmasını sınıf kavramı ile birlikte irdelemiştir. Ray, araştırmanın sorusu olarak yiyeceklerden elde edilen duyumsal bir maddiliği ve sosyalliği, saf apolitik zevkin gurme tuzağına düşmeden kaydetmenin en iyi yolları nelerdir? olarak belirlemiştir.

Scander, Neuman, Tellström ve Yngve'in (2020), "Şarap sommelierlerinin yiyecek içecek eşleştirmeleri şarap garsonlarının temel yetkinliğidir. Ancak bu yetkinliğin gerçekte nasıl kazanıldığı hakkında çok az şey bilinmektedir. Hangi yiyeceklerin hangi içecekle birlikte servis edileceğini bilmek için gereken nitelikler arasında sosyal ve kültürel sermaye dikkat çekicidir. Çalışmada 21 sommelier kartopu örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. Sommelierlerle odak grup yöntemi ile görüşülmüştür. Çalışma, şarap garsonlarının yetkinliğinin gastronomik ticaret, sosyal konularla uzun vadeli pratik katılım ve doğru insanlarla iletişim kurmalarının onların "iyi" olarak algılamalarında yol gösterici olmaktadır."

OĞLAK YAYINLARI

Tutar ve Durukan'ın (2020), "Gastronomi Kültürünün İnşası ve Dönüşümünde Televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye Programları Örneği" adlı çalışmada ulusal televizyon kanallarında gösterilen Masterchef ve The Taste gibi gastronomi alanındaki yarışma programları ve Reality Showlarının tüketim toplumu, neoliberalizm, postmodern tüketim anlayışı ya da tüketiciler bağlamda irdelemişlerdir. Amaca dayalı örnekleme tekniği ile programlar ve süreler belirlenmiştir. Nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi ile veriler analiz edilmiştir. Araştırmada gastronomi ve medya ilişkisi irdelenmiştir. Araştırma sonucunda yemeklerin sembolik anlamına dikkat çekilmiştir. Gastronomi, söz konusu programlar aracılığıyla fizyolojik ihtiyaçların dışında bir sembolik anlam yaratarak eğlence dünyasının içine entegre edilmektedir.

Sundqvist ve Bengs'in (2021), yapmış oldukları çalışmada iş amaçlı seyahat edenlerin iyi yemek deneyimleri üzerine odaklanmıştır. Farklı sektörlerde ve firmalarında farklı seviyelerde çalışan farklı yaşlardaki dokuz iş insanı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Temalardan biri, kişinin grupla etkileşimi, grup davranışı ile adlandırılmıştır. İkincisi ise fiziksel çevre gibi somut özelliklerden oluşmaktadır. Çalışmanın sonucunda iyi bir yemek deneyiminin bağlamının dinamik olduğu, örneğin iş arkadaşlarıyla yemek yerken bireylerin ekonomik kaygıları tek başına yemek yerken olduğundan daha az taşıdıklarını tespit etmişlerdir. Tek başına yemek yerken fiziksel çevre gibi somut faktörlerin çok önemli olmadığı görülmüştür.

3. YÖNTEM

Gastronomi ve Sosyoloji alanlarında Web of Science veri tabanında yer alan yapılmış çalışmaların belirlenmesi için 31 Ağustos 2021 tarihinde "Gastronomy" and "Sociology" anahtar kelimeleri konu sekmesi seçilerek arama yapılmıştır. Arama sonucunda 34 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar Nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan örnekleme tekniklerinden ölçüt örnekleme tekniği ile belirli kriterler belirlenmiştir. Çalışmada yıl aralığı seçilmemiştir. Yıl bazında ulaşılabilecek her çalışma, çalışmaya dahil edilmek istenmiştir. Dil olarak yalnızca İngilizce ve Türkçe dilleri seçilmiştir. Doküman tipi olarak ise yalnızca makaleler araştırmaya dahil edilmiştir. Kapsam dışında olan makaleler çıkarılınca 17 makale sistematik analiz için uygun bulunmuştur.

4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları içerisinde en dikkat çekici olan 17 araştırmanın 14'ünün Nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanmış olmasıdır. Gastronomi alanında çalışan araştırmalar genellikle Turizm İşletmeciliği, Gıda Mühendisliği ya da Beslenme Diyetetik gibi bölüm lisanslarına sahip oldukları için daha çok nicel çalışmaların ağırlıklı olduğu

OĞLAK YAYINLARI

görülürken sosyoloji alanında çalışan araştırmacılar konu gastronomi olduğunda görüşme yöntemini ya da ilgili konuyu aydınlatacak dokümanların incelenmesini tercih etmişlerdir. Çalışmalar incelendiğinde bunun nedeninin amaca dayalı örnekleme tekniği ile seçilen belirli gruplar özelinde derinlemesine bilgi edinme ve sayılarla görünmeyen detaylara ulaşmak amacıyla yapıldığı görülmektedir. Buna ek olarak 2 makalede karma yöntem tercih edilmiştir. Bunlardan birinde frekans dağılımları ile kadınlar ve erkekler arasındaki sayısal farklar incelenmiştir. Diğerinde ise lojistik regresyon analizi ile şeflerin Klasik mutfağı bırakma nedenlerinin neler olduğunu tespit etmek amaçlanmıştır.

Bu alandaki ilk araştırma 1998 yılında Ferguson tarafından yapılmıştır. 2000-2010 yılları arasında 3 makale bulunmaktadır. Bu alandaki araştırmaların 2016 yılından sonra kayda değer bir şekilde arttığı ve 2021 yılına kadar Gastronomi ve Sosyoloji alanında 12 çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Çalışmalar içerisinde 4 çalışmanın direkt Fransız Mutfağıyla ilgili olması, Fransız Mutfağının gastronomideki yeri ve önemini göstermektedir.

Çalışmalar arasında atıf sayısında belirgin fark olan çalışma 807 atıf ile Rao, Monin ve Durand'ın 2003'te yapmış oldukları çalışmadır. Çalışma Fransız Mutfağındaki Klasik mutfağının yerini Yeni Mutfak akımının almasında etkili olan faktörleri sektör temsilcileriyle yaptığı görüşme ve lojistik regresyon ile analiz etmiştir. Bu alanda tasarlanan ilk karma yöntem yine bu çalışmaya aittir.

Yıllara göre yazarlar ve makalelerin sistematik analizi tablosu Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo1: Yıllara göre yazarlar ve makalelerin sistematik analizi tablosu

Yazar Adları	**Araştırmanın adı**	**Örneklem ve örnekleme türü/ Çalışma grubu**	**Yöntemi**	**Verilerin Toplama Teknikleri**	**Verilerin Analizi**	**Atıf sayısı**
1. Ferguson, 1998	19. Yüzyıl Fransa'sında Gastronomi	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile ulaşılmıştır.	Nitel	Fransa mutfağına ait dokümanlara ulaşılmıştır.	İçerik analizi ve betimsel analiz	181
2. Rao, Monin & Durand, 2003	Toque Ville'de Kurumsal Değişim: Fransız Gastronomisinde Bir Kimlik Hareketi Olarak Nouvelle Mutfağı	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile 20 şef, 15 gastronomi eleştirmeni ve 4 profesör ile görüşülmüştür.	Karma	Görüşme ve Michelin dergileri doküman analizi ile incelenmiştir.	Doküman analizi, Lojistik regresyon	807
3. Prasad, 2006	Kriz, Kimlik ve Sosyal Ayrım: Yemek, Lezzet ve Kültür Politikaları Geç Sömürge Bengal'inde Tüketim		Nitel	Gazete yazıları ve kitaplar	Doküman analizi	19

OĞLAK YAYINLARI

4. Roberts, Simons & Swaminathan 2010	Kategorik bir sınırı aşmak: Koşer olmayan şaraptan geçişin etkileri İsrail şarap pazarında üretim	Koşer, koşer olmayan, her ikisini yapıp satan 39 şarap üreticisine Amaca dayalı örnekleme tekniği ile ulaşılmıştır.			Kör tadımla 216 şarap test edilmiştir.	9
5. Maxwell & Desoucey, 2016	Gastronomik kozmopolitlik: Fransa ve Birleşik Krallık'ta süpermarket ürünleri	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile yürütülmüştür.	Nitel	5'i Fransa'da 4'ü Birleşik Krallıkta olan market zincirlerinde hazır yemeklere web sitelerinden ulaşılmıştır.	Doküman analizi, içerik analizi	3
6. Đerić & Tournois 2016	Temel İçgüdülerden Sanat Performansına: Aşçılık Tedavisinde Değer Kaymaları		Nitel			1
7. Thorsøe & Noe, 2016	Devrime katılmak için asla geç değildir! - Etkinleştirme çağdaş üretimde yeni üretim biçimleri Danimarka gıda sistemi	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile üç tahıl üreticisi, beş organik piliç üreticisi ve işleyicisi, iki bira üreticisi belirlenmiştir.	Nitel	Yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup yöntemi ile ulaşılmıştır.	İçerik analizi	3
8. Borkenhagen, 2017	Gizli tarifin ölümü: "Açık kaynak pişirme" ve saha mutfak sanatlarında organizasyon	Kartopu örnekleme tekniği ile mutfak personeli, lokantacılar, mutfak eğitmenleri, bilim insanları, yemek yazarları ve diğer endüstri profesyonellerinden oluşan 27 katılımcı belirlenmiştir.	Nitel	Yarı yapılandırılmış görüşme ve katılımcı gözlem ile ulaşılmıştır.	İçerik analizi	3
9. Feuls, 2017	Mutfak inovasyonunu ilişkisel olarak anlamak: Tarde'ın İlişkisel Sosyolojisi	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile şefler, çalışanlarla görüşülmüş ve restorana ait yazılı dokümanlar incelenmiş	Nitel	Yarı yapılandırılmış görüşme ve gözlem	İçerik analizi ve doküman analizi	1
10. İomaire, 2018	İrlanda'nın somut olmayan kültürel mirasının bir parçası olarak gıdayı tanımak	Amaca dayalı örnekleme tekniği	Nitel	Örnek olay için gereken dokümanlara ulaşılmıştır.	Doküman analizi, betimsel analiz	11

OĞLAK YAYINLARI

11. Maxwell, 2019	Herkes bir kiş'i hak eder: Fransız okullarında öğle yemeği programları ve küreselleşmiş bir dünyada ulusal kültür	Fransa'nın eğitim düzeyi yüksek ve ulusal öğrencilerinden oluşan bir bölge ile eğitim düzeyi nispeten düşük göçmen öğrencilerin yaşadığı bir bölge amaca dayalı örnekleme tekniği ile seçilmiştir. 8 Belediyeye ait 71 okul belirlenmiştir.	Nitel	Okul menüleri ve bu menüleri tasarlayanlar ile görüşülmüştür.	İçerik analizi ve betimsel analiz	1
12. Oncini, 2019	Mutfak, Sağlık ve Sofra Adabı: Gıda Sınırları ve Aralarındaki Ayrım Biçimleri: İlkokul Çocukları	Amaca dayalı örnekleme tekniği ile 2 okuldan öğrenciler sosyoekonomik durumu yüksek ve düşük olarak seçilmiştir.	Nitel	Katılımlı görüşme ve gözlem	İçerik analizi	4
13. Scander, 2020	Yeterlilik kazanma: "İyi" yiyecek ve içecek üzerine şarap sommelierleri: İsveç Örneği	Amaca dayalı örnekleme tekniklerinden Kartopu örnekleme	Nitel	Odak grup yöntemi ile 12'si erkek, 9'u kadın 21 sommelier ile görüşülmüştür.	İçerik analizi	0
14. Tutar & Durukan, 2020	Gastronomi Kültürünün İnşası ve Dönüşümünde Televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye Programları Örneği	Amaca dayalı örnekleme tekniği	Nitel	Seçilen programlar kaydedilip izlenmiştir.	İçerik analizi ve betimsel analiz	
15. Ray, 2020	Yöresel Lezzet ve Kentsel Dönüşüm: Bir Eğlence Analitiğine ve Yeni Bir Türe Doğru Eleştiri		Nitel			1
16. Sundqvist Walter & Hornell 2020	Uygulama olarak yemek kimliği- İş amaçlı seyahat edenlerin yemek anlayışları	İsveç iş insanlarından 538 kişiye ulaşılmıştır.	Karma	Anket ve görüşme tekniğiyle 10 kişiye ulaşılmıştır.	İçerik analizi ve frekans analizi	2
17. Sundqvist & Bengs, 2021	İsveçli iş insanlarının, iş seyahatindeki öğünlerine teorik bir yaklaşım	Farklı sektörlerde ve firmalarında farklı seviyelerde çalışan farklı yaşlardaki dokuz kişi amaca dayalı örnekleme tekniği ile seçilmiştir	Nitel	İş insanları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.	İçerik analizi	0

Yapılan çalışmaların yayınlandığı dergiler incelendiğinde 17 çalışmadan 10 çalışma sosyoloji ve felsefe alanlarındaki dergilerde yayınlanmıştır. Gastronomi ve gıda bilimi alanındaki bir derginin 3 yayını yayınladığı görülmektedir. Geriye kalan 4 makale ise, birbirinden farklı dergilerde yayınlanmıştır. Bu alanda Maxwell ve Sundqvist iki araştırma ile katkı sunmuşlardır. Çalışma konuları içerisinde kültür en çok çalışılan alan

OĞLAK YAYINLARI

olmuştur. Gastronomi dergilerinde ise konular, yeme alışkanlıkları ve kültürel sermaye konularında olmuştur. Araştırmaların Yayınlandığı Dergiler ve Araştırma Alanları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo2: Araştırmaların yayınlandığı dergiler ve araştırma alanları

Yazarlar	Dergiler	Çalışma Konuları
1. Ferguson, 1998	American Journal of Sociology	Kültür
2. Rao, Monin & Durand, 2003	American Journal of Sociology	Kurumsalcılık
3. Prasad, 2006	Journal of Historical Sociology	Sınıf kavramı
4. Roberts, Simons & Swaminathan 2010	Categories in Markets: Origins and Evolution	Kültür
5. Maxwell & Desoucey, 2016	Poetics	Globalleşme
6. Deric & Tournois, 2016	Sage Open	Estetik
7. Thorsøe, Kjeldsen & Noe, 2016	Sociologia Ruralis	Gıda sistemi
8. Borkenhagen, 2017	Poetics	Mutfak organizasyonu
9. Feuls, 2017	Creativity and Innovation Management	İnovasyon
10. İomaire, 2018	Folk Life-Journal of Ethnological Studies	Kültürel miras
11. Maxwell, 2019	British Journal of Sociology	Kültür
12. Oncini, 2019	Sociology: The Journal of The British Sociological Association	Sınıf kavramı
13. Scander, Neuman, Tellström & Yngve	International Journal of Gastronomy and Food Science	Kültürel Sermaye
14. Tutar & Durukan, 2020	İstanbul University Journal of Sociology	Kültür
15. Ray, 2020	South Asia-Journal Of South Asian Studies	Yerel yiyecek
16. Sundqvist Walter & Hornell 2020	International Journal of Gastronomy and Food Science	Yeme alışkanlıkları
17. Sundqvist & Bengs, 2021	International Journal of Gastronomy and Food Science	Yeme alışkanlıkları

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan 17 çalışmanın ışığında gastronomi ve sosyoloji alanında çalışmaların büyük çoğunluğu Sosyoloji alanındaki araştırmacılar tarafından yapılmıştır. Bunun nedeni gastronominin diğer bölümlere göre literatürde yerini yeni alan araştırma alanlarından biri olması gösterilebilir. Örneğin turizm sosyolojisi konu başlığında yapılan çalışmalar yemek sosyolojisine göre oldukça fazladır. Bu durum handikap gibi görünse de gastronomi alanında çalışan araştırmacılar için özellikle sosyoloji bağlamında çalışmak isteyen araştırmacılar için geniş bir alan sunmaktadır.

Sosyoloji alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde ağırlıklı konu kültür olmuştur. Yeme-içme kültürünün toplumsal yapıdan nasıl etkilendiği, sınıf kavramının yeme-içme alışkanlıklarını nasıl etkilediği gibi araştırma sorularına cevap aranmıştır. Literatürde gastronominin estetik bağlamı, beğeni algısı gibi yine kültürden bağımsız olmayan ancak

OĞLAK YAYINLARI

felsefe ile daha yakın ilişkili olan estetik ve gastronomi ilişkisini sosyoloji perspektifinden araştıran Đerić ve Tournois (2016) tarafından yazılan bir çalışma bulunmaktadır. Bu durum yazarların da belirttiği gibi estetik alanında çalışan araştırmacılar arasında henüz gastronomi öncelikli alan olamamıştır.

Gastronomi ve gıda bilimi alanlarında çalışan araştırmacılar ise sosyoloji alanında daha derinlemesine araştırma yapabilmeleri için bu alanlardaki yüksek lisans ve doktora derslerinde sosyoloji, psikoloji ve felsefe grubu derslerine daha fazla ağırlık verilmelidir. Böylelikle gastronomi ve gıda bilimi alanındaki araştırmacıların sosyoloji alanında daha fazla bilgiye sahip olması ile interdisipliner çalışmalar yapılabilir. Ampirik çalışmaların ve karma yöntemlerin sayısı artabilir.

Bu araştırma ile gelecekte yemek sosyolojisi alanında araştırma yapmayı planlayan araştırmacılara yol gösterici olması amaçlanmıştır. Bu çalışma ile literatürde bu alanda ağırlık verilen konulara ve henüz belirli alanlarda yapılmamış araştırmalara, araştırma tasarımında kullanılan yöntemlere, yapılan araştırmaları kabul eden dergilere ulaşmak mümkündür.

KAYNAKLAR

Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi*. Phoenix Yayınları.

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

Beşirli, H. (2010). "Yemek, kültür ve kimlik". *Milli Folklor*, *22*(87), 159-169.

Beşirli, H. (2017). *Yemek sosyolojisi. Yiyeceklere ve Mutfağa Sosyolojik Bir Bakış*, Phoenix Yayınları.

Borkenhagen, C. (2017). "Death of the secret recipe:"Open source cooking" and field organization in the culinary arts". *Poetics*, *61*, 53-66.

Đerić, G., & Tournois, L. (2016). "From basic instincts to art performance: value shifts in the treatment of cookery". *SAGE Open*, 6(1), 1-8.

Ferguson, P. P. (1998). "A cultural field in the making: Gastronomy in 19th-century France". *American Journal of Sociology*, *104*(3), 597-641.

Feuls, M. (2018). "Understanding culinary innovation as relational: Insights from Tarde's relational sociology". *Creativity and Innovation Management*, *27*(2), 161-168.

Gomezelj, D. O. (2016). "A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(3), 516-558.

Mac Con Iomaire, M. (2018). "Recognizing food as part of Ireland's intangible cultural heritage". *Folk Life*, *56*(2), 93-115.

Maxwell, R. (2019). "Everyone deserves quiche: French school lunch programmes and national culture in a globalized World". *The British Journal of Sociology*, *70*(4), 1424-1447.

OGLAK YAYINLARI

Maxwell, R., & DeSoucey, M. (2016). "Gastronomic cosmopolitanism: Supermarket products in France and the United Kingdom". *Poetics*, 56, 85-97.

Oncini, F. (2020). "Cuisine, health and table manners: Food boundaries and forms of distinction among primary school children". *Sociology*, *54*(3), 626-642.

Piqueras-Fiszman, B., & Jaeger, S. R. (2016). "The incidental influence of memories of past eating occasions on consumers' emotional responses to food and food-related behaviors". *Frontiers in Psychology*, *7*, 943.

Prasad, S. (2006). "Crisis, identity, and social distinction: cultural politics of food, taste, and consumption in late colonial Bengal". *Journal of Historical Sociology*, 19(3), 245-265.

Ramírez-Gutiérrez, D., Santana-Talavera, A., & Fernández-Betancort, H. (2021). Tasting experiences of a destination's local gastronomy on tourist communications. *Tourism Recreation Research*, *46*(3), 345-359.

Rao, H., Monin, P., & Durand, R. (2003). "Institutional change in Toque Ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy". American Journal of Sociology, 108(4), 795-843.

Ray, K. (2020). "Vernacular Taste and Urban Transformation: Towards an Analytics of Fun and a New Kind of Critique". *South Asia: Journal of South Asian Studies*, *43*(2), 308-318.

Roberts, P. W., Simons, T., & Swaminathan, A. (2010). "Crossing a categorical boundary: the implications of switching from non-kosher wine production in the Israeli wine market". *Research in the Sociology of Organizations*, 31, 153-173.

Roy, N., & Gretzel, U. (2020). Feeling opulent: adding an affective dimension to symbolic consumption of themes. "*Tourism Geographies*", 1-23.

Scander, H., Neuman, N., Tellström, R., & Yngve, A. (2020). "Acquiring competence: Sommeliers on 'good'food and beverage combinations". *International journal of Gastronomy and Food Science*, *20*, 1-6.

Sundqvist, J., & Bengs, C. (2021). "The contextual understandings of eating: A practice theoretical approach to Swedish business travellers' meals." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *24*, 100327

Sundqvist, J., Walter, U., & Hörnell, A. (2020). "Meal identity as practice-Towards an understanding of business travellers' meal practices". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *22*, 100237.

Thorsøe, M., & Noe, E. (2016). "Cultivating Market Relations-Diversification in the Danish Organic Production Sector Following Market Expansion". *Sociologia Ruralis*, *56*(3), 331-348.

Tutar, C., & Durukan, D. (2020). "Gastronomi kültürünün inşası ve dönüşümünde televizyon: Masterchef Türkiye ve The Taste Türkiye programları örneği". İstanbul *University Journal of Sociology*, 40(1), 339-364.

OĞLAK YAYINLARI

ON BİRİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE YAPILAN KENT MUTFAKLARI ARAŞTIRMALARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Dr. Öğr. Üy. Gürkan KALKAN[1]

ÖZET

Giriş: Gastronomi turizmine oluşan ilginin artması ile birlikte dikkat çeken bir konunun da kent mutfakları olduğu bilinmektedir. Bu nedenle Türkiye'de kent mutfaklarına ait gerçekleştirilen araştırmaların günden güne arttığı, kentlerin gerek mutfak kültürleri ile gerekse mutfak envanterleri ile ön plana çıkmaya çalıştığı bilinmektedir.

Amaç: Bu araştırma, Türkiye'de kent mutfakları konusunun bilimsel olarak derinlemesine incelenmesi düşüncesinden hareketle, kent mutfaklarını konu alan araştırmaların sistematik bir derlemesinin yapılması amaçlamıştır.

Yöntem: Araştırmanın amacı doğrultusunda çeşitli veri tabanları incelenmiş olup, veri toplama aracı olarak "yökakademik.gov.tr" adresinde kent mutfağı kapsamında yer alan çalışmalar, sistematik derleme yöntemi ile derlenerek eleştirel bakış açısıyla incelenmiştir.

Bulgular: Kent mutfakları kapsamında yapılan çalışmaların tarihsel süreç içerisindeki gelişimi ve değişimi hakkında da önemli bilgiler sunan bu araştırmada elde edilen bulgular raporlanırken, bir düzen içerisinde olmasını sağlamak amacıyla sınıflandırmalar yapılmış ve sınıflandırmaların gerekçeleri bilimsel olarak açıklanmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda Türkiye'de yapılan ampirik araştırmalar içerisinde karma ve nicel araştırma yöntemleri ile yapılan çalışmaların artırılmasının alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında ortaya çıkan önemli bir diğer bulgu ise karma yöntem ile gerçekleştirilen araştırmalara rastlanılmamasıdır. Nicelik ve nitelik açısından önemli olan karma yöntem çalışmalarının kent mutfaklarına yönelik araştırmalarda kullanılmasının çalışmaların hem kalite ve güvenilirliğini artıracağı hem de alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak, Mutfak Kültürü, Kent Mutfağı, Gastronomi, Gastronomi Turizmi

1 Dr. Öğr. Üy. Gürkan KALKAN Isparta Meslek Yüksekokulu, e-mail: gkalkann@gmail.com

OĞLAK YAYINLARI

ABSTRACT

Entrance: With the increasing interest in gastronomic tourism, it is known that there are urban cuisines on a subject that attracts attention. For this reason, it is known that researches on urban cuisine in Turkey are increasing day by day, and cities are trying to come to the fore with their culinary cultures and cuisine inventories.

Aim: This research aimed to make a systematic compilation of researches on urban cuisines, based on the idea of scientifically examining the urban cuisine in Turkey.

Method: Various databases have been examined in line with the purpose of the research, and as a data collection tool, the studies within the scope of urban cuisine at the address "yökakademik.gov.tr" have been compiled with a systematic compilation method and examined from a critical point of view.

Results: Classifications were made in order to ensure that the findings obtained in this research, which also provides important information about the development and change of the studies carried out within the scope of urban cuisines in the historical process, were reported and the reasons for the classifications were scientifically explained. In line with the findings obtained from the research, it is thought that increasing the number of studies conducted with mixed and quantitative research methods among empirical studies in Turkey will contribute to the literature. In addition, another important finding that emerged within the scope of the research is that there are no studies conducted with mixed methods. It is predicted that the use of mixed method studies, which are important in terms of quantity and quality, in research on urban cuisine will both increase the quality and reliability of the studies and contribute to the literature.

Keywords: Kitchen, Culinary Culture, Urban Cuisine, Gastronomy, Gastronomy Tourism.

OĞLAK YAYINLARI

1. GİRİŞ

Günümüzde turistler seyahatlerini özel ilgi alanlarına göre ayarlamaktadırlar. Bunlar arasında tarihi, kültürel ve çeşitli sanatsal faaliyetler ön plana çıkmaktadır (Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu,2014). Bunun neticesinde alternatif turizm çeşitleri popüler bir konuma gelmiş ve turizm gelirlerini artırmak isteyen destinasyonların bu konuya önem vermelerini gerekli kılmıştır. Günümüzde, kentlerin ve destinasyonlarının tanıtımı ve geliştirilmesinin, sosyal ve ekonomik kalkınmaya olumlu yönde getiri sağladığı görülmektedir (Serçek ve Özaltaş Serçek,2016:1628). İnsan yaşamı süresince vazgeçilemez bir temel ihtiyaç olan yiyecek içecek faaliyetlerinin aynı zamanda bir toplumun kültürünü ve doğal zenginliklerini yansıttığı bilinmektedir. Bu nedenle alternatif turizm türlerinden olan gastronomi turizmi özel bir önem arz etmektedir. Sezonun tümüne yayılan gastronomi turizmi aynı zamanda, diğer turizm faaliyetlerini desteklemesi, turizm gelirlerini artırması, istihdam sağlanması, kültürel değerlerin korunması ve kentin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Gürbüz, Özaltaş Serçek, Toprak, 2016: 125). Gastronominin kentlerin markalaşması yolunda etkisi her geçen gün artmaktadır. Bunun sonucunda araştırmacıları bu konuyu araştırmaya itmiş ve yeni bir alan oluşmasına neden olmuştur. Bu nedenle araştırmada Türkiye'de kent mutfakları ve bununla birlikte gastronomi turizminde kent mutfakları alanında yayımlanan makalelerin nitelik ve nicelikleri bakımından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'de "yökakademik.gov.tr" veri tabanında yayımlanmış makalelerin sistematik derlemesi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca makaleler değerlendirilerek kent mutfakları üzerine yapılan araştırmalar incelenmiştir. Türkiye'de kent mutfakları ile ilgili yayımlanan makalelerin değerlendirilmesi için Lapa-Yerlisu., Köse ve Günbayı'nın (2018) sistematik derleme yöntemi ile yaptığı çalışmasında sorduğu soruların kent mutfağına uyarlanarak revize edilmesi ile sorulara cevap aranmış olup bu doğrultuda oluşan bulgular yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında sorulan sorular şu şekildedir;

- Yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında kent mutfakları alanında yayımlanan makalelerin yıllara göre dağılımları nedir?
- Yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında kent mutfakları alanında veri toplama tekniklerine göre (ampirik ve ampirik olmayanlar) yayımlanan makalelerin sayısı nedir?
- Yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında kent mutfakları alanında yayımlanan makalelerde hangi araştırma yöntemleri (nicel, nitel, karma veya alanyazın taraması) kullanılmıştır?
- Yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında kent mutfakları alanında yayımlanan

OĞLAK YAYINLARI

makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerinde tercih edilen araştırma desenleri nelerdir?
- Yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında kent mutfakları alanında yayımlanan makalelerde ampirik çalışmaların (nicel, nitel, karma) yıllara göre dağılımları nedir?

Sistematik derleme, meta analiz, içerik analizi ve benzer nitelikteki araştırmalarda bir artış söz konusudur. Bu ve buna benzer çalışmalar bilim alanındaki bilginin objektif bakış açısı ile ortaya konulması, eleştirel değerlendirmelerin yapılabilmesi, bulguların çözümlenmesi ve değerlendirilebilmesi gibi birçok neden açısından önem arz eden araştırmalardır. Sistematik derleme; alanında uzmanlaşmış kişilerce elde edilebilir en iyi araştırma kanıtını belirlemek ve benzer teknikler ile hazırlanmış çok sayıdaki çalışmaların yapılandırılmış ve kapsamlı bir sentezidir (Karaçam, 2013: 26). Türkiye'de gastronomi turizminde kent mutfakları alanında yayımlanan makalelerin nitelik ve nicelikleri bakımından incelenmesi hedeflenen bu çalışmanın, daha sonra konu ile ilgili yapılan çalışmalara kaynaklık edeceği düşünülmektedir.

1.1 Mutfak ve Kültür İlişkisi

Kültür; genel olarak insan topluluklarının tarihsel geçmişi, üretim biçimleri, inanç ve tutumları, değer normları, öğrenme ve toplumsal ilişkileri ile ilgilidir. Kısaca tanımlayacak olursak kültür; inanış, düşünce, gelenek-görenek, bilim-sanat faaliyetlerinin değer oluşturması ile ortaya çıkan ve her topluluğa göre farklılık gösteren bir yaşam şeklidir. Özellikleri bakımından kültür; sadece bir ulustan başka bir ulusa göre değişiklik göstermez. Aynı zamanda ülkenin köy ve kentleri, hatta aynı şehrin farklı semt veya mahallelerinde oturan insanların kendilerine has gelenek görenek ve kültürleri vardır (Yılmaz, 2016: 2-4). Mil (2019), yaptığı çalışmada toplumların kültürlerinin yiyecek içecek davranışını etkilemekte olduğunu belirtilmektedir. Bu nedenle bir toplumun beslenme alışkanlıkları o toplumun kültürünü yansıtan öğelerden bir tanesidir. Buna bağlı olarak yiyecek içecek şekilleri kültürel olarak toplumu yansıtan önemli bir faktör olarak bilinmektedir (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Bir toplumun yaşama şeklini ve gelişmişlik düzeyini gösteren unsurlardan biri, o toplumun yeme içme alışkanlıklarının bilinmesidir. Bu alışkanlıklar bir bütünlük içerisinde mutfak kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Mutfak kavramı, kültür oluşturabilme yönüyle çok geniş ve önemli bir kavramdır. Artık günümüzde mutfak kelimesi yemeğin yapıldığı yer kavramından çok öte anlamlar içermektedir. Örneğin "Adana mutfağı" denildiğinde Adana mutfağında pişen yemekleri, mutfakta kullanılan araç gereçleri, yemek ile ilgili gelenek görenekleri ve sunuş biçimleri anlaşılmaktadır (Dere Yağar, 2012:

OĞLAK YAYINLARI

4). Topluma has olan davranış biçimleri ve inanç gibi biyolojik olmayan nesilden nesile iletilen maddi ve manevi ürünlerin tümü olarak da açıklayabileceğimiz kültür kavramı, yiyecek-içecek alışkanlıklarımızın ayrılmaz bir öğesidir (Dökmeoğlu, 2016: 137**).** Buna bağlı olarak her ülkenin mutfağında kendine özgü ve mutfak kültürünü yansıtan birtakım göstergeler bulunmaktadır. Bu göstergeler, mutfakta kullanılan araç-gereçler, yiyeceklerin hazırlanma yöntemleri, pişirilme teknikleri ve yemek sunumu olarak ifade edilebilir. Türkiye'de yöreler arasında farklı yemek çeşitleri vardır. Özellikle yörenin coğrafi koşulları, yetiştirilen sebze ve meyveler o yörenin mutfak kültürünü etkileyen ögelerdir. Bahsedilen bu farklılıklar, kentler arasında bile değişiklik gösterebilmektedir (Pekyaman,2008: 19). Bölgesel farklılıklar nedeni ile Türk mutfağı içerisinde farklı yemek çeşitlerini bulmak mümkündür. Özellikle yaşanılan yörenin iklim koşullarına bağlı olarak elde edilen tarımsal ürünler, o yörenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini şekillendirmektedir. Bu durum yöresel mutfak kavramının gelişmesini sağlamıştır (Cömert, 2014: 64).

1.2 Gastronomi Turizmi ve Kent Mutfakları İlişkisi

Turizm kendi gelişimini devam ettirirken son zamanlarda yiyecek- içecek sektörü turistlerin tatil seçeneklerini ve davranışlarını etkilemektedir. Yeni destinasyonları ziyaret etme, yörenin bilinmeyen lezzetlerini deneyimleme ve aynı zaman da yeni kültürleri anlama şansı vermektedir. Günümüzde pek çok turist destinasyonları ziyaret ederken bilmedikleri ve merak ettikleri yöresel lezzetleri tanımak ve deneyimlemek amacıyla seyahat etmektedir. Bu durum gastronomi turizminin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Uca, 2019: 62-63). Gastronomi turizmi yiyecek içecek faaliyetlerini bir zevke dönüştüren, sadece bu amaçla seyahat etmek, deneyimlemek ve deneyimlerini başkaları ile paylaşmak için yapılan bir turizm faaliyeti olarak tanımlamaktadır (Yılmaz, 2016:152). Ayrıca "gastronomi" ile "mutfak" terimleri genellikle beraber kullanılır. Benzer anlamlar taşıyan bu iki terim, ülkelerin veya yörelerin yemekleri ve yiyecek hazırlama yöntemleri olarak tanımlanır (Kivela ve Crotts, 2005: 41). Gastronomi kültürünün gelişmesi ile insanlar artık yedikleri yemeklerin kökenine, nereden geldiğine, geçmişine yönelik sorular sormakta, araştırmakta ve kişisel yemek kültürünü geliştirmektedir (Dökmeoğlu, 2016: 137).

Gastronomi turizmi etkinlikleri kent imajına önemli katkılar sağlamaktadır. Turistler ziyaret ettikleri kentlerde yaşadıkları gastronomik deneyimlere sembolik anlamlar yükleyerek tatil sonrasında o şehri sürekli hatırlayabilmektedir. Yiyecek ve içecek ile ilgili aktivitelerin başarılı olmasına ve farklı kentlerin markalaşma çabalarına yardımcı olmakta ve tekrar ziyaretini artırabilmektedir (Uca, 2019: 62-63). Bir yöreyi diğer

OĞLAK YAYINLARI

yörelerden ayıran, o yörede bulunan çekicilik unsurları olarak; kültür ve tarih ile ilgili değerleri, eğlence ve alışveriş olanakları, sanat aktiviteleri ve mutfağı düşünülmektedir. Bir yörenin mutfağına ait geçmişten günümüze ulaşmış değerlerinin bir turizm ürünü olması yönünden önemi fark edilmiş ve turizm pazarlaması çerçevesince kullanılmaya başlanmıştır (Selwood,2003, s.179; Bahar ve Kozak,2006: 40-41; Cömert, 2014: 65). Hendersen (2009) Gastronomi turizmi vasıtasıyla bir yörenin kültürel mirasının ve kimliğinin aktarıldığını, böylece o yörede rekabet avantajı oluşturduğu vurgulanmaktadır (Çalışkan, 2013: 41). Her kentin kendine ait yöresel gıda ürünlerini pazarda sunması, turistlerin bu ürünlere olan isteklerini artırmaktadır. Ayrıca gastronomi turizm faaliyetleri, kentlerin markalaşmasına katkıda bulunmaktadır. Alternatif turizm türleri niteliklerini içeren kentlerin bölgesel kalkınma açışından gelişimi, turistik ürün olarak kent mutfaklarının kullanımı, bu şehirler için önem arz etmektedir. Kitle turizminin monotonluğu dışarısına çıkmayı ve yeni yerleri ziyaret ederken farklı lezzetleri tatmayı amaçlayan turistler bulunmakta olup her geçen gün sayılarının arttığı bilinmektedir (Öztürk ve Arıkan, 2018: 23). Gastronomi kültürünün gelişmesi ile insanlar artık yedikleri yemeklerin kökenine diğer bir değişle nereden geldiğine, geçmişine yönelik sorular sormakta, araştırmakta ve kişisel yemek kültürünü geliştirmektedir. Bu nedenle kent mutfaklarının tanıtılması ve kentlerin gelişmesi açısından, kentlerde gerçekleştirilen yiyecek içecek festivalleri, yöresel pazarlar, ünlü restoranların ziyaret edilmesi ve kentlerdeki yemek kurs aktiviteleri önem arz etmektedir (Uca, 2019: 62-63).

2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, evren ve örneklemi, veri toplama ve analiz teknikleri ele alınmıştır. Araştırma evreni; "yökakademik.gov.tr" sitesinde "kent mutfağı", "şehir mutfağı", "il mutfağı" "mutfak" ve "mutfağı" anahtar kelimeleri ile arama sonuçlarında elde edilen ilgili çalışmaların incelenmesi ile toplam 95 makaleden oluşmaktadır. Bu araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği uygulanmakta olup bunun neticesinde tam sayıma ulaşılmıştır. Ölçüt örnekleme; daha önce belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan tüm durumların incelenmesidir. Araştırmacı ölçütü oluşturur veya daha önce hazırlanmış ölçütleri kullanabilir (Marshall and Rossman, 2014).

Bu araştırma sistematik bir derleme olup, belli bir konuda incelenmek istenen araştırmaları türlerine göre (nitel ve nicel) ayırarak belli ölçütlere göre bütüncül bir bakış açısı ile ele almış ve veri toplama yöntemi olarak doküman analizi tercih edilmiştir. Yökakademik.gov.tr sitesi içerisinde yer alan çalışmaların incelenmesiyle doğru orantılı olarak konu ile ilgili alanyazın taraması gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de "kent mutfakla-

OĞLAK YAYINLARI

rı" alanında yapılan çalışmaların il mutfağı, şehir mutfağı gibi eş anlamlı kelimeler ile telaffuz edilerek başlıklandırılması nedeni ile alanyazın taraması yapılırken kent mutfakları ile birlikte "mutfak", "mutfağı", "kent mutfağı", "il mutfağı", "şehit mutfağı" gibi diğer anahtar kelimelerinde taratılarak, araştırmanın amacına uygun olan çalışmalar veri olarak alınmıştır. Araştırmanın amacına uygun olan anahtar kelimeler, konu ile ilgili araştırmaların tümünü dâhil etmek amacıyla geniş kapsamlı tutulmuştur. Anahtar kelimeler ile alanyazın taraması sonucunda toplam 109 makaleye erişilmiş fakat 16 makalenin anahtar kelimelerinin araştırmaya uymaması ve kent mutfağı kapsamında değerlendirilemeyeceği görüşüyle kapsam dışında tutulmuştur. Bununla birlikte alanyazın taraması gerçekleştirilirken fark edilen diğer bir husus ise yökakademik.gov.tr sitesinin veri tabanında yayımlanan makaleler içinde anahtar kelimelerin uygun olmadığı ancak alanyazın dâhilinde değerlendirilmesi gereken makaleler olduğudur. Bu nedenle kent mutfağı içeriği ile yazılan bu tür makalelerin de çalışma kapsamında değerlendirilmesinin uygun olacağı düşünülerek, bu kritere uygun olduğu belirlenen 2 çalışma(makale) araştırma kapsamına dâhil edilmiş olup, toplam 95 makale olmak üzere incelenmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde "yökakademik.gov.tr" sitesinin veri tabanında yer alan kent mutfaklarına yönelik çalışmalar incelenmiş olup elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Tablo1: Yıllara göre makale sayıları

1996-2000		2001-2005		2006-2010		2011-2015		2016-2021	
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
-	-	1	1.05	2	2.11	16	16.84	76	80.0

Türkiye'de "Kent mutfakları" kapsamında gerçekleştirilen makaleler 4 yıllık aralıklarla 5 kategoride incelenmiştir. Sistematik incelemenin bulgularına bakacak olursak kent mutfağı ile ilgili çalışmaların, 2001-2005 yılları arasında (%1.05) oldukça düşük olduğu saptanmıştır. Bu yılları takiben 2006-2010 yılları arasında şehir mutfakları ile ilgi çalışmalarda (%2.11) ciddi artışlar gözlenmemiştir. 2011-2015 yılları arasında şehir mutfakları üzerine yapılan araştırmaların (%16,84) ivme kazandığı ve bu yılları takiben 2016-2021 yılları arasında kent mutfakları üzerine yapılan araştırmaların (%80.0) geçen yıllara oranla oldukça arttığı saptanmıştır.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo2: Veri toplama yöntemlerine göre makale dağılımları

Veri Toplama Teknikleri Açısından Makale Sayıları	n	%
Ampirik Araştırmalar	73	76.84
Ampirik Olmayan Araştırmalar	22	23.16
Toplam	95	100.0

Araştırmalar, veri toplama tekniklerine göre farklı tür ve sınıflandırma ile hazırlanmaktadır. Bu nedenle çalışmada Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel (2014) yaptığı sınıflama esas alınarak makaleler; veri toplama tekniklerine göre ampirik araştırmalar (deneysel, gözleme dayalı, görgül) ve ampirik olmayan araştırmalar (doküman ve belgesel) olarak iki grupta incelenmiştir. Araştırma sorularına cevap ararken ampirik veri toplama tekniğinde anket, gözlem, deney ve görüşme gibi yöntemler; ampirik olmayan veri toplama tekniğinde ise araştırma verileri gazeteler, raporlar, yönetmelikler vb. elektronik ortamda veya yazılı olarak kayıtlı olan veriler kullanılmıştır (Lapa-Yerlisu, Köse ve Günbayı 2018: 91). Kent Mutfağı kapsamında yapılan makaleler incelendiğinde, ampirik araştırmaların (%76.84) sayısının ampirik olamayan araştırmalara (% 23.16) oranla oldukça fazla olduğu saptanmıştır.

Tablo3: Araştırma yöntemlerine göre makale dağılımları

Veri Toplama Teknikleri Açısından Makale Sayıları	n	%
Ampirik Araştırmalar		
Nicel	23	24.21
Nitel	50	52.63
Karma	-	-
Ampirik Olmayan Araştırmalar		
Alanyazın tarama	22	23.16
Kuramsal Analiz	-	-
Toplam	95	100.0

Çalışmada sistematik derleme yapılırken ampirik olan araştırmalar ve ampirik olmayan araştırmaları da kendi içinde sınıflanmıştır. Ampirik çalışmalar sınıflandırılırken (Tashakkori ve Teddlie, 1998)'ın gerçekleştirdiği sınıflama türü esas alınarak yapılmıştır. Yapılan çalışmanın bulguları ampirik araştırmalar çerçevesinde değerlendirdiğinde; nitel (%52.63) çalışmaların sayısının nicel (%24.11) çalışmaların araştırmalarına kıyasla oldukça fazla olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen makalelerde ise ampirik araştırmalar kategorisinde yer alan karma yönteme rastlanmamıştır**.** Ampirik

OĞLAK YAYINLARI

olmayan araştırmalar ise alanyazın tarama ile kuramsal analiz çalışmalarını kapsar. Ampirik olmayan araştırmalardan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde alanyazın taraması ile yapılan çalışmaların, tüm çalışmalar içinde (%23.16) en az tercih edilen çalışma tekniği olduğu saptanmıştır. Çalışma kapsamında incelenen makalelerde ise ampirik olmayan araştırmalar kategorisinde yer alan kuramsal analiz yöntemine rastlanmamıştır.

Tablo4: Ampirik çalışmalarda kullanılan desenler

Ampirik Çalışmaların Analizi	**n**	%
	Nicel	
Betimsel	20	27.40
Deneysel	3	4.11
	Nitel	
Belgesel Tarama Doküman Analizi	14	19.18
Durum Çalışması	4	5.48
Etnografya	1	1.37
Fenomenoloji	17	23.29
Öyküleme	9	12.33
	Karma yöntem	
-	-	-
Tespit Edilemeyen	5	6.85
Toplam	73	100.0

Araştırma kapsamına alınan makalelerden elde edilen bulgular incelendiğinde; Türkiye'de "Kent Mutfağı" alanında veri toplama tekniğine göre en çok yapılan ampirik çalışmalar olduğu saptanmıştır. Bu nedenle ampirik çalışmalarda kullanılan desenler merak edilmiş olup araştırma desenlerine göre yeni bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre ampirik araştırma tekniklerinden, nicel çalışmalar iki kategoride değerlendirilmiştir. Bu bağlamda; ampirik araştırmalar içerisinde yer alan nicel araştırma tekniklerinden betimsel araştırmaların en çok (%27.40) tercih edilen desen olduğu görülmektedir. Nicel araştırmalar teknikleri içerisinde yer alan bir diğer deseni olan deneysel çalışmalar ise ampirik çalışmaların sadece %4.11'ini ifade etmektedir. Ampirik araştırmalardan bir diğeri de nitel araştırma tekniklerdir. Bu sistematik derlemede, nitel araştırma desenlerinin sınıflaması hususunda çeşitli kaynaklar incelenmiş olup nitel araştırma desenlerinin oldukça fazla türü olduğu görülmüştür. Bu nedenle nitel araştırma desenleri belgesel tarama doküman analizi, fenomoloji, durum çalışması, etnografya, eleştirel söylem, Öyküleme, eylem araştırmaları ve sistematik inceleme olarak belirlenmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Fakat araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde nitel araştırma tekniklerinden belgesel tarama doküman analizi, durum çalışması, etnografya fenomoloji ve öyküleme kategorilerinde yer alan çalışmalara rastlanmıştır. Buna göre nitel araştırma desenlerinden olan fenomenoloji tüm ampirik çalışmalar içinde %23.29 oranla en çok tercih edilen araştırma deseni olurken diğer araştırma deseni olan belgesel tarama doküman analizi deseni ise %19.18 oranı ile ikinci tercih edilen desen olmuştur. En az tercih edilen nitel araştırma deseni ise %1.37 oranı tek bir örneği temsil eden etnografya desenidir. Ampirik çalışmalara dair yapılan son sınıflama örneği ise karma yöntem araştırmalarına yöneliktir. Yapılan bu çalışmada ise karma yöntem deseni ile hazırlanmış çalışmaya rastlanmamıştır. Yapılan bu sistematik derlemede %6.85 oranında araştırma deseni tespit edilemeyen çalışma bulunmaktadır.

Tablo5: Çalışmaların yıllara göre dağılımı

Yıllara Göre Makale Sayıları	1996-2000		2001-2005		2006-2010		2011-2015		2016-2021	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nicel	-	-	-	-	-	-	4	100.0	16	100.0
Nitel	-	-	-	-	-	-	7	100.0	43	100.0
Alanyazın	-	-	1	100.0	2	100.0	5	100.0	14	100.0
Karma	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Araştırmanın amacı doğrultusunda; Türkiye'de kent mutfakları kapsamında yürütülen araştırmaların içinde nicel, nitel ve karma yöntem çalışmalarına hangi yıllarda başlandığı ve bu tekniklerle yürütülen araştırmaların yıllar içerisindeki değişiminin (dağılımının)nasıl olduğu incelenmiştir. Buna göre; Türkiye'de kent mutfağı ile ilgili alanyazın çalışmalarının 2001-2005 yıllarında gerçekleştirildiği görülmektedir. Konu ile ilgili nicel (4) ve nitel (7) çalışmaların ise 2011-2015 yılları arasında yapılmaya başlandığı görülmektedir. Bu yılları takiben 2016-2021 tarihleri arasında günümüz de dâhil olmak üzere konu ile ilgili çalışmaların ivme kazandığı görülmektedir. 2016-2021 yılları arasında kent mutfakları ile ilgili en çok nitel (43) olmak üzere nicel (16), alanyazın (14) yöntemi ile makalenin yapıldığı görülmekte olup karma yöntem araştırmalarına ise rastlanmamıştır.

4. SONUÇ

Türkiye'de özellikle gastronomi turizmine olan ilginin artması ile birlikte dikkat çeken önemli bir konu da kent mutfaklarıdır. Bu nedenle kent mutfaklarına ait yapılan

OĞLAK YAYINLARI

çalışmaların günden güne hızla arttığı, kentlerin gerek mutfak kültürleri ile gerekse mutfak envanterleri ile ön plana çıkmaya çalıştığı bilinmektedir. Bununla birlikte Türkiye'de yeni bir alan olarak sayılabilecek kent mutfakları konusunun bilimsel olarak derinlemesine incelemesi düşüncesinden hareketle, kent mutfaklarını konu alan araştırmaların sistematik bir derlemesinin yapılması amaçlanmıştır. Buna bağlı olarak derleme sonucunda ortaya çıkan bulguların raporlanmasının alanyazına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, "yökakademik.gov.tr" adresinde konu ile ilgili çalışmalar tespit edilmiş olup metodolojik açıdan kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular incelenirken yorumların bir düzen içerisinde olmasını sağlamak adına sınıflandırmalar yapılmış ve sınıflandırmaların gerekçeleri bilimsel olarak açıklanmıştır. Ayrıca araştırma, kent mutfakları kapsamında yapılan çalışmaların tarihsel süreç içerisindeki gelişimi ve değişimi hakkında da önemli bilgiler sunmaktadır. Bu derleme ile birlikte kent mutfakları ile ilgili günümüze kadar yapılmış olan çalışmaların gelecekte yapılacak çalışmalara ipuçları vererek ışık tutacağı düşünülmektedir. Bu araştırma, "yökakademik.gov.tr" veri tabanında bulunan makaleler ile gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle gelecek çalışmalarda farklı veri tabanları da dâhil edilerek daha geniş kapsamlı değerlendirme yapılabilecektir. Araştırma bulgularına bakıldığında, Türkiye'de yapılan ampirik araştırmalar içerisinde karma ve nicel araştırma yöntemleri ile yapılan çalışmaların artırılmasının alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında önemli bir bulgu ise karma yöntem ile gerçekleştirilen araştırmalara rastlanılmamasıdır. Nicelik ve nitelik açısından önemli olan karma yöntem çalışmalarının kent mutfaklarına yönelik araştırmalarda kullanılmasının çalışmaların hem kalite ve güvenilirliğini artıracağı hem de alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

KAYNAKLAR

Bahar, O., Kozak, M.(2006). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Büyüköztürk Ş, Çakmak EK, Akgün ÖE, Karadeniz Ş, Demirel F. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. (17. Baskı) Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Cömert, M. (2014). "Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.

Çalışkan, O. (2013). "Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Bakımından Gastronomik Kimlik", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 39-51.

Çapar, G. ve Yenipınar, V. (2016). "Somut Olmayan Kültürel Miras Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanımı", *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (Special Issue), 100-115.

OGE AKADEMİK YAYINLARI

Dere Yağar, H.(2012). "*Antalya Mutfak ve Yemek Kültürü Müzesi Tasarımı, Yüksek Lisans Tezi*", Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Dökmeoğlu, G. (2016). *Kent Mutfağı Ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Değerlendirme: İzmir Kent Mutfağı Örneği. Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikâyeleri* Kitabı İçinde (Bölüm 9, Sayfa 137-146). Ankara: Detay Yayıncılık.

Gürbüz, S., Serçek, G. Ö. ve Toprak, L. (2017). "Mardin'in Unesco Yaratıcı Şehirler Ağında "Gastronomi Kenti" Olabilirliğine", *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 124, 136.

Henderson, J., C. (2009). "Food Tourism Reviewed". *British Food Journal,* 11(4), 317- 326.

Karaçam, Z. (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber". *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 26-33.

Karslı, Ömür (2016). "Ernst Cassirer'de Kültürün Anlamı", *JOMELIPS*, S. 1/2, s. 38-59.

Kivela, J., ve Crotts, J. C. (2005). "Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment", *Journal Of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.

Kivela, J. ve Crotts, C.,J. (2005), "Gastronomy Tourism", *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3), ss.29-55.

Lapa, T. Y., Elif, K. Ö. S. E. ve Günbayı, İ. (2018). "Türkiye'de Yapılan Rekreasyon Araştırmaları: Sistematik Bir Derleme". *Spor Bilimleri Dergisi*, 29(2), 87-102.

Marshall, C. & Rossman, G. B. (2014). *Designing Qualitative Research*. New York: Sage.

Mil, B. (2019). *Gastronomi Olgusuna Sosyolojik Bakış*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Öztürk, İ. ve Arıkan, V. 2018. "Kırsal Turizm Kapsamında Sivas'ın Yöresel Mutfağı", Uluslararası Kırsal Turizm Ve Kalkınma *Dergisi*, Vol.2, No.1, 23-28.

Pekyaman, A.(2008). "*Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma",* Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

Selwood, J.(2003). "The Lure of Food: Food As an Attraction in Destination Marketing in Manitoba, Canada, Michael Hall (Ed), Food Tourism Around the World: Management of Development and Markets",*Great Britain: Elseiver*, ss.178-180

Serçek, S. ve Özaltaş Serçek, G. (2016). "Turist Deneyimlerinin Müşteri Odaklı Marka Değerine Etkisinin İncelenmesi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 42, 1621-1629.

Tashakkori A, Teddlie C. (1998). "Mixed Methodology: Combining Qualitative and Quantitative Approaches". *CA: Sage: Applied Social Research Methods Series* (Vol.46). Thousand Oaks.

Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2014). *T.C. Kalkınma Bakanlığı, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara. ISBN 978-605-4667-59-8. YAYIN NO: KB: 2859- ÖİK: 713.

Uca, S.(2019) Şehir Turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yılmaz, H.(2016) *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi* Ankara: Detay Yayıncılık.

OĞLAK YAYINEVİ

ON İKİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ VE TEMALI RESTORANLAR ALANINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN ARAŞTIRMALAR

Dr. İhsan KAZKONDU[1]
Öğr. Gör. Sercan KADAM[2]

1. GİRİŞ

Hayatın sürdürülmesinde ve sağlığın korunmasında önemli yere sahip olan yemek yeme durumu, bağımlılık ve keyif unsuru olarak, sosyal bir olgu durumundadır. Bu doğrultuda orta çağdan bu yana sürekli gelişim göstererek, insan hayatının temel bir parçasını oluşturmuştur. Yeme-içme ihtiyacının karşılanması; yaşanılan yerlere göre farklı şekillerde sağlanmıştır. Yeme-içme ihtiyacının karşılanmasında önemli bir yere sahip olan restoranlar, sundukları hizmet ve fiziki yapıları ile değişim ve gelişim göstermişlerdir (Yurtseven ve Yıldırım, 2014). Sınıflandırılması bakımında yiyecek-içecek işletmeleri ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte, temel özellikler açısından benzerlik göstermektedir (Denizer, 2012). Göstermiş oldukları değişim ve gelişim doğrultusunda restoranlar; özelliklerine göre lüks restoranlar, kafe ve snack barlar, hızlı yemek restoranları, merkez restoranları, sıradan restoranlar, etnik restoranlar, ulaşım merkezindeki restoranlar, ziyafet merkezleri, dışarıya servis restoranları ve temalı restoranlar şeklinde sınıflandırılmıştır (Kılınç, 2014).

Günümüz tüketicileri yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanmasında duyusal ve duygusal arayış içerisine girmiş durumdadır. Tüketicilerin bu ihtiyaçlarının karşılanmasında yiyecek-içecek işletmeleri yetersiz duruma gelmiştir. İşletmeler arası rekabetin artışı, teknolojik gelişmeler ve tüketici beklentilerindeki farklılıklar, gastronomi alanında da farklılaşmaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda işletmelerin, müşterilerinde hoş duygular, yaşayacakları unutulmaz anılar ve ek değerler oluşturma çabaları önem kazanmıştır. Müşterilerin bu beklentilerinin karşılanmasında tematik restoranlar çalışmalarını artırarak, müşterilerin beğenilerini kazanmaktadır (Işıldar, 2017).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Tematik Restoranlar

Tema, bulunulan çevreye farklı bir özellik kazandırma sürecini ifade etmektedir. Kazandırılan bu özellikler sayesinde işletme ve müşteriler arasında bir bağ oluşturulabilmektedir.

1 Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Devrek MYO, Aşçılık Programı
2 Zonguldak Bülent Ecevit Üniv. Devrek MYO, Aşçılık Programı

OĞLAK YAYINLARI

Temalı ortamlar; müşterilerin yaşam biçimleri, yabancı kültürler, farklı yaşam biçimleri, egzotik veya farklı ortamlarda, farklı duyguları tatmalarını sağlamaktadır. Gerçekleştirilen tasarım ve çalışmalarla ortam ile birey arasında etkileşim sağlanması hedeflenmektedir. Alışveriş merkezleri, parklar, müzeler, restoranlar; çeşitli temaların kullanıldığı alanlara örnekler oluşturmaktadır. Konaklama ve turizm sektöründe de müşterilerin değişen beklentilerini karşılama açısından kullanılan bir tematik ortamlar oluşturulmaktadır. Pazarlama açısından da turizm sektöründe işletmeler için, farklılaşma özelliği sayesinde önemli bir yere sahip durumdadır (Wood ve Munoz, 2007).

Bireylerin sıradanlaşan hayatlarının farklılaşması açısından, en çok tercih edilen yöntemlerden biri, dışarıda yemek yeme durumudur. Birçok restoran, bu doğrultuda farklılık sunabilmek açısından, müşterilerinin başka bir yerde ve zamanda hissettirmek için tasarım yoluna gitmektedirler (Simpson, 2003).

Yiyecek-içecek sektöründe her geçen gün rekabetin artmasına bağlı olarak tüketicilerin, yemek yeme ihtiyacının karşılanmasının yanı sıra farklılık arayışları artmıştır. Tüketicilerin bu beklentilerini karşılamak üzere işletmeler de atmosfer, konum gibi faktörler açısından farklılık oluşturacak restoran oluşturma çabası içerisine girmiştir (Heung, 2002).

Farklılık oluşturma çalışmalarının gerçekleştirildiği temalı restoran; tema, dekor ve yemek gibi faktörlerin birlikte veya ayrı olarak ele alındığı restoranları ifade etmektedir. Müşteriler yemek kalitesinden ziyade, temanın işlenme şekline odaklanmaktadır. Temalı restoran kavramı, etnik restoran kavramıyla algılanmaktadır. Ancak birbirlerinden çok farklıdır. (Türksoy, 2004). Etnik restoranlar, ön plana çıkmış kültür unsurlarıyla farklı bir oluşum gerçekleştirmek için etnik sanat, müzik, dekor, dış mimari ve nesneler ele alınmaktadır. Belirli bir kültür yapısı kullanılmaktadır. Temalı restoranlar, konu olmaksızın abartılı ve yapay bir oluşum gerçekleştirirken, etnik restoranlar; kültürel mirasla bağlantı kurmak veya farklı kültür ve mutfak kültürlerini tanıtma konulu yeme ve eğlenme tecrübesi sunmaktadır (Bekar ve Sönmez, 2014).

Temalı restoranlarda sunulan yiyecek-içeceklerden ziyade atmosfer ve hissedilen hava ön plandadır. Etnik restoranlarda ise sunulan yemekler ve mutfak ön plandadır. Temalı restoranlarda sunulan yiyecek-içeceklerin tema ile uyumlu olması hedeflenmemektedir. Etnik restoranlar da ise sunulan yiyecek-içeceklerin temsil ettiği kültürle uyum içerisinde olması istenmektedir (Özer, Akbulut ve Çevik, 2015).

Temalı restoranların tercih sebebi farklı nedenlerden oluşabilmektedir. Müşterilerin yenilik arayışı, kültürlerine bağlı olmaları, farklı kültür ve lezzetleri keşfetme istekleri bunlardan bazılarını oluşturmaktadır. Temalı restoranlarda müşterilere farklı yer ve zamana erişebilme hissiyatını tecrübe etme imkanı da sağlanabilmektedir. Bu sayede eğlence yararının yanı sıra müşterilere tarihi olaylar, yaşam tarzları, farklı kültürler

OĞLAK YAYINLARI

hakkında bilgi verme imkânı sunulmaktadır. Müşterilerin bu tarz beklentilerinin karşılanabilmesi doğrultusunda temalı restoranların sayısı her geçen gün artış göstermektedir (Munoz ve Wood, 2009).

Temalı restoranlarda temanın bir bütünlük içerisinde ele alınması önemlidir. Temalı restoranların devamlılığını sağlayabilmelerinde, özellikle pazarın önemli bir kısmını oluşturan genç neslin beklentilerine cevap verebilmeleri gerekmektedir. Heyecanı seven gençlerin beklentilerine önemli derecede cevap verebilen temalı restoranlar, ürün çeşitliliğine daha fazla seçenek eklemek durumunda kalmışlardır (Heung, 2002).

Temalı restoran işletmelerinin avantajları olduğu gibi, dezavantajları da vardır.

Avantajları:
- Müşterilere hayatın monotonluğundan kurtarabilme,
- Öncesinde yaşanmamış ve bundan sonra da yaşayamayacakları hisleri yaşatabilme,
- Kendilerini özel hissetme imkânı verecektir.

Dezavantajları:
- Temalı restoran açmak, diğer restoranlara göre daha maliyetli olabilecektir.
- Temaya uygun olarak kullanılacak malzeme ve araç-gerecin bulunması daha zor olabilmektedir.
- Böyle bir işletme hizmeti için müşterilerin daha yüksek ücret ödemeleri, müşteri kaybına neden olabilecektir.
- Temayı deneyimleyen müşterilerin, tekrar burayı tercih etmek istememeleri, işletme kazancını düşürebilecektir (Özer, Akbulut ve Çevik, 2015).

2.1.1 Temalı Restoranlarda Kurallar ve Özellikleri

Genel olarak temalı bir restoranın temel özellikleri Beardsworth ve Bryman (1999) tarafından şu şekilde bildirilmektedir:

1. Kültürel kaynaklar olarak; sanat, sinema, spor, çizgi film, pop müzik, eski tanıdıklar, moda, doğal ortamlar, yerellik, milliyet ve etnik köken yer alır.
2. Somut ve akustik cihazlar arasında oyuncaklar, eserler, dekor, logolar, müzik aletleri ve hediyelik eşyalar yer alır.
3. Temaya uygun menü ve sofra takımı kullanılır.
4. Sergi ve programlar çeşitlilik içermektedir.
5. Coğrafi ve kültürel bakımdan kolayca ulaşılabilir durumdadır.
6. Mutfak içeriğine vurgu yapılmamaktadır.

OGLAK YAYINLARI

Temalı restoranların tanımında, uyulması beklenen 5 kural, Pine ve Gilmore (1998) tarafından bildirmektedirler.

1. Temanın işlenmesi. Bu doğrultuda müşteriyi cezbedecek bir hikâye oluşturmak ve sunmak.
2. Hikâyeyi, müşterinin aklında kalacak şekilde doğru ipuçlarıyla, müşteri beklentilerini birleştirmek.
3. Müşteriyi mutsuz edecek olumsuz ipuçlarını elimine ederek müşteri üzerinde hatırlanmaya değer izlenim oluşturmak.
4. Tema işlenirken, sembol ve motifler aracılığıyla fiziksel dokunuşların müşteriye verilmesi.
5. 5 duyuya hitap etmesi. İşlenen temanın zenginleştirilerek duyulara hitap etmesidir. Böylece tema, müşteri üzerinde daha kalıcı ve etkileyici boyut kazanmaktadır.

Temalı restoranların tasarımına etki eden faktörler incelendiğinde, ilgili terimler şu şekilde açıklanabilir:

- Cezbedici: Özellikle giriş bölümünün, müşterinin ilgisini çekecek şekilde bir etki bırakması durumudur.
- Tematik Fantezi: Yaratıcılık doğrultusunda bir senaryo oluşturarak, buna uygun tema başlığının belirlenmesidir. Bu doğrultuda Masa düzeni, hediyelik eşyalar gibi çalışmalarla tematik fantezi desteklenebilmektedir.
- Çevresel faktörler: Hayal ürünü olarak dünyadan ve uzaydan bir çevre tasarımı el alınabilmektedir. Bu tasarımın gerçekleştirilebilmesi için, alana ihtiyaç duyulmaktadır. Belirlenen bu alan içerisinde su akımları, hayvan ve bitkiler gibi temayı destekleyebilecek şekilde nesneler kullanılmaktadır. Somut olarak tasarımına yer verilmelidir (Özer, Akbulut ve Çevik, 2015).
- Duyusal Etki: Duyusal eğlence alanları 5 duyuya hitap edebilmelidir. Bireylerin duyusal deneyiminin artırılabilmesi ve kendilerini bu ortamdaymışçasına hissettirebilmek amacıyla armatürler, elektrikli ve mekanik cihazlar, su sistemleri, sis makineleri ve diğer teknolojik ürünler kullanılır.
- DEMO:
  Detail: Detaylar
  Exaggerated: Abartılı
  Manipulated: Yönlendirme ve etkileme
  Ornamentation: Süsleme

OĞLAK YAYINLARI

Eğlence mekanları temanın ele alındığı ortamda en belirgin ve en ince ayrıntılar, süsleme işleme işlemlerine tabi tutularak bireyler üzerinde etkileme özelliği oluştururlar. Bu çalışma gerçekleştirilirken, diğer ortamlardan farklılık içerecek şekilde uygulamalar yürütülebilmektedir.

Çevresel faktörler, duyusal etki ve DEMO kombinasyonu, temalı restoranları ortaya çıkarmaktadır. Bu uygulamalar sonucunda buraya gelen müşterilere, güzel yemekler sunulmaktadır (Simpson, 2003).

2.1.2 Tematik Restoranların Tarihsel Gelişimi

19. yüzyılda Fransa'daki kabaretlere kadar geçmişi bulunan temalı restoranların konseptleri incelendiğinde, oluşan ilk fikirlerin 1881 yılında 'Le Chat Noir' (The Black Cat) ile uygulanmaya başladığı belirlenmiştir. 1885 yılında Paris'te açılan Cafe de Bagne, duvarlarındaki posterler, hapishane şeklindeki yemek bölümü ve mahkûm şeklinde giyinmiş servis çalışanları ile Fransız İhtilalini yansıtan ilk temalı restoran olarak bilinmektedir (Bekar ve Dönmez, 2014).

1967'de II. Dünya Savaşı pilotlarından David Tallichet, Polinezya adaları, Yeni İngiltere Balıkçı Köyleri ve Fransız Çiftlikleri temalı restoranları hizmete sunmuştur. Los Angeles Havalanında 'Proud Bird' isimli açmış olduğu restoranın masalarında, müşterilere kontrol kulesine ait telsiz konuşmalarının dinletildiği oluşum, çok dikkat çekmiştir. Bu yöntemle müşterilerinin ilgisini çekerek, müze havasının yaratılması sayesinde müşterilerin büyük ilgisini görmüştür. Bu durum, temalı restoranların tercih edilmelerinde en önemli kriterin merak duygusu olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu durumu fark eden girişimciler, temalı restoran oluşturma çabalarına girmişlerdir (Özer, Akbulut ve Çevik, 2002).

1971'de Hard Rock Cafe'nin Londra'da açılması ve dünyaya yayılması, tematik restoranlar açısından, çok büyük bir gelişmedir. Tematik restoranlar; zamanla değişen müşteri beklenti ve meraklarının, heyecanı seven gençlerin keşfetme isteklerini önemli ölçüde karşılamaktadır (Heung, 2002).

Bu gelişmelerden sonra, 1990'lı yılların başlarında temalı restoranlar sayıca hızlı bir artış göstermesine rağmen hemen ardından pazar payını kaybetme sorunuyla karşılaşmıştır. Bu sebeple birçok marka küçülmeye gitmek durumunda kalmıştır. Yapılan farklı bir çalışma sonuçlarına göre ise küçülmenin sebebi, müşteri memnuniyetinin sağlanamaması ve tekrar ziyaret etme düşüncelerindeki düşüş olarak bildirilmiştir (Weiss, Feinstein ve Dalbor, 2004).

2.1.3 Dünya'daki ve Türkiye'deki Temalı Restoran Örnekleri

Dünya'da özellikle ABD, Japonya, Çin ve Tayvan gibi gelişmiş ülkelerde temalı restoran

ÖĞLAK YAYINLARI

örneklerine yer verilmektedir. Ülkelerin gelişmişlik durumuna bağlı olarak gelir seviyelerinin yüksek oluşu, bireylerin farklılık arayışına yönelmelerinde önemli bir unsurdur. Bu doğrultuda tuhaf temalı restoran işletmeleri, farklı deneyim yaşamak isteyen bireylerin tercih sebebi olmuştur. Dünya'dan ve Türkiye'den bazı temalı restoranlara yer verecek olursak;

-Etnik Temalı Restoranlar: Belirli bir kültürün temasının işlendiği etnik restoranlarda uygulanan tema; dekor, çalınan müzik, menü ve personel ile bütünlük içermesi gerekmektedir (Sökmen, 2014). Belirli mutfağın kültüründen yiyecek ve içeceklerin sunulduğu bu restoranlarda, belirli yöreye ait yiyecekler, özgünlüğü korunarak hazırlanmakta ve sunulmaktadır.



Şekil 1: Çin ve İtalyan Etnik Temalı Restoranlar (Ebster ve Guist, 2014).

-Spor Temalı Restoranlar: Genelde bar tarzında tasarlanan bu mekanlar futbol, basketbol gibi yoğun taraftar sayısına sahip sporların yanısıra, motor sporları gibi özel dalların da tema olarak ele alındığı bar ve restoranları kapsamaktadır.



Şekil 2: Race Rock Cafe ve Harley-Davidson Cafe (Benli ve Çakıcı, 2018).

-Tarih Temalı Restoranlar: Tarih temalı restoranlar, geçmişte gerçekleşen ve derin iz oluşturan olaylar üzerine kurgulanarak ortaya çıkarılmıştır. Bu tasarımlar aracılığıyla müşterilerin bu dönemlere götürülmesi amaçlanmaktadır (Josiam, Mattson ve Sullivan, 2004). Bu tür işletmeler tarihi yapıların restore edilmesi sonucu tasarlanmaktadır. Kullanılan tüm ekipman, araç-gereç ve kıyafetlerin dönemle ilişkili olması beklenmektedir (Özer, Akbulut ve Çevik, 2002).



Şekil 3: Tarih Temalı Sarnıç ve Mahzen Restoran (Benli ve Çakıcı, 2018).

-Mizah Temalı Restoranlar: Komedi kahramanları, komedi filmleri, mizah gergileri ile mizah teması işlenmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda menü, menüde yer alan yiyecek ve içecek isimleri, personel kıyafetleri, tuvaletlerin tasarımı gibi unsurlar, temayla ilişkilendirilmiştir.



Şekil 4: Mizah Temalı Leman Kültür Restoran (LMK, 2021).

-Hastane Temalı Restoranlar: Gerilim katılarak, hastane ortamının müşterilere deneyimlenmeye çalışıldığı restoranları ifade etmektedir. Çalışanlar doktor, hemşire, hasta bakıcı kıyafetleri ile servis sunmaktadırlar. Yemeklerin servisinde kullanılan ürünler, şırınga, neşter gibi tıbbi ürünlere benzetilmeye çalışılarak, bireylere hastane ortamı yaşatılmaktadır (Özer, Akbulut ve Çevik, 2015).



Şekil 5: Hastane Temalı Restoranlar (Kırbaç, 2020).

-Havacılık: Boeing tipi uçağın restorasyonu sonucu, uçuş esnasında servis edilen yemeklerin benzerlerinin sunulduğu restoranları ifade etmektedir. Servis işlemini gerçekleştiren garsonlar, pilot üniforması ile servis yapmaktadırlar. Tasarım olarak, valizlere, ülkelerin yerel saatlerini gösteren tasarımlara yer verilmiştir.



Şekil 6: Uçak Temalı Restoran (Özer, Akbulut ve Çevik, 2015).

-**Tuvalet Temalı Restoran:** En ilginç tematik restoranlardan biridir. Gösterişli bir banyo tasarımının gerçekleştirildiği restoranda, duş başlıkları ve dışkı şeklinde ışıklarla süslenmiş tasarıma yer verilmiştir. Oturma yerleri klozetlerden yapılmıştır. Masalar da cam kaplı lavabo ve küvetlerden oluşmaktadır. Menüde yer alan yiyecekler de minyatür küvet, lavabo ve klozet tasarımlı tabaklarda servis edilmektedir.



Şekil 7: Tuvalet Temalı Restoran (Sözcü, 2016).

3. YÖNTEM

Gastronomi ve tematik restoranlar konusunda uluslararası ve ulusal veri tabanlarında yayımlanan bütün akademik çalışmaları incelemek amacıyla nitel araştırma yöntemiyle yürütülen bu çalışmada, sistematik derleme deseni tercih edilmiştir. Sistematik derleme; belirli kriterlere göre problem durumunda, o alanda yapılmış tüm araştırmaların taranarak belirli kriterlere göre örneklem grubuna dahil edilmesi veya dışlanması ve derlemeye alınacak çalışmaların bulgularının sentezlenmesidir (Karaçam, 2013).

Araştırmanın çalışma evrenini uluslararası ve ulusal veri tabanlarında yer alan Türkçe ve İngilizce dillerde tematik restoranlar ile ilgili yapılmış bütün çalışmalar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise gastronomi alanı ile ilişkili tematik restoranlar konusu üzerine Türkçe ve İngilizce dillerde yayımlanmış, ulusal ve uluslararası veri tabanlarında yer alan sosyal bilimler alanındaki hakemli bilimsel dergilerdeki makaleler ve lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi olarak amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme tekniği kullanılmış ve bunun sonucunda tam sayıma ulaşılmıştır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda araştırma sorusu ve araştırma sorusuna ait alt araştırma soruları hazırlanmıştır. "Tematik restoran", "etnik restoran" gibi anahtar kelimeler ve bu anahtar kelimelerin türevleri uluslararası çalışmalar için Web of Science ve Scopus veri tabanlarında taranmış olup toplam 30 uluslararası makale ve 5 tez çalışmasına, ulusal çalışmalara ise Akademik Ağ ve Bilgi Merkezi (ULAKBİM), Google Akademik ve Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK) Tez Merkezi veri tabanlarında alanyazın taraması yapılarak 12 Adet tez çalışmasına ve 16 Adet makaleye ulaşılmıştır. Erişime açık olan, tam metin olan ve yöntem ve metodoloji kısmında tematik restoranlar konusuna yer verenler, bir başka deyişle çalışmanın temel yapıtaşlarından biri veya tamamı

OĞLAK YAYINEVİ

tematik restoranlar olan çalışmalar dahil edilecek diğer çalışmalar kapsam dışı bırakılacak şeklinde dahil etme/çıkarma kriterleri belirlenmiştir. Ulusal çalışmalardan 3 adet tez ve 3 adet makale erişime kapalı olduğundan, 2 adet tez çalışması ve 3 adet makale tam metin olmadığı veya tam metin olup ilgisiz olduğu için kapsam dışı bırakılmıştır. Uluslararası çalışmalardan ise 6 adet makale ve 3 adet tez çalışması çalışma örnekleminden çıkarılmıştır. Araştırmaya dahil edilen çalışmalar hazırlanan yayın tarama formunda "uluslararası" ve "ulusal çalışmalar" ile "yüksek lisans ve doktora tezleri" ve "makaleler" olmak üzere gruplara ayrılarak daha sıralı hale getirilmiş ve bu gruplarda kendi içlerinde yıllara göre sıralanmıştır.

Yürütülen çalışmada toplanan verilere içerik analizi yöntemi uygulanarak verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi, belirli bir yazılı materyalin belirli özelliklerini sayısallaştırarak belirleme amacı ile yapılan bir tarama türüdür (Karasar, 2003). İçerik analizi ile belirli başlıklar altında toplanan unsurlar açıklanır, kavram ve ilişkiler belirlenir, veriler işlenerek ele alınan konu hakkında derinlemesine bilgi edinilerek hedeflenen sonuçlara ulaşılmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu amaçla bu çalışmada eş denetleme (uzman incelemesi) ayrıntılı betimleme, araştırmanın sınırlarını ortaya koyma, bağlantılara yoğunlaşma, akran değerlendirmesi, tekrar edilebilirlik ile inandırıcılık ve teyit edilebilirliği sağlama amaçlanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUM

Gastronomi ve tematik restoranlar konusunda uluslararası ve ulusal veri tabanlarında yayımlanmış çalışmaları incelemek için yapılan bu çalışmada ulusal ve uluslararası çalışmaların yayın türleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo1: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili veri elde edilen çalışmaların yayın türleri (n=43)

	Makale		Yüksek Lisans/Doktora Tezi		Toplam Çalışma Sayısı	
	f	%	f	%	f	%
Uluslararası	24	70,59	2	22,22	26	%60,47
Ulusal	10	29,41	7	77,78	17	%39,53
Toplam	34	100,0	9	100,0	43	100,0

Tablo 1'e göre tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili incelenen 43 makale ve yüksek lisans/doktora tezlerinden oluşan çalışmanın %60,47'si uluslararası yayınlardan, %39,53'ü ise ulusal yayınlardan oluşmaktadır. Yayın türü dağılımı içerisinde en büyük dağılımı 26 uluslararası çalışma oluşturmaktadır. Tablo 3.1.'e bakıldığında özellikle

OĞLAK YAYINLARI

tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili uluslararası çalışmaların daha fazla yayımlanmış olduğu görülmektedir.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkisi bulunan ulusal çalışmaların çalışma türleri, yayım yılları, dergi isimleri ve atıf yılları ile ilgili dağılımlar Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo2: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili ulusal çalışmaların çalışma türü, yayım yılı, dergi adı ve atıf sayısı açısından dağılımı (n=17)

Çalışmanın Adı	Çalışmanın Türü	İlk Yazar	Yayım Yılı	Dergi Adı	Atıf Sayısı
Uzakdoğu Mutfağı Konseptli Etnik Restoranlar Hakkındaki Müşteri Şikâyetlerinin Analizi	Makale	Zeynep Yamaç Erdoğan	2021	Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi	-
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Temalı Restoranlara İlişkin Tutum ve Davranışları	Makale	Nurten Çekal	2020	Journal of Aydın Gastronomy	-
Etnik Restoran Deneyiminin Yerel Yiyecek Tüketme Niyeti ve Destinasyonu Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Yiyecek İmajının Aracılık Rolü	Tez (Yüksek Lisans)	Gürkan Aybek	2020	Akdeniz Üniv. SBE., Gastronomi ve Mutfak Sanatları ABD.	-
Etnik Restoranlarda Marka Değeri Oluşturulması İstanbul Örneği	Makale	Ömer Yavuz	2020	Gaziantep University Journal of Social Sciences	4
Restoran Atmosferi Algısının Sosyal Medya Paylaşımlarına Etkisi Bir Temalı Restoran Örneği	Makale	Çetin Akkuş	2019	MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi	5
Restoran Mutfaklarında Yeşil Nesil Restoran Hareketi: "La Mancha Restoran" Örneği	Makale	Semra Akar Şahingöz	2019	Journal of Tourism Theory and Research	1
Osmanlı Saray Mutfağı Konseptli Etnik Restoranların Menü İçeriği ve Müşteri Profillerinin Tespit Edilmesi	Makale	Gülizar Akkuş	2019	GANUD	-
Etnik Restoranların Turist Davranışlarına Etkisi: Berlin'deki Türk Restoranlarında Bir Araştırma	Tez (Doktora)	Sami Sonat Özdemir	2019	Balıkesir Üniv., SBE., Turizm İşl. ABD.	-
Etnik Restoranlarda Hizmet Kalitesi Ölçümü (Varşova Örneği)	Tez (Yüksek Lisans)	Altuğ Sevim	2019	Balıkesir Üniv., SBE., Turizm İşl. ABD.	-
Etnik Restoranlarda Fiyatlandırma ve Marka Değeri: İstanbul İlinde Bulunan Etnik Restoranlar Üzerine Bir Araştırma	Tez (Yüksek Lisans)	Ömer Yavuz	2019	Düzce Üniv. SBE., Turizm ve Otel İşl. ABD.	-
Etno-Restoranlarda Otantikliği Deneyimlemek- Kırgızistan'da EtnoRestoranlar: Supara ve Dasmia	Makale	Cemal İnce	2018	Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi	3
Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği	Makale	Görkem Teyin	2017	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	13
Restoran Pazarlamasında 7 P: Etnik Bir Restoranda Örnek Olay İncelemesi	Makale	İlke Başarangil	2017	Journal of Tourism and Gastronomy Studies	7

ÖRNEK YAYINLARI

Etnik Temalı Restoranlarda Otantiklik: Yönetici ve Tüketici Bakış Açılarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Çalışma	Tez (Doktora)	Manolya Aksatan	2016	Dokuz Eylül Üniv. SBE., Turizm İşl. ABD.	2
Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri İstanbul'da Bir Araştırma	Tez (Yüksek Lisans)	Gülhan Çetinkaya	2015	Balıkesir Üniv., SBE., Turizm İşl. ABD.	23
Temalı Restoranlar ve Temalı- Etnik Restoran Ayrımı	Makale	Aydan Bekar	2014	Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi	22
Yiyecek İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma	Tez (Yüksek Lisans)	Aysel Defne Koçbek	2005	Anadolu Üniv., SBE., İşletme ABD.	3

Tablo 2'de gastronomi ve tematik restoranlar ile ilişkili olan ve alanyazına katkısı olan ulusal çalışmalar incelenmiştir. İncelenen toplamda 27 adet ulusal çalışmanın 10 tanesinin atıf alarak alan yazına katkıda bulunduğu, 17 tanesinin ise atıf almadığı görülmektedir. En çok atıf alan çalışmaların 23 atıf ile Çetinkaya (2014) tarafından tamamlanan "Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri İstanbul'da Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezi ile 22 atıf sayısı ilse Bekar vd. (2014) tarafından yapılmış olan "Temalı Restoranlar ve Temalı- Etnik Restoran Ayrımı" adlı makale olduğu saptanmıştır. Atıf almamış olan çalışmaların (Erdoğan, 2021; Çekal vd., 2020; Aybek, 2020; Akkuş vd., 2019; Özdemir, 2019; Sevim, 2019; Yavuz, 2019) yakın zamanda yayımlanmış olması ve bu çalışmaların çoğunluğunun lisansüstü tez olması nedeniyle daha alana katkı sağlayamadığı düşünülmektedir.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkisi bulunan uluslararası çalışmaların çalışma türleri, yayım yılları, dergi isimleri ve atıf yılları ile ilgili dağılımlar Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo3: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili uluslararası çalışmaların çalışma türü, yayım yılı, dergi adı ve atıf sayısı açısından dağılımı (n=26)

Çalışmanın Adı	**Çalışmanın Türü**	**İlk Yazar**	**Yayım Yılı**	**Dergi Adı**	**Atıf Sayısı**
The Role Of Nostalgia-Evoking Stimuli At Nostalgia-Themed Restaurants İn Explaining Benefits, Consumption Value And Post Purchase Behavioral İntention	Makale	Qiushi Gu	2021	İnternational Jpurnal of Hospitality Management	-
Restaurant Rankings Factors İn Gastronomy Tourism	Makale	Serkan Bertan	2020	Tourism	1
Perceptions of Localness and Authenticity Regarding Restaurant Choice in Tourism Settings	Makale	Heather Skinner	2020	Journal of Travel & Tourism Marketing	7

SİLAK YAYINLARI

Exploring The Impact of Background Music on Customers? Perceptions of Ethnic Restaurants: The Moderating Role of Dining Companions	Makale	Han Wen	2020	Journal of Hospitality and Tourism Management	4
The Dining Experience At The Pool-Themed Restaurant	Makale	Febry Maharlika	2020	Advances in Social Science, Education and Humanities Research	1
The Impact Of Theme Restaurant Servicescape On Consumer's Value And Purchase Intention	Makale	Rila Anggraeni	2020	Advances in Economics, Business and Management Research	1
Tourism Practices and Experience Value Creation: The Case of A Themed Attraction Restaurant	Makale	Flemming Sørensen	2020	Tourist Studies	7
The Multifaceted Of Themed Restaurant: Exploring The Unique And Vulnerable Elements İn Staging Authentic Dining Experience	Makale	Ishak, F. A. C.	2020	International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences	1
The İmpact Of Nostalgic Emotion On Brand Trust And Brand Attachment	Makale	Tao Wen	2019	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	19
The Congruity Between Social Factors and Theme of Ethnic Restaurant: Its İmpact On Customer's Perceived Authenticity And Behavioural İntentions	Makale	Hanqun Song	2019	Journal of Hospitality and Tourism Management	7
Theme Restaurant: Influence of Atmospheric Factors Towards the Customers' Revisit Intention	Makale	Wan Nazriah Wan Nawawi	2018	Environment-Behaviour Proceedings Journal	24
An İnvestigation on Customer Revisit İntention to Theme Restaurants	Makale	Bo Meng	2018	International Journal of Contemporary Hospitality Management	25
Theme Restaurants' Servicescape in Developing Quality of Life: The Moderating Effect of Perceived Authenticity	Makale	Bo Meng	2017	International Journal of Hospitality Management	24
Customer Dining Experıence At Korean Themed Restaurant: An Enhanced Servıce Blueprint Approach	Makale	Pri Hermawan	2017	Asia-Pacific Management and Business Application	-
Critical Eating: Tasting Museum Stories On Restaurant Menus	Makale	Irina D. Mihalache	2016	Food, Culture & Society	10
Authenticity Perceptions, Brand Equity and Brand Choice İntention: The Case of Ethnic Restaurants	Makale	Allan Cheng Chieh Lu	2015	International Journal of Hospitality Management	82
Nostalgic Emotion, Experiential Value, Brand İmage, And Consumption İntentions Of Customers Of Nostalgic-Themed Restaurants	Makale	Hung-Bin Chen	2014	Journal of Business Research	196

OSMAK YAYINLARI

A Study Of Viability Of Opening Sports The Themed Restaurants İn Metropolitan Cities	Makale	Geetali Dewan	2013	Indian Journal of Commerce & Management Studies	2
Authentic Dining Experiences in Ethnic Theme Restaurants	Makale	Chen-Tsang (Simon) Tsai	2012	International Journal of Hospitality Management	82
Effects of Authentic Atmospherics in Ethnic Restaurants: Investigating Chinese Restaurants	Makale	SooCheong (Shawn) Jang	2011	International Journal of Contemporary Hospitality Management	85
The Effects of Customers' Perceptions of Brand Personality in Casual Theme Restaurants	Makale	Dohee Kim	2011	International Journal of Hospitality Management	46
Customers' Cognitive, Emotional, and Actionable Response to the Servicescape: A Test of the Moderating Effect of the Restaurant Type	Makale	Woo Gon Kim	2009	International Journal of Hospitality Management	266
A Recipe For Success: Understanding Regional Perceptions Of Authenticity İn Themed Restaurants	Makale	Caroline Lego Mun˜oz	2009	Internatıonal Journal Of Culture, Tourısm And Hospıtalıty Research	29
The Role Of Authenticity İn Ethnic Theme Restaurants	Makale	Claus Ebster	2005	Journal of Foodservice Business Research	184

Tablo 3'te gastronomi ve tematik restoranlar ile ilişkili olan ve alanyazına katkısı olan uluslararası çalışmalar incelenmiştir. Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili olan ve alana katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen araştırma kapsamındaki toplamda 27 çalışmanın 22 tanesi atıf alarak alanyazına katkı sağlamış olup, 5 tane çalışmanın atıf almayarak alana katkı sağlamadığı görülmektedir. En çok atıf alan çalışmalar Woo Gon Kim vd. (2009) tarafından yapılmış olan "Customers' Cognitive, Emotional, and Actionable Response to the Servicescape: A Test of the Moderating Effect of the Restaurant Type"adlı uluslararası veritabanında yayınlanmış makale ile Hung-Bin Chen vd. (2014) tarafından yayınlanan "Nostalgic Emotion, Experiential Value, Brand İmage, And Consumption İntentions Of Customers Of Nostalgic-Themed Restaurants" uluslararası veritabanında yayınlanmış makale olduğu incelenmiştir. Atıf almayan çalışmaların (Qiushi Gu vd., 2021; Qiushi Gu vd.; 2021; Pri Hermawan vd, 2017) yakın zamanda yayınlanmış olduğu saptanmıştır.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili incelenmiş olan ulusal ve uluslararası çalışmaların yayım yılına göre dağılımı Tablo 4'te gösterilmiştir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo4: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili çalışmaların yayım yılına göre dağılımı (n=43)

	Ulusal		Uluslararası	
Yayım Yılları	**f**	%	**f**	%
2021	1	5,88	3	11,54
2020	3	17,65	7	26,86
2019	6	35,30	2	7,70
2018	1	5,88	2	7,70
2017	2	11,77	2	7,70
2016	1	5,88	1	3,85
2015	1	5,88	1	3,85
2014	1	5,88	1	3,85
2013	-		1	3,85
2012	-		1	3,85
2011	-		2	7,70
2010	-		-	
2009	-		2	7,70
2005	1	5,88	1	3,85
Toplam	**17**	**100,0**	**26**	**100,0**

Tablo 4'e göre tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili bulunan ve incelenmiş olan çalışmaların yayım yılına göre en çok ulusal çalışmaların (6) 2019 yılında yayınlandığı, uluslararası çalışmaların (7) ise 2020 yılında yayınlandığı görülmektedir. İncelenen ulusal ve uluslararası çalışmalardan 2010 yılında yayınlanmış hiçbir çalışma olmadığı saptanmıştır.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili incelenen ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılan araştırma yöntem çeşitlerine Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo5: Tematik restoranlar ile ilgili çalışmaların araştırma yöntemlerine göre dağılımı (n=43)

Araştırma Yöntemi			
		Ulusal	**Uluslararası**
Ampirik	Nicel	6	17
	Nitel	7	3
	Karma	2	5
Ampirik Olmayan	Alanyazın Tarama	2	1
Toplam		**17**	**26**

OĞLAK YAYINLARI

Tablo 5 incelendiğinde tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili yayınlanmış çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemlerinin çoğunlukla ampirik araştırma yöntemleri olduğu ve ampirik araştırma yöntemlerinden de nicel araştırma yöntemleri olduğu görülmektedir. Yayınlanmış ulusal çalışmalarda nicel araştırma yöntemlerinden sonra en çok nitel araştırma yöntemleri kullanılırken, ulusal çalışmalarda ise karma araştırma yöntemlerinin kullanıldığı saptanmıştır. İncelenen çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemlerinden ampirik olmayan araştırma yöntemleri çok az sayıdadır.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili incelenen ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılan araştırma desenlerine Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo6: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili çalışmaların araştırma desenine göre dağılımı (n=43)

Araştırma Deseni		
	Ulusal	**Uluslararası**
Anket	8	20
Literatür Tarama	2	2
Görüşme	7	8
Gözlem	1	3
Örnek Olay	1	-
Doküman Analizi	1	-
Toplam	20	33

Tablo 6'da tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili yayınlanmış ve incelenmiş olan çalışmalarda kullanılan araştırma desenleri ve dağılımları gösterilmektedir. İncelenen hem ulusal hem de uluslararası çalışmalarda en çok kullanılan araştırma deseninin anket, ikinci araştırma deseninin ise görüşme tekniği olduğu görülmektedir.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili incelenen ulusal ve uluslararası çalışmalarda ele alınan konu başlıkları Tablo 7'de gösterilmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo7: Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili çalışmaların konu başlıklarına göre dağılımı (n=43)

Konu Başlıkları	**Ulusal**		**Uluslararası**	
	f	%	F	%
Tematik Restoranlarda Mutfak ile İlgili Müşteri Şikayetleri	2	11,77	4	15,40
Etno-Tematik Restoranlarda Geleneksel Mutfak Ürünlerinin Kullanımı	1	5,88	1	3,85
Yeşil Nesil Restorancılık	1	5,88	-	-
Tematik Restoranlarda, Otantiklik, Ambiyans ve Yemek Seçimi	2	11,77	2	7,70
Etnik Restoran Çeşitleri	2	11,77	-	-
Etno-Tematik Restoranlarda Menü İçeriği	2	11,77	1	3,85
Tematik Restoranlardaki Yemeklere Karşı Tutum ve Davranışlar	4	23,52	7	26,90
Tematik Restoranlarda Marka Değeri	3	17,64	7	26,90
Tematik Restoranlar ve Gastronomi Turizmi	-	-	4	15,40
Toplam	**17**	**100,0**	**26**	**100,0**

Tablo 7'ye göre tematik restoranlar ve gastronomi ilişkisini inceleyen ulusal çalışmaların en çok tematik restoranlardaki yemeklere karşı tutum ve davranışlar üzerine araştırma problemlerini geliştirdikleri görülmektedir. Uluslararası çalışmalarda ise en çok üzerinde çalışılan konu başlığının tematik restoranlarda marka değeri ve tematik restoranlardaki yemeklere karşı tutum ve davranışlar olduğu saptanmıştır. Ayrıca incelenen ulusal çalışmalarda tematik restoranlar ve gastronomi turizmi ile tematik restoranlarda mutfak ile ilgili müşteri şikayetleri de incelemeye alınan konu başlıkları arasında bulunmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bireylerin son yıllarda farklı gastronomi deneyimleri yaşamak için orijinal, özgün ve marka imajı yüksek restoran türlerini tercih ettikleri, bireylerin bu farklı deneyimlerini yaşamalarını sağlamak için de işletmecilerin farklı temalarda restoran türlerini faaliyete soktukları yapılan çalışmalarda görülmektedir. Bireylerdeki bu farklı gastro-turizm deneyimi yaşama isteği ve beklentisinden dolayı faaliyette olan temalı restoranların gastronomi ile ilişkisini ortaya koyma, tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili yayınlamış çalışmaları inceleme ve alan yazında bu konu ile ilgili eksiklikleri tespit ederek eksikliklerin giderilmesine katkı sağlamak amacıyla sistematik derleme yöntemi ile bu çalışma gerçekleştirilmiştir.

Yapılan bu çalışmada tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili yayınlanmış ulusal ve uluslararası çalışmalar incelendiğinde uluslararası çalışmaların tematik restoranlar ve gastronomi konularını daha fazla inceledikleri, bu iki konu ilişkisi ile daha fazla yayın

OĞLAK YAYINLARI

yaptıkları ve atıf aldıkları sonucuna varılmıştır. Ayrıca tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili en fazla yayın yapan dergilerin Çin ve Hindistan menşeli olması bu ülkelerde tematik restoranlara olan ilginin boyutunu ortaya koymaktadır. Türkiye'de ise tematik restoranların yaygın olmaması veya bireylerin tematik restoranları tercih etme düzeylerinin düşük olmasının tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişki çalışmaların daha az yapılmasına sebep olan unsurlar arasında yer aldığı söylenebilir. Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili çalışmaların yakın zamanda daha yoğun olarak yayınlandıkları da diğer çıkan sonuçlar arasında bulunmaktadır.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilgili yayımlanan çalışmaların araştırma yöntemlerinin çoğunlukla nicel araştırma yöntemleri, kullanılan veri toplama tekniklerinin de anket tekniği olduğu sonucuna varılmıştır. İncelenen çalışmalara konu başlıkları açısından bakıldığında ağırlıklı olarak tematik restoranlardaki yemeklere karşı tutum ve davranışları konusunun hem ulusal hem uluslararası çalışmalarda önemli çalışma problemi olarak görüldüğü ve bu konuda çalışıldığı bir diğer ortaya konulan sonuçlardandır.

Tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili çalışmaların incelenmesi ile ortaya çıkarılan bu sonuçlara göre; Türkiye'de turistlerin ilgili ve beklentileri dikkate alınarak tematik restoran konseptli işletmelerin yaygınlaştırılması, özellikle ülke kültürü ile ilgili merak uyandırma ve kültürünü tanıtma amaçlı yöresel tematik işletmeler açılması ülke turizmine önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca bu alanda uzman olan akademisyenlerin de tematik restoranlar ve gastronomi ile ilişkili yeni ve problemlere önemli derecede katkı sağlayacak yeterli sayı ve nitelikte çalışmalar ortaya koyması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Akkuş, Ç. (2019). "Restoran Atmosferi Algısının Sosyal Medya Paylaşımlarına Etkisi: Bir Temalı Restoran Örneği", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 628-642.

Akkuş, G. ve Taş, D., (2019). "Osmanlı Saray Mutfağı Konseptli Etnik Restoranların Menü İçeriği ve Müşteri Profillerinin Tespit Edilmesi", *GANUD* International *Conference on Gastronom*y, November 22-24, Gaziantep, Turkey.

Aksatan, M., (2016). "Etnik Temalı Restoranlarda Otantiklik: Yönetici ve Tüketici Bakış Açılarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Çalışma", Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Anggraeni, R., Hendrawan, D. ve Huang, Y. W., (2020). "The Impact of Theme Restaurant Servicescape on Consumer's Value and Purchase Intention", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 144 (1), 226-232.

OĞLAK YAYINLARI

Aybek, G., (2020). "Etnik Restoran Deneyiminin Yerel Yiyecek Tüketme Niyeti ve Destinasyonu Ziyaret Etme Niyetine Etkisi: Yiyecek İmajının Aracılık Rolü", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

Başarangil, İ. ve İnam, N., (2017). "Restoran Pazarlamasında 7 P: Etnik Bir Restoranda Örnek Olay İncelemesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2), 127-145.

Beardsworth, A. ve Bryman, A., (1999). **"**Late Modernity and the Dynamics of Quasification", *Sociological Review,* 47 (2), 228-257.

Bekar, A. ve Dönmez, F. G., (2014). "Temalı Restoranlar ve Temalı-Etnik Restoran Ayrımı". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (35), 797-803.

Benli, S. ve Çakıcı, A. C., (2018). "Tematik Restoran İşletmeciliğinin Kavramsal Olarak İncelenmesi. 2. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi: İnovasyon", Girişimcilik ve Sürdürebilirlik Kongresi, 2018-09-27, 2018-09-29, Mersin, Türkiye.

Bertan, S., (2020). "Restaurant Rankings Factors İn Gastronomy Tourism", *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 68 (1), 34-42.

Çekal, N. ve Memiş, B., (2020). "Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Öğrencilerinin Temalı Restoranlara İlişkin Tutum ve Davranışları", *Aydın Gastronomy*, 4 (2), 63-72.

Cevizkaya, G., (2015). "Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri: İstanbul'da Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Chen, H. B., Yeh, S. S. ve Huan, T. C., (2014). "Nostalgic Emotion, Experiential Value, Brand İmage, And Consumption İntentions Of Customers Of Nostalgic-Themed Restaurants", *Journal of Business Research*, 67 (3), 354-360.

Denizer, D., (2012). *Yiyecek İçecek işletmelerinin Sınıflandırılması ve Örgütlenmesi*. (Ed.) M. Sarıışık. Yiyecek-İçecek Hizmetleri (s. 2-26). Eskişehir: T. C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2540, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1511.

Dewan, G., Pandey, P., Sachdev, R. ve Tewari, V., (2013). "A Study Of Viability Of Opening Sports Themed Restaurants İn Metropolitan Cities", *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 4 (3), 27-32.

Ebster, C. ve Guist, I., (2005). "The Role Of Authenticity İn Ethnic Theme Restaurants", *Journal of Foodservice Business Research*, 7 (2), 41-52.

Erdoğan, Y. E., (2021). "Uzakdoğu Mutfağı Konseptli Etnik Restoranlar Hakkındaki Müşteri Şikâyetlerinin Analizi", *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 35-50.

Hermawan, P. ve Muhammad, N. R. (2017). "Customer Dining Experience at Korean Themed Restaurant: an Enhanced Service Blueprint Approach," *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 5 (3), 117-132.

Heung, V. C. S., (2002). "American Theme Restaurants: A Study Of Consumer's Perceptions Of The Important Attributes In Restaurant Selection", *Asia Pacific Journal Of Tourism Research,* 7 (1), 19-28.

Işıldar, P., (2017). *Yeşil Restoranlar*. (Ed.) H. Kurgun. Gastronomi trendleri: Milenyum ve ötesi içinde (s. 181-197). Ankara: Detay Yayıncılık.

OĞLAK YAYINLARI

Josiam, B. N., Mattson, M. ve Sullivan, P., (2004). "The Historaunt: Heritage Tourism at Mickey's Dining Car", *Tourism Management*, 25 (4), 453-461.

Ishak, F. A. C., Zainun, N. A. A., Karim, M. S., Ungku Zainal Abidin, U. F. Ve Mohamad, S. F., (2020). "The Multifaceted of Themed Restaurant: Exploring the Unique and Vulnerable Elements in Staging Authentic Dining Experience", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10 (3), 855-868.

İnce, C., Turganbaeva, N. ve Samatova, G. (2019). "Etno-Restoranlarda Otantikliği Deneyimlemek-Kırgızistan'da Etno-Restoranlar: Supara ve Dasmi", Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16 (1), 121-135.

Jang, S. S., Liu, Y. ve Namkung, Y., (2011). "Effects Of Authentic Atmospherics İn Ethnic Restaurants: İnvestigating Chinese Restaurants", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (5), 662-680.

Karaçam, Z., (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1), 26-33.

Karasar, N., (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kılınç, O., (2014). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler-Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikayeleri*. (Ed.) O. N. Özdoğan. İçinde Temalı Restoranlar ve Barlar (s. 89-110). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kırbaç, K., (2020). https://www.turizmgunlugu.com/2020/10/31/en-iyi-tematik-restoranlar/ (25.08.2021).

Kim, W. G. ve Moon, Y. J., (2009). "Customers' Cognitive, Emotional, And Actionable Response To The Servicescape: A Test Of The Moderating Effect Of The Restaurant Type", *International Journal Of Hospitality Management*, *28* (1), 144-156.

Kim, D., Magnini, V. P. ve Singal, M., (2011). "The Effects Of Customers' Perceptions Of Brand Personality İn Casual Theme Restaurants", *International Journal Of Hospitality Management*, *30* (2), 448-458.

Koçbek, A. D., (2005). "Yiyecek-İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memniniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

LMK, (2017). Leman Kültür. http://www.lmk. com.tr. (25.08.2021).

Lu, A. C. C., Gursoy, D. ve Lu, C. Y., (2015). "Authenticity Perceptions, Brand Equity And Brand Choice İntention: The Case Of Ethnic Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, *50 (2015)*, 36-45.

Maharlika, F., (2020). "The Dining Experience at the Pool-themed Restaurant", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 391 (1), 113-117.

Meng, B. ve Choi, K., (2017). "Theme Restaurants' Servicescape İn Developing Quality Of Life: The Moderating Effect Of Perceived Authenticity", *International Journal of Hospitality Management*, *65 (2017)*, 89-99.

Meng, B. ve Choi, K., (2018). "An İnvestigation On Customer Revisit İntention To Theme Restaurants: The Role Of Servicescape And Authentic Perception", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (3), 1646-1662.

OĞLAK YAYINLARI

Mihalache, I. D., (2016). "Critical Eating: Tasting Museum Stories On Restaurant Menus", *Food, Culture & Society*, *19* (2), 317-336.

Muñoz, C. L. ve Wood, N. T., (2009). "A Recipe For Success: Understanding Regional Perceptions Of Authenticity İn Themed Restaurants." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3 (3), 269-280.

Nawawi, W. N. W., Kamarudin, W. N. B. W., Ghani, A. M, ve Adnan, A. M., (2018). "Theme Restaurant: Influence Of Atmospheric Factors Towards The Customers' Revisit İntention". *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, *3* (7), 35-41.

Özdemir, S. S., (2019). "Etnik Restoranların Turist Davranışlarına Etkisi: Berlin'deki Türk Restoranlarında Bir Araştırma" Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Özer, Ç., Akbulut, M. B. ve Çevik, A., (2015). "Temalı Restoranlar, Uluslararası Örnekler Ve Türkiye'de Uygulanabilirliği", M. K. Çukurçayır, A. Başoda, Ş. Ünüvar, M. Sağır, M. Çiçekdağı ve S. Büyükipekçi (Eds.). I.Eurasia Internatianol Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators: Vol. 3. İçinde (341 -349). Konya: Aybil Yayınları.

Pine, B. J. ve Gilmore, J. H., (1998). "Welcome To The Experience Economy", Harward Business Review, July-August, 97-105.

Sevim, A., (2019). "Etnik Restoranlarda Hizmet Kalitesi Ölçümü", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Simpson, J. R., (2003). "Theme and Experience In Restaurant Design: A Theory", Yüksek lisans Tezi, Washington State University.

Skinner, H., Chatzopoulou, E. ve Gorton, M., (2020). "Perceptions Of Localness And Authenticity Regarding Restaurant Choice İn Tourism Settings" *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *37* (2), 155-168.

Song, H., Van Phan, B. ve Kim, J. H., (2019). "The Congruity Between Social Factors And Theme Of Ethnic Restaurant: Its İmpact On Customer's Perceived Authenticity And Behavioural İntentions", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *40 (2019)*, 11-20.

Sørensen, F., Fuglsang, L., Sundbo, J., & Jensen, J. F. (2020). "Tourism Practices And Experience Value Creation: The Case Of A Themed Attraction Restaurant", *Tourist Studies*, *20* (3), 271-297.

Sökmen, A., (2014). *Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Sözcü. (2016). Tayvan'ın En Sevilen Restoranı: Modern Tuvalet https://www.sozcu.com.tr/2016/dunya/tayvanin-en-sevilen-restorani-modern-tuvalet-1048235/ (25.08.2021).

Şahingöz, S. A. ve Güleç, E., (2019). "Restoran Mutfaklarında Yeşil Nesil Restoran Hareketi: "La Mancha Restoran" Örneği", *Journal of Tourism Theory and Research*, 5 (2), 292-300.

Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. Ve Nizamlıoğlu, H. F., (2017). "Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği", Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 5 (2), 77-87.

Türksoy, A., (2002). *Yiyecek-İçecek Hizmetleri Yönetimi*, (2. Basım), Ankara: Turhan Kitabevi.

Weiss, R., Feinstein, A. H. ve Dalbor, M., (2004). "Customer Satisfaction of Theme Restaurant Attributes and Their Influence on Return Intent", *Journal of Food service Business Reserach*, 7 (1), 23-41.

OĞLAK YAYINLARI

Wen, T., Qin, T. ve Liu, R. R., (2019). "The İmpact Of Nostalgic Emotion On Brand Trust And Brand Attachment: An Empirical Study From China". *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 31 (4), 1118-1137.

Wen, H., Leung, X. ve Pongtornphurt, Y., (2020). "Exploring The İmpact Of Background Music On Customers' Perceptions Of Ethnic Restaurants: The Moderating Role Of Dining Companions", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *43 (2020)*, 71-79.

Wood,, N. T. ve Munoz, C. L., (2007). "No Rules, Just Right" or Is It? The Role of Themed Restaurants as Cultural Ambassadors", *Tourism and Hospitality Research*, 242-255.

Yavuz, Ö., (2019). "Etnik Restoranlarda Fiyatlandırma ve Marka Değeri: İstanbul İlinde Buluna Etnik Restoranlar Üzerine Bir Araştırma", Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.

Yavuz, Ö. ve Mesci, M., (2020). Etnik Restoranlarda Marka Değeri Oluşturulması: İstanbul Örneği, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19 (3), 1386-1401.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H., (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yurtseven, R. ve Yıldırım, M., (2014). "Historan: Orient Express Restoran Örneği" *Eko-Gatronomy Dergisi*, 1 (1), 163-170.

OĞLAK YAYINLARI

ON ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GASTRONOMİ TURLARI, GASTRO-TURİSTLER VE TURİST REHBERLERİ: SİSTEMATİK DERLEME

Öğr. Gör. Dr. İlknur MAZAN[1]

"Yemek yapmak sanatların en güzeli ve kusursuzudur. Beş duyumuzu birden harekete geçirir, hatta bir duyumuzu daha uyandırır; elimizden geleni ortaya koyma ihtiyacımızı…"
Paulo Coelho

"Evvelâ semiz ve semîn kuzu kebâbları ve kuzu kapamaları ve beyâz ekmekleri ve simit nâm çörekleri ve tavuk börekleri ve Belgradî güllâç bak-lavaları memdûh-ı âlemdir."
Evliya Çelebi *(Evliya Çelebi Seyahatnamesi Kitap VIII)*

1. GİRİŞ

Günümüz insanını her geçen gün daha iyiyi, daha farklıyı, daha tatmin edici olanı bulmaya yönlendiren teknolojik gelişmeler ve değişen yaşam şekilleri; deniz-kum-güneş ve dinlenme amaçlı yapılan seyahatlerin farklılaşmalarını ve dolayısıyla yeni turizm türlerinin oluşmasını gerekli kılmaktadır. Bunun için hem destinasyonlar hem de turizm işletmeleri kendilerine özgü özellikleri ile farklılaşmaya çalışmakta ve böylece diğerleriyle rekabet edebilir hale gelmeyi amaçlamaktadırlar. Destinasyonlara ait gastronomik unsurların turistlere sunulması, bu farklılaşmanın ve rekabetin bir anahtarı olabilmektedir.

Destinasyonlar ve turizm işletmeleri, turist çekim merkezi haline gelebilmek için ellerindeki kaynakları etkin bir şekilde kullanmalıdırlar. Bu bağlamda, gastronomi kültürlerini ve kaynaklarını iyi analiz edip değerlendirdiklerinde, sahip oldukları gastronomik unsurlar çekim unsuruna dönüşebilmektedir (Keskin, Ardıç Yetiş ve Yorgancı, 2020: 555). Gastronomik unsurlardan olan yöresel yemeklerin çekicilik haline gelmesi, 1950'lerde uluslararası turizmin gelişmesiyle ve 1970'li yıllarda kitlesel turizmdeki artışla ilişkilidir (Freedman, 2007: 345). Kitlesel turizmle birlikte, turistlerin ziyaret ettiklerin yerin kültürünü, yaşam tarzını, yerel yiyecek ve içeceklerini merak ettikleri ve deneyimlemek istediklerini söylemek mümkündür.

1 Uşak Üniversitesi, Banaz Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı. ilknur.mazan@usak.edu.tr, Orcid Id: 0000-0002-2321-0639

GELAK YAYINLARI

Özellikle kültür turları ile turistler artık seyahat ettikleri bölgelerde farklı mutfak kültürlerini deneyimleme imkânı bulmaktadırlar. Son yıllarda ise turistler seyahatlerini özellikle farklı yerel kültürleri tanımak üzere planlamaktadırlar. Yeni yerler görmek ve bu yerlerde yaşayanların yemek kültürlerini deneyimlemek isteyen turistlere yönelik hazırlanan kültür turları, daha da özel hale gelerek gastronomi turizminin bir unsuru olan "gastronomi turları" şeklinde günümüz turistlerine sunulmaktadır.

Günümüzde yeme-içme, eğlence ve tatili bir bütün halinde sunan gastronomi turları, seyahatlerde memnuniyetin, farklılaşmanın ve markalaşmanın sağlanması için en önemli unsurlardan biri haline gelmektedir (Erşahin ve Kızılırmak, 2019: 2467). Bu noktada gastronomi turlarının, gastro turistlerin ve turist rehberlerinin incelenmesinde fayda vardır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Gastronomi Turları

Gastronomi turları; belirlenmiş bir yerin yerel mutfak kültürünü yansıtan gastronomiyle ilgili ürün, hizmet ve uygulamalarını turistlere tanıtan, bilgilendirme yapan ve deneyimleme fırsatı sunan, böylece o yerin tanıtılmasına, sürdürülebilirliğine ve ekonomiye katkıda bulunan, seyahat acenteleri tarafından düzenlenen turlar olarak tanımlanmaktadır (Başoda, Aylan, Kılıçhan ve Acar, 2018: 1820).

Günümüz turistlerinin yoğun ilgi gösterdiği kültür turları yılın on iki ayına yayılmakta ve farklı tur programları oluşturularak turistlere sunulmaktadır. Dünya genelinde uzun yıllardır yapılan gastronomi turları Türkiye'de son yıllarda ilgi gören bir tur şekli olarak turistlere sunulmaktadır (Kargiglioğlu, Çetin ve Bayram, 2019: 626). Türkiye'de Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri başta olmak üzere, gastronomi turlarına yönelik ilgi giderek artmaktadır. Albayrak (2013) çalışmasında turistlerin Türkiye'yi tercih etme sebepleri araştırmış ve mutfak unsurunun; tarihi özellikler, uygun fiyat ve merak unsurlarından sonra dördüncü sırada yer aldığı sonucuna varmıştır (Acar ve Karaosmanoğlu, 2019: 178).

2.2 Gastro Turistler

Gastronomi turlarına katılan turistler literatürde "gastro-turist" terimiyle ifade edilmektedirler. Gastro turist kavramı; seyahatlerinin bir kısmını veya tamamını yerel yiyecekleri ve mutfak kültürlerini tatmak amacıyla planlayan turist olarak tanımlanmaktadır (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014). Long (2014)'a göre ise gastro turistler, seyahat amaçları farklı kültürlerin yiyecek ve içeceklerini denemek olan ve bunlarla ilgili bilgi edinen turistlerdir.

OĞLAK YAYINLARI

Hjalager (2004) gastro turistleri; varoluşsal, deneyimsel, rekreasyonel ve oyalanıcı turistler olmak üzere dört kategoriye ayırmaktadır. Cohen ve Avieli (2004) gastro turistleri rekreasyonel (eğlenme ve dinlenme arayan) turistler ve deneyimsel (varoluşçu ve deneysel) turistler olarak sınıflandırmaktadır. Bu bağlamda rekreasyonel turistleri dinlenmeye odaklı olup otantikliğe önem vermeyen ve farklı tatlar denemeye istekli olmayan turistler, genellikle bilinen yiyecekleri ve restoranları tercih eden turistler olarak açıklamaktadırlar. Deneyimsel turistleri ise gastronomide yenilik arayan ve zamanını yemek deneyimlerine ayıran turistler, seyahat ettikleri yerlerin yerel yiyeceklerini deneyimleyen ve otantikliği arayan turistler olarak ifade etmektedirler.

2.3 Gastronomi Turları ve Turist Rehberleri

Gastronomi turlarını yöneten ve gastro turistlere yol gösteren turist rehberlerinin tur güzergâhı boyunca yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Gastronomi rehberliği, turistleri bir yerin mutfak kültürüyle tanıştırmak ve bu kültürün kendine has değerleri hakkında bilgilendirme yapıp deneyimlemelerini sağlamak amacıyla gastronomi alanında uzman olan turist rehberleri tarafından verilen rehberlik hizmetidir (Başoda vd., 2018: 1821).

Akay ve Özöğütçü (2019: 1461) çalışmalarında turist rehberlerinin çoğunun gastronomi hakkında eğitim almadıkları ve ilgili basılı, görsel ve çevrimiçi yayınlardan bilgi edindikleri sonucuna varmışlardır. Hem dünyada hem de Türkiye'de son zamanlarda oldukça talep görmeye başlayan gastronomi turları devam ettikçe turist rehberlerinin bu alanda daha fazla uzmanlaşacakları öngörülmektedir.

3. YÖNTEM

Gastronomi turları turist rehberleri tarafından uygulanıp yönetildiğinden, turist rehberlerinin bu turlara yönelik ilgileri, algılamaları ve bu turlar hakkındaki bilgi düzeyleri gibi konular yapılan araştırmalarda yer almaktadır. Sistematik derleme yöntemi ile bu çalışma, gastro-turistler ve gastronomi turları ile turist rehberleri arasındaki ilişki hakkında yayınlanmış makalelerin sistematik bir şekilde incelenerek alanyazına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu konuda yapılmış herhangi bir derlemeye rastlanamadığından, bu çalışma önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, araştırmanın cevap bulmayı amaçladığı sorular ve kapsamı aşağıda yer almaktadır.

Gastronomi turları ile, gastro-turistler ve bu turları yöneten turist rehberleri ile ilgili çalışmaların sistematik derlemesinin yapılmasını amaçlayan bu çalışma, aşağıda yer alan şu sorulara cevap bulmaya yöneliktir:

OĞLAK YAYINLARI

1. Gastro-turistler, gastronomi turları ve turist rehberleri ile ilgili yayımlanmış makalelerin yıllara göre nasıl dağıldığı ve yayın dili bulunabilir mi?
2. Gastro-turistler, gastronomi turları ve turist rehberleri ile ilgili yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemleri incelenebilir mi?
3. Gastro-turistler, gastronomi turları ve turist rehberleri ile ilgili yayımlanmış makalelerde evren ve örneklemin nelerden oluştuğu ve hangi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığına dair bir inceleme yapılabilir mi?
4. Gastro-turistler, gastronomi turları ve turist rehberleri ile ilgili yayımlanmış makalelerin adlarına, yıllarına ve atıf sayılarına ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
5. Gastro-turistler, gastronomi turları ve turist rehberleri ile ilgili yayımlanmış makalelerde hangi konuların üzerinde durulduğu ortaya koyulabilir mi?

Araştırma sorularının cevaplarının belirlenmesi sürecinde, belirlenen kurallar çerçevesinde sistematik bir tarama yapılmıştır. Bu çalışmanın kısıtları, konuyla ilgili terimlerin alan yazında farklı şekillerde ifade edilmeleri ve konuyla ilgili az sayıda makaleye ulaşılmasıdır.

Bu çalışmanın evrenini konuya en uygun makalelerin bulunduğu TR Dizin, Dergipark ve Scopus veri tabanlarında yer alan makaleler oluşturmaktadır. Araştırmanın bulguları doküman analizine tabi tutulup, sistematik bir şekilde analiz edilmiş ve böylece sorulara yanıt bulunması amaçlanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak doküman analizi yöntemi kullanılmıştır.

Gastronomi turları, turist rehberleri ve gastro turist konularıyla ilgili yapılan çalışmalara ulaşabilmek amacıyla 8 anahtar kelime (gastro - turist, gastro tourist, gastronomi tur, gastronomy tour, yiyecek-içecek turları, food tour, food tourist, gastronomy and tour guides) kullanılmıştır. Bu alanda yapılan çalışmalara ulaşılabilmesi için konunun henüz tam olarak kavramlaşmamış olması nedeniyle anahtar kelimeler genişletilmiştir. Örneğin, "yiyecek-içecek turları" ve İngilizce "food tour" şeklinde arama yapılarak, "gastronomi" kelimesinin geçmediği fakat konuyla tamamen alakalı olan çalışmalar da bu araştırmaya dâhil edilmiştir.

Gastronomi turlarının son yıllarda ilgi gören bir tur çeşidi olması sebebiyle alan yazında yapılan çalışmaların sınırlı olduğu anlaşılmıştır. Bu noktada TR Dizin'de 6, Dergipark'ta 6, Scopus'ta 18 adet yayına ulaşılmış ve toplamda 30 yayın araştırmaya dâhil edilmiştir. Çalışmaya dâhil edilen yayınlar şu kıstaslara göre belirlenen yayınlardır:

- Türkçe ve İngilizce dilinde yazılanlar
- Açık erişime sahip olanlar
- Makaleler

OĞLAK YAYINLARI

4. BULGULAR

4.1 Yayın Yılına Ait Bulgular

Gastronomi turları, gastro turistler ve turist rehberleri ile ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi amacıyla araştırmaya dâhil edilen makalelerin yayın yılları ilgili veriler, Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo1: Yayın yılı bulguları

Yayın Yılı	#	%
2020 ve sonrası	10	33,3
2019	8	26,7
2018	5	16,7
2017	1	3,3
2016	1	3,3
2015	1	3,3
2014	1	3,3
2013	1	3,3
2012	-	-
2011	1	3,3
2010	1	3,3
TOPLAM	**30**	**100**

Tabloya bakıldığında gastronomi turları, turist rehberleri ve gastro turistler ile ilgili yapılan yayınların, en fazla 2020 yılı ve sonrasında (10 adet) ve 2019 yılında (8 adet) olduğu görülmektedir. Yayınlar incelendiğinde, 2020 yılında yapılan 10 çalışmaya ve 2021 yılında yapılan 2 çalışmaya rastlanmış ve 2021 yılı Eylül ayına kadar olan çalışmalar 2020 ve sonrası olarak değerlendirilmiştir. Dergipark, TR Dizin ve Scopus'ta 2010 yılı öncesinde bu konularda yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Tabloya göre yayınların %33,3'ü 2020 ve sonrasında, %27,7'si 2019 yılında, %16,7'si 2018 yılında yapılmıştır. 2010, 2011, 2013, 2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarında ise her yıl 1 adet çalışma yapılmıştır ve bu çalışmaların her biri toplamın %3,3'ünü oluşturmaktadır. Tabloya göre, bu konuda yapılan yayınların 2015 yılı itibariyle artışa geçtiğini söylemek mümkündür.

4.2 Yayın Diline Ait Bulgular

Çalışmaya yayın dili Türkçe ve İngilizce olan makaleler dâhil edilmiştir, diğer diller çalışma haricinde tutulmuştur. Çalışma kapsamında incelenen makalelerin yayın dillerine yönelik bulgular Tablo 4.2'de yer almaktadır.

OSMAK YAYINLARI

Tablo2: Yayın dili bulguları

Yayın Dili	#	%
Türkçe	11	36,7
İngilizce	19	63,3
TOPLAM	**30**	**100**

Tablo 4.2'ye göre bu çalışmada incelenen gastronomi turları, turist rehberleri ve gastro turistler hakkındaki yayınların 11 adedi Türkçe, 19 adedi İngilizce dillerinde yazılmıştır. Türkçe yayınlar toplam yayınların % 36,7'sini ve İngilizce yayınlar toplam yayınların % 63,3'ünü oluşturmaktadır.

4.3 Yayınlarda kullanılan yöntemlere ait bulgular

Çalışmada incelenen yayınlarda kullanılan araştırma yöntemlerinin nicel, nitel ve karma olarak sınıflandırılması Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo3: Yayınların araştırma yöntemleri bulguları

Araştırma Yöntemleri	#	%
Ampirik Çalışmalar		
Nicel	16	53,3
Nitel	10	33,3
Karma	3	10,0
Ampirik Olmayan Çalışmalar		
Alanyazın Tarama	1	3,3
TOPLAM	**30**	**100**

Tablo 3'e göre, incelenen yayınların 29'u ampirik, 1'i ise ampirik olmayan çalışmalardandır. Ampirik çalışmaların yüzde 53,3'ünde nicel, yüzde 33,3'ünde nitel, yüzde 10'unda karma araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu bulgulardan, en fazla tercih edilen araştırma yöntemi türünün nicel araştırma yöntemleri olduğu, nitel araştırma yöntemlerinin nicel araştırma yöntemlerini takip ettiği ve en az karma araştırma yöntemlerinin kullanıldığı anlaşılmaktadır. Ampirik olmayan çalışmanın araştırma yönteminin ise alanyazın taraması olduğu belirlenmiştir.

Sistematik analiz kapsamında incelenen yayınlarda tercih edilen araştırma türleri Tablo 4'te yer almaktadır.

OGLAK YAYINLARI

Tablo4: Yayınlarda tercih edilen araştırma türü bulguları

Araştırma Türü	#	%
Betimsel Araştırma	26	86,7
Deneysel Araştırma	4	13,3
TOPLAM	**30**	**100**

Tablo 4 incelendiğinde, yayınlarda tercih edilen araştırma türünün büyük çoğunluğunun (%86,7) betimsel araştırma olduğu görülmektedir. Diğer yayınlarda (%13,3) ise deneysel araştırma türünün tercih edildiği görülmektedir.

4.4 Yayınlarda Kullanılan Örneklem Türüne Ait Bulgular

Çalışma kapsamında yer alan yayınların evren ve örneklemleri incelenmiştir. Yayınların örneklem türlerine göre sınıflandırılmaları, Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo5: Yayınların örneklem türleri bulguları

Örneklem	#	%
Kolay Örnekleme	7	23,3
Amaçlı Örnekleme	18	60,0
Basit Tesadüfi Örnekleme	1	3,3
Tespit Edilemeyen	2	6,7
Bütün Evren	2	6,7
TOPLAM	**30**	**100**

Yayınlarda kullanılan örneklem türlerini gösteren Tablo 5 incelendiğinde, yayınlarda büyük bir farkla amaçlı örnekleme (%60,0) yapıldığı ve amaçlı örnekleme türünü kolay örneklemenin (%23,3) takip ettiği görülmektedir. Yayınların ikisinde (%6,7) bütün evrenin kullanıldığı, ikisinde (%6,7) ise örnekleme ait herhangi bir bilgiye ulaşılamadığı belirlenmiştir. Tabloya göre bir yayında (%3,3) ise basit tesadüfi örnekleme yapıldığı görülmektedir.

4.5 Makalelerin Değerlendirilmesi

Alanyazına katkı sağlayan makalelerin makale adları, yayın yılları ve atıf sayıları yönünden sınıflandırılmaları Tablo 6'da yer almaktadır.

OCAK YAYINLARI

Tablo6: Yayınların Yıllarına, Yazar Adlarına, Makale Adlarına ve Atıf Sayılarına Göre Değerlendirilmeleri

Yayın Yılı	Yazarlar	Makale Adı	Atıf Sayısı
2021	Soltani, M.; Soltani Nejad, N.; Taheri Azad, F.; Taheri, B.; Gannon, M. J.	Food Consumption Experiences: A Framework for Understanding Food Tourists' Behavioral Intentions	2
2021	Nesterchuk, I.; Osipchuk, A.; Bondarenko, E.; Trusij, O.; Ivanenko, V.; Chyzhevska, L.	Reloading of Gastronomy Tours in The Conditions of Using The Right-Bank Polissia Gastronomy Potential	0
2020	Jeaheng, Y.; Han, H.	Thai Street Food in The Fast Growing Global Food Tourism Industry: Preference and Behaviors of Food Tourists	5
2020	Hwang, J.; Kim, J.Y.	Food Tourists' Connectivity Through the 5a Journey and Advocacy: Comparison Between Generations Y And X	3
2020	Park, E.;Kim, S.; Xu, M.	Hunger for Learning or Tasting? An Exploratory Study of Food Tourist Motivations Visiting Food Museum Restaurants	3
2020	Derinalp Çanakçı, S.	The Typology of Gastro Tourists: A Study on Foreign Tourists Visiting Turkey	2
2020	Kaushal, V.; Yadav, R.	Understanding Customer Experience of Culinary Tourism Through Food Tours of Delhi	2
2020	Güllü, K.; Atasoy, B.	Gastro Turistlerin Seyahat Özellikleri Üzerine Bir Araştırma	1
2020	Keskin, E.; Ardıç Yetiş, Ş.; Yorgancı, B.	Turist Rehberlerinin Gastronomiye Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Kapadokya Örneği	1
2020	Wan, Y. K. P.; Suh-hee, C.	Food Tourists and Food Image in a Creative City of Gastronomy in Macao, China	0
2019	Williams, H.A.; Yuan, J. (Jessica); Williams, R. L.	Attributes of Memorable Gastro-Tourists' Experiences	35
2019	Levitt, J.A.; Zhang, P.; DiPietro, R.B.; Meng, F.	Food Tourist Segmentation: Attitude, Behavioral Intentions and Travel Planning Behavior Based on Food Involvement and Motivation	31
2019	Levitt, J.A.; Meng, F.;Zhang, P.; DiPietro, R.B.	Examining Factors Influencing Food Tourist Intentions to Consume Local Cuisine	6
2019	Kargiglioğlu, Ş.; Erkol Bayram, G.; Çetin, Y.	Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı İle Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği	5
2019	Akay, B.; Özöğütçü, B.	Turist Rehberlerinin Gastronomi Bilgisi Ve Algısının Tavsiye Niyetine Etkisi	5
2019	Köseler, S., Koçhan, B., Atsız, N.; Sünnetçioğlu, S.	Çanakkale'de Alternatif Gastronomi Rotaları Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma	3
2019	Acar, V.; Karaosmanoğlu, K.	Çerkes Mutfak Kültürünü Deneyimlemeye Yönelik Bir Tur Önerisi: Düzce İli Örneği	3
2019	Kızılırmak, İ.; Erşahin, E.	Gastronomi Turlarına Katılan Turistlerin Memnuniyet Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma (Determinants of Satisfaction Factors of Tourists Participating in Gastronomy Tours)	1
2018	Şimşek, A.; Selçuk, G.N.	Gastro- Turistlerin Tipolojisinin Belirlenmesi: Gaziantep Ölçeğinde Bir Uygulama	14
2018	Ko, S.; Kang, S.; Kang, H.; Lee, M.J.	An Exploration of Foreign Tourists' Perceptions of Korean Food Tour: A Factor-Cluster Segmentation Approach	11

OĞLAK YAYINLARI

2018	Başoda, A.; Aylan, S., Kılıçhan, R.; Acar, Y.	Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve	7
2018	Swan, E.; Flowers, R.	Lasting Impressions: Ethnic Food Tour Guides and Body Work in Southwestern Sydney	5
2018	Özöğütçü, B.; Akay, B.	Turist Rehberlerinin Turlarda Gastronomiyi Kullanmaları Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Usage of Gastronomy by Tourist Guides in Tours)	5
2017	Goolaup, S.; Mossberg, L.	Exploring the Concept of Extraordinary Related to Food Tourists' Nature-Based Experience	35
2016	Ofluoğlu, M.; Şişik, L.; Kızılırmak, İ.	Türkiye de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi (Web-Based Analysis and Evaluation of Gastronomy Routes Applied in Turkey)	32
2015	Jung, T.; Ineson, E. M; Kim, M.; Yap, M. H.T.	Influence of Festival Attribute Qualities on Slow Food Tourists' Experience, Satisfaction Level and Revisit Intention: The Case of the Mold Food and Drink Festival	45
2014	Robinson, R. N.S.; Getz, D.	Profiling Potential Food Tourists: An Australian Study	77
2013	Falconer, E.	Transformations of The Backpacking Food Tourist: Emotions and Conflicts	20
2011	Kim, Y. H.; Kim, M.; Goh, B.K.; Antun, J. M.	The Role of Money: The Impact On Food Tourists' Satisfaction And Intention to Revisit Food Events	33
2010	Kim, Y. H.; Goh, B. K.; Yuan, J. J.	Development of a Multi-Dimensional Scale For Measuring Food Tourist Motivations	70

Tablo 6'ya göre en çok atıf alan yayının, 77 atıf sayısıyla Robinson ve Getz'in 2014 yılında "food tourist (gastro-turist)" ile ilgili çalışmalarının olduğu görülmektedir. Bu çalışmayı 70 atıf sayısıyla Kim, Goh ve Yuan'ın 2010 yılında yaptıkları çalışma takip etmektedir. Bu çalışma da "food tourist (gastro turist)" kavramı ile ilgilidir. Yine tabloya göre en fazla atıf alan ilk beş yayının, gastro turistlerle ilgili yapılmış olduğu görülmektedir. Williams ve Williams'ın 2019'da yapmış oldukları gastro turistlerle ilgili yayınlarının üzerinden çok fazla zaman geçmemesine rağmen en fazla atıf (35) alan dördüncü yayın olması, bu konunun yeni ve dikkat çeken bir konu olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3.6'da çalışmaya dâhil edilen yayınların konularına bakıldığında; gastronomi turlarında yer alan gastro turistlerin konuya yönelik davranışları, niyetleri ve tercihleri ile ilgili 7 adet yayın; deneyimleri ile ilgili 4 adet yayın; memnuniyetleri ile ilgili 4 adet yayın; tipolojileri ile ilgili 3 adet yayın; motivasyonları ile ilgili 2 adet yayın; duyguları ile ilgili 1 adet yayın; seyahat özellikleri ile ilgili 1 adet yayın; yiyecek imajı ile ilgili 1 adet yayın; sosyal bağ ile ilgili 1 adet yayın olduğu görülmektedir. Tabloda yer alan bulgulara göre turist rehberlerinin turlarda gastronomiyi kullanmaları, gastronomiye yönelik bilgileri, algıları ve uzmanlıkları ile ilgili 4 adet yayın bulunmaktadır. Diğer yayınlarda (5 adet) ise gastronomi turlarının özelliklerinin, rotalarının incelendiği ve tur önerilerinin sunulduğu görülmektedir. Bu bulgulara göre incelenen yayınların büyük çoğunluğunun gastro turistlere yönelik olduğu söylenebilir.

OĞLAK YAYINLARI

Bu çalışmada incelenen yayınların konularının yıllara göre dağılımı Tablo 7' de yer almaktadır.

Tablo7: Konuların yıllara göre dağılımı

Konular	**2010**	**2011**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**TOPLAM**	%
Gastro Turist ve Algı /Davranış / Niyet								1	2	1	1	**5**	16,7
Gastronomi Turları ve Rota Önerileri						1			3	1	1	**6**	20,0
Gastro Turist Bağlılığı										1		**1**	3,3
Gastro Turist Motivasyonları	1									1		**2**	6,7
Gastro Turist Tipolojisi, Özellikleri			1	1				1		2		**5**	16,7
Konular	**2010**	**2011**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**TOPLAM**	%
Turist Rehberleri ve Gastronomi								3	1	1		**5**	16,7
Gastro Turistler ve İmaj										1		**1**	3,3
Gastro Turist Deneyimleri							1		1			**2**	6,7
Gastro Turist Memnuniyeti		1			1				1			**3**	10,0

Tablo 7 incelendiğinde, yayınların konularının en fazla (%20) gastronomi turları ve rota önerileri ile ilgili olduğu görülmektedir. Bu konuyla ilgili ilk yayın 2016 yılına aittir ve en fazla yayın 2019 yılında yapılmıştır. Bu konulardan sonra en fazla yayın (%16,7) gastro turistlerin algı, davranış ve niyetleri; gastro turist tipolojisi ve özellikleri, turist rehberleri ve gastronomi konuları yer almaktadır ve bu konulardaki yayınların çoğu 2018 yılına aittir. Bu konuları gastro turist memnuniyeti (%10) takip etmektedir. Gastro turist memnuniyeti ile ilgili ilk çalışma 2011 yılına aittir. Memnuniyet konusundan sonra tabloda en fazla (%6,7) gastro turist deneyimleri ve motivasyonları konuları hakkında çalışmalar görülmektedir. Motivasyon konusu hakkındaki yayın 2010 yılında yapılmış olup, yayınlara arasında ilk yapılan çalışma olma özelliğine sahiptir. En son gastro turist bağlılığı ve imaj konularında (%3,3) yayına rastlanmaktadır ve bu yayınlar 2020 yılına aittir. Tabloya bakıldığında son üç yılda konuların her biriyle ilgili çalışmaya

OĞLAK YAYINLARI

rastlanmaktadır. Bu durum, konuların her birinin son zamanlarda güncel olarak incelendiği şeklinde yorumlanabilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın amacı Dergipark, TR Dizin ve Scopus'ta yer alan gastronomi turu, bu turları yöneten turist rehberleri ve gastro turistler ile ilgili yayımlanmış olan makalelerin sistematik olarak incelemek ve bu konularda daha sonra yapılacak olan çalışmalara yol göstermektir.

Çalışmada cevap aranan ilk soru, yayınların hangi yıllara ait olduğu ve hangi dillerde yazıldığıdır. Bu soruya cevap bulmak amacıyla yayınlar yıllara göre sıralanmış ve incelenen çalışmaların en erken 2010 yılına ait olduğu belirlenmiştir. 2010 yılından günümüze giderek artan makale sayılarına bakıldığında, henüz yeni bir kavram olan gastronomi turları ve gastro turistler hakkındaki çalışmaların daha da popüler olacağı öngörülmektedir.

İncelenen yayınlarla ilgili olarak bir diğer araştırma sorusu, hangi araştırma yöntemlerinin kullanıldığı hakkındadır. Konuyla ilgili yayınlanmış makalelerin tamamına yakınının ampirik çalışmalardan oluştuğu sonucuna varılmaktadır. Ampirik çalışmalarda kullanılan yöntemler de ayrıca incelenmiştir. Bulgulara göre, ampirik çalışmalarda oran olarak en fazla nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Sıralamada nicel araştırma yöntemlerine oran olarak yakın olan nitel araştırma yöntemlerinin, son yıllarda Sosyal Bilimler alanlarında tercih edilen bir araştırma yöntemi olduğunu söylemek mümkündür. Yayınlar arasında oran olarak daha az sayıdaki çalışmada karma araştırma yöntemlerinin kullanıldığı sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca konuyla ilgili yapılan çalışmaların daha çok betimsel çalışma olduğu, bu alanda deneysel çalışmaların az sayıda olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu durum; gastronomi turları, gastro turistler ve turist rehberleriyle ilgili deneysel çalışmalara daha fazla yer verilebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmada cevap aranan bir diğer soru, yayınlarda hangi örneklem türünün seçildiği sorusudur. En fazla kullanılan örneklem türünün amaçlı örnekleme olması, çalışmaların özellikle gastronomi turları ve bu turlara katılan turistler ve bu turları yöneten turist rehberleri ile sınırlı olmasından kaynaklandığı şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca gastronomi turlarının henüz çok sayıda olmaması nedeniyle tüm evrenin dâhil edildiği çalışmalar da mevcuttur.

İncelenen yayınların adları, yayın yılları ve atıf sayıları değerlendirildiğinde, en fazla atıf alan yayınların gastro turistlerle ilgili olduğu sonucuna varılmaktadır. Ayrıca bu konu ile ilgili yayınların sayısı da diğer konulara göre oldukça fazladır. Diğer yayınların gastronomi turları ve turist rehberleri ilgili olduğu ortaya çıkmaktadır. Yayınların konuları incelendiğinde ise yayınların sırasıyla daha çok gastro turistlerin tercih, davranış

OĞLAK YAYINLARI

ve niyetleri, memnuniyetler, deneyimleri ve tipolojileri gibi konularla ilgili olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu çalışma gastro turistlerle ilgili olarak incelenebilecek konular açısından ileride yapılacak olan çalışmalara yol gösterebilmektedir. Ayrıca gastronomi turları ve bu turları yöneten turist rehberleri ile ilgili az sayıda çalışmaya rastlanması bu konularda daha çok çalışmanın yapılabileceği konusunda araştırmacılara fikir verebilir.

Sonuç olarak, son yıllarda hem ülkemizde hem de dünyada giderek yaygınlaşan yeme-içme kültürünü deneyimleme isteği ile ortaya çıkan gastronomi turlarının geliştirilmeleri, gastro turistlerin profesyonelce yönlendirilmeleri ve memnuniyetlerinin artırılması için çalışılması, bu turları yöneten ve ileride yönetecek olan turist rehberlerinin bu konuda uzmanlaşmaları, seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından hazırlanan bu turların gelişi güzel değil turist rehberlerinden fikir alınarak ve buna göre rota ve programlarının belirlenerek hazırlanmalarının sağlanması gibi öneriler sunulabilir.

KAYNAKLAR

Akay, B. ve Özöğütçü, B. (2019). "Turist Rehberlerinin Gastronomi Bilgisi ve Algısının Tavsiye Niyetine Etkisi", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (Ek Sayı 1): 1451-1463

Başoda, A., Aylan, S., Kılıçhan, R. ve Acar, Y. (2018). "Gastronomi Uzmanlığı, Turları ve Rehberliği: Kavramsal Bir Çerçeve." *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1809-1826. doi: 10.17218/hititsosbil.436190

Cohen, E., Avieli, N. (2004). Food in Tourism: Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.

Erşahin, E., Kızılırmak, İ. (2019). "Gastronomi Turlarına Katılan Turistlerin Memnuniyet Faktörlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2466-2480.

Freedman, Paul (2007) *Yemek: Damak Tadının Tarihi*, Çev: Nurettin Elhuseyni, İstanbul, Oğlak Yayınları.

Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). "Gastronomic Tourism, a New Trend for Contemporary Tourism." *Cactus Tourism Journal*, 9 (1), 12-21.

Hjalager, A. (2004). What do tourists eat and why? Towards a sociology of gastronomy and tourism. *Tourism*, 52 (2), 195-201.

Kargıglıoğlu, Ş., Erkol Bayram, G., Çetin, Y. (2019). "Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı ile Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research", IV. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu Özel Sayısı, 624-639. DOI: 10.32958/gastoria.585792

Keskin, E., Ardıç Yetiş, Ş., Yorgancı, B. (2020). "Turist Rehberlerinin Gastronomiye Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Kapadokya Örneği." *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17 (3), 553-566 . DOI: 10.24010/soid.763243

Long, L. (Ed.) (2004). *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky.

OĞLAK YAYINLARI

ON DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
MICHELIN YILDIZLI RESTORANLARIN TANIMLANMASI ÜZERİNE ÇALIŞMALAR: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Dr. Öğr. Üyesi Osman ÇAVUŞ[1]

1. GİRİŞ

Hızlı gelişen yiyecek içecek sektöründe restoran işletmelerini ve şeflerini değerlendiren ve ödüllendiren birtakım kuruluşların olduğu bilinmektedir. Dünya genelinde restoranları denetleyen birçok kuruluşun olduğu ve kuruluşların faaliyet alanlarının değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Bazı restoran değerlendirme kuruluşları uluslararası düzeyde değerlendirme yaparken bazılarının belli bir kıtada faaliyet gösterdiği bazılarının ise sadece kendi ülkelerinde faaliyet gösteren restoranları değerlendirdikleri görülmektedir. Uluslararası restoranları değerlendiren kuruluşların başında; Michelin Guide, TheWorld's50 Best, La Liste, Zagat, Forbes Travel Guide ve The World Restaurant Awards kuruluşları gelmektedir. Gault Millau değerlendirme kuruluşu Avrupa'da, The Miele Guide Asya'da, American Automobile Assocation Amerika'da, faaliyet gösteren restoranları değerlendirmektedirler. Ulusal bazda faaliyet gösterenlerin başında İtalya'da restoranları değerlendiren Gambero Rosso Restoran ve Şarap Rehberi, İngiltere'de The Good Food Guide ve son dönemlerde Türkiye'de İncili Gastronomi gibi kuruluşlar gelmektedir. Restoran değerlendirme kuruluşlarının restoranları ödüllendirme ve değerlendirme kriterleri farklılık göstermektedir.

Küreselleşmeye bağlı olarak hızlı gelişen iletişim ve ulaşım araçları sayesinde gastronomi turistleri gastronomik deneyimler yaşamak için birtakım seyahatler gerçekleştirmektedirler (Getz, 2000; Gačnik, 2012). Özellikle gastronomik deneyim amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerde destinasyon seçiminde, restoran değerlendirme kuruluşların önemli rol oynadığı söylenebilir. Son dönemlerde özellikle Foodie olarak bilinen yemek için seyahatler düzenleyen kişilerin, restoran değerlendirme kuruluşlarının listelerinde yer alan restoranları ziyaret etmek istedikleri bilinmektedir (Otero, 2018; Tsaur vd., 2020; Daries vd., 2021). Bu bağlamda şefler ve restoran işletmecilerinin bu değerlendirme kuruluşları tarafından ödüllendirilmek için çabaladıkları (Daries vd.,2021), dahası bazı ülkelerin gastronomi politikalarını bu yönde geliştirdikleri düşünülmektedir (Aguirre ve Andrade, 2013). Uluslararası düzeyde restoranları gizlik politikası

1 Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü osmacavus@ibu.edu.tr

GÖLAK YAYINLARI

çerçevesinde değerlendiren Michelin Guide değerlendirme kuruluşu gastronomi dünyasında en önemli ve en prestijli restoran değerlendirme kuruluşu olarak bilinmektedir (Daries vd.,2021). Michelin rehberinin yıldız ile ödüllendirdiği restoranların ve şeflerinin ekonomik, prestij, uluslararası tanınırlık ve tüketicilerin tercihi gibi birçok avantaj elde ettikleri görülmektedir (Otero, 2018; Tsaur vd., 2020; Daries vd., 2021). Michelin rehberinin yayımlandığı ülkeler önemli gastronomi destinasyonlarına dönüşmüşlerdir. Sözgelimi İspanya, Fransa, Japonya ve Peru verilebilecek en güzel örneklerdir.

Bu bölümde Michelin restoranların tanımlanmasına yönelik literatürde yer alan çalışmaların sistematik bir analizi yapılmaya çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1 Michelin Rehberi

Michelin Rehberi (Michelin Guide), uluslararası niteliğe sahip en önemli ve saygın restoran değerlendirme kuruluşlarından biridir. Bu kuruluş Michelin Yıldızlı Restoranlar'ı (Michelin Stars Restaurants) 1900'lerin başından günümüze yiyecek içecek işletmelerini gizlilik ilkesi ile denetleyip değerlendirmektedir. 1900 yılının ağustos ayında Fransa'nın Clermont-Ferrand adlı kasabasında Michelin lastik kurucuları Fransız sanayici Andre Michelin ve kardeşi Edouard Michelin tarafından derlenen ilk Michelin Rehberi, sürücülere seyahatlerini kolaylaştırmak için küçük bir kılavuz niteliği taşımaktaydı. Özellikle insanları seyahate özendirecek kendi bölgeleri dışında gezilecek, görülecek, yiyecek ve konaklama ihtiyacını giderecek mekânların bilgisi, yakıt alabilecekleri istasyonların yerleri dahası araba lastiklerinin değişimi konusuna varana kadar seyahati kolaylaştıracak birçok bilgi barındırıyordu (Michelin Guide, 2021). Michelin kardeşler ilk 'Guide Michelin' Michelin Rehberini, mavi renkte, 1900'de Fransa'nın 1200 kasabasında ücretsiz olarak 35000 kopya yayımladılar. (Blake, ve Crewe, 1978:17; Horn, 1991:102; Isalska, 2018). O zamanlar Fransa'da yollarda 3000'den az araba vardı ve kılavuz, arabalara talep yaratması ve bu sayede kendi lastik işletmelerine kâr getirme umuduyla ücretsiz olarak dağıtıldı (Provonce ve Beyond,2021). Rehberin uluslararası düzeye gelmesi Belçika rehberinin 1904 yılında yayımlanması ile gerçekleşti. 1914 yılında I.Dünya Savaşının patlak vermesi kılavuzun üretimini geçici olarak durdursa da 1920'de Michelin Rehberi tekrar yayınlanmaya başlandı. Rehberin ilk 10 yılda popülaritesi hızlıca artmaya başladı ve Avrupa'nın yanı sıra Kuzey Afrika'da da kullanıma sunuldu (Escoffier School of Arts,2021). 1920 yılında Michelin Rehberi ticarileşti. Andre Michelin, kılavuzların bir lastik tüccarının dükkânında bir tezgâhı (masanın ayağı) desteklemek için kullanıldığını görünce, insan ancak ödediğine saygı duyar düşüncesiyle Rehber'e 7 frank fiyatı biçildi ve rehberdeki reklamlar rehberden çıkarıldı

OĞLAK YAYINLARI

(Fren, 2016). Yine 1920 yılında yemek bölümü o kadar popüler hale geldi ki Michelin anonim bir müfettiş ekibi kurdu ve restoranları belirli sınıflandırmaya göre listelemeye başladı. (Chef Academy London,2021).

1926 yılında yıldız sistemi, Michelin yıldızı kavramıyla başladı. Böylece ilk defa restoranları değerlendirmek için bir yıldız verilmeye başlandı. 1931 yılında sisteme ikinci ve üçüncü yıldızların eklenmesiyle genişletildi. İlk yıldızlar 1926 yılında Fransız eyaletlerinde 46 restorana verildi. 1931 yılından önce, yani üç yıldızlı derecelendirme sisteminden önce bir Michelin yıldızı tavsiyeden daha çok 'lüks bir mutfak' olarak algılanmaktaydı. 1936 yılında ise artık mavi kapak olan rehber günümüzdeki rengi olan kırmızı kapağa dönüştürüldü ve yine 1931 yılında yıldızların tanımlaması yapılmaya başlandı. Bu tanımlamalara göre bir yıldız**:** "kendi kategorisinde çok iyi bir restoran"; iki yıldız: "mükemmel yemek pişirme", "yolu uzatmaya değer"; üç yıldız: "olağanüstü mutfak", "özel bir gezi planına değer olarak" sınıflandırıldı (Blake, ve Crewe, 1978:17; Horn, 1991:102; Escoffier School of Arts,2021).

Michelin Rehberi'nin, restoranları değerlendirirken bir ile üç yıldız arasında bir değerlendirme yapıldığı görülmektedir. Diğer taraftan son dönemlerde bazı restoranların yıldız alacak seviyede olmadıkları ancak yıldız almaya aday veya göz ardı edilemeyecek kadar iyi restoranları belirlemek ve ödüllendirmek için yıldızlama dışında birtakım semboller ile ödüllendirdikleri görülmektedir. Rehberde bu sembol ve işaretler Covers başlığı altında verilmektedir. Covers: restornın dekoru, masa düzeni atmosfer, servis kalitesi, şarap listesinin çeşitliliği gibi faktörler için kullanılan sembolleri kapsamaktadır.

Michelin Rehberi ayrıca bir restoranın bir yıldız veya fazladan ek bir yıldıza daha hak kazanma potansiyeline sahip olduğunun bir göstergesi olarak yükselen yıldız ödülünü de vermektedir. Michelin Rehberinde restoranların kazandığı yıldız ya da kazanılan Bib Gurme durumundan bağımsız olarak restoranın genel kalite ve ambiyansı hakkında daha anlaşılabilir bir fikir vermek için Çatal ve Kaşık (Forks&Spoon)derecelendirmesi yapılmaktadır. Bir çatal ve kaşık rahat bir lokantayı temsil ederken, beş çatal ve kaşık lüks bir lokanta anlamına gelmektedir. Rehberde bulunan bazı yerel semboller ise şu anlamlara gelmektedir; kırmızı veya siyah sembollerin temsil ettiği ilginç/muhteşem manzarayı karşılamaktadır. Üzüm/sake şişesi/kokteyl bardağı sembolü o restoranın şarap-kokteyl seçimleri ile ilgili bilgi vermeyi amaçlar. İspanya'da dikkate değer tapas-barlar için şarap-kürdan sembolü kullanılır. İngiltere ve İrlanda'da kaliteli publar bira bardağı sembolü ile derecelendirilir. Kılavuzda bulunan jeton semboller ise belli bir fiyat aralığında, iyi bir yemek yenilebileceğini gösterme amacı ile kılavuza eklenmiştir. 2016 yılından itibaren Paris rehberinde bulunan tabak sembolü ise servis kalitesi iyi olan restoranlara layık görülüyor (Michelin Guide, 2021).

OGLAK YAYINLARI

Kılavuzun basımına II. Dünya Savaşında yine ara verildi lakin 1930'lu yılların sonunda yeniden basımı başladı. Ancak bu süre zarfında gıda kıtlığı nedeniyle Michelin yıldız derecelendirmesi 2 yıldız sistemine düşürüldü. Savaş nedeniyle Avrupa genelindeki restoranlarda kalite düştüğü için ölçüt buna göre ayarlandı. 1955 yılına gelindiğinde ise Michelin Rehberi, sınıflandırma kategorisine yeni bir alt derecelendirme koydu. Bib Gurme Restoranlar olarak anılan bu derecelendirme yöntemi, uygun fiyatlı fiks menü içeren restoranlara uygulanmaya başlandı. Makul fiyatlara iyi yemekler, içeriğini karşılayan Bib Gurme Restoranlar ismini, Michelin lastik firmasının maskotu olan beyaz yastıklı bir siluetten alır. Adı Bibendum olan bu figürün kökeni Latince 'Nunc est bibendum'dan gelir ve anlamı 'şimdi içme zamanı'dır. 1898 yılında doğan Michelin şirketinin maskotlarına bu adı koymalarının nedeni, lastiklerinin önlerine çıkan herhangi bir engeli 'içebileceği' algısını yaratmaktır (Hammond, 2013: 29). Bu isim aynı zamanda Michelin'in kaliteli yemek dünyasına yaptığı yolculuğun bir önsezisi olarak görülmektedir. Bib Gurme restoranlardan sonra 2003 yılında makul fiyatlara iyi konaklamaya sahip oteller için Bib Hotel derecesi eklendi. Bugün Avrupa'ya ve şehirlere özgü kılavuzlar ABD ve Japonya'da da yayınlanmaktadır. 2005 yılında New York Şehri Michelin Rehberi çıktı ve 2007'de Tokyo Michelin Rehberi yayınlandı. Hong Kong ve Macao Rehberi ise 2008 yılında yayınlandı. Kılavuzun günümüzde üç kıtada, 24'ten fazla bölgede, 40000'den fazla işletmeyi değerlendirmekte olduğu ve dünya genelinde yaklaşık 30 milyondan fazla satıldığı bilinmektedir (Editorial Staff, 2021).

Michelin müfettişleri işletmelere sıradan bir müşteri gibi girerler ve değerlendirme kıstaslarına göre restoranları incelemeye başlarlar. Bir restoranın yıldız almasını sağlayan en önemli kıstaslar şunlardır; ürünlerin kalitesi, lezzet ve pişirme tekniklerine hâkimiyet, yemek deneyiminde temsil edilen şefin kişiliği, paranın karşılığı ve müfettişlerin ziyaretleri arasındaki tutarlılık (Kutluay, 2020). Michelin yıldızı yiyecek içecek sektörü için büyük önem arz etmektedir. Sektörde saygın bir yeri olan Michelin yıldızlı restoranların müşteri profilinin yine gastronomi dünyasının aktörlerinden oluştuğu görülmektedir. Michelin yıldızı ile ödüllendirilmiş restoranlar özellikle gastronomi turistinin tercih ettiği mekânlar olmaktadırlar. Bu bağlamda michelin yıldızının restoran işletmeleri ve şeflerine birçok avantaj sağladığı söylenebilir (Çavuş, 2020).

3. YÖNTEM

Michelin Rehberi henüz Türkiye'de yayımlanmamasına rağmen Gastronomi ve Turizm aktörlerinin dikkatini çekmiş durumda. Bu çalışmada ilgili literatürde Michelin Yıldızlı Restoranların tanımlanmasına yönelik sistematik bir analiz yapılmaya çalışılmıştır. "Michelin star", "Michelin star restaurant" anahtar kelimeleriyle Google Akademik

OĞLAK YAYINLARI

üzerinden Wiley Online Library, ScienceDirect ve Taylor&Francis veri tabanlarında toplamda 33 makaleye ulaşılmıştır. Yayınlarda Michelin Rehberiyle ilgili yayımlanan makalelerin konu başlıkları, Michelin Rehberi araştırmacılar için ne ifade ettiği sorularına yanıtlar aranmıştır. Yapılan literatür taramasında; Michelin yıldızlı restoranlar ile ilgili çalışmaların genellikle tüketicilerin Michelin yıldızı ile ilgili algıları(Kiatkawsin, 2020; Gehrels, 2006), Michelin yıldızlı restoran personelinin tutumları(Charalampos 2018; Farrel, 2020), Michelin yıldızlı restoranların mutfak kültürü ve destinasyonlara yönelik etkileri, yönetimsel beceriler ve şeflerin özellikleri (Haddaji, 2017), Michelin Rehberinin özellikleri (Bucak, 2014; Daries, 2021; Hoa, 2021 vb.] gibi konular üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. Ayrıca Michelin şeflerinin alkol ve madde kullanımı, göç, mutfak kültürünün korunması, turizm destinasyonları ve karşılaştırılmaları, başarı stratejileri, Michelin Rehberinin fiyatlandırma ve yaratıcılık üzerine etkileri gibi birçok konuda araştırmalar yapıldığı da görülmüştür. Çalışmanın problemi olan Michelin yıldızlı restoranların tanımlanmasına yönelik toplamda 42 makaleden tekrar edilen konulu makalelerin çıkarılması ve problemin çözülmesine yönelik çalışmalara odaklanılması sonucunda 16 makalenin sistematik derlemesi yapılmıştır. Değerlendirme kapsamına alınan makalelerin özetleri ve tam metinleri araştırma soruları ışığında incelenmiştir. Makalelerin yazarı ve başlığı gibi bilgilerin yanı sıra sonuç ve bulgularıyla ilgili bilgi de bulgular kısmında detaylandırılmıştır.

4. BULGULAR

Tablo1: Michelin yıldızı ile ilgili çalışmalar

No	Yazar ve Yıl	Çalışmanın Adı	Çalışmanın Amacı	Yöntem ve Kapsam	Bulgular/Sonuç
1	Bucak,T. (2014)	The Application of Michelin's Star Standards in Restaurant Business; Hamburg Le Canard Sample	Michelin standartları ile ilgili bilgilere ulaşmak ve bir restoranın yıldızı almadan önceki süreci, alım süreci ve aldıktan sonraki süreci uygulamaları açığa çıkartmaktır.	Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği\restoran şefleri	Michelin yıldızının alınma süreci anlatılmış ve alındıktan sonraki süreçte ise psikolojik bir baskı ile işletmenin kendini hep daha iyiye götürme isteğinin olması ve iyi yönetilirse restoranda iyi bir etkisi olacağı sonucuna varılmıştır.
2	Daries, N., (2021)	Michelin stars shine brightly, but are they profitable?	Michelin yıldızına sahip restoranların kar sağlayıp sağlamadıkları araştırılmıştır.	Veri tabanı karşılaştırması/ İspanya'da en az 1 Michelin yıldızı olan restoranlar	Michelin yıldızlı restoranların kârlı olmalarının yanı sıra, eklenen her yıldızla da kârlarını arttırdıkları görülmüştür. Ayrıca erkeklerin kadınlardan daha fazla başarı elde ettiği bu ortamda, restoranın yaşı, şefin cinsiyeti, borçluluk gibi değişkenlerin etkili olduğu görülmüştür.

OĞLAK YAYINLARI

3	Hoa, N., (2021)	A reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide	Michelin Rehberi ile ilgili kişisel deneyimler verilmiştir.	Literatür taraması/ Michelin Rehberi ile ilgili çalışmalar.	Michelinde kalite düşüklüğü, uygunsuz seçim süreçleri, değerlendirmede gizlilik ve adaletsizlik ilaç ve alkol kullanımı ve şeflerin baskıdan intihara sürüklendikleri gözlemlenmiştir.
4	Cotter, M. (2008)	How Guide Books Affect Restaurant Behavior	Fransadaki restoranların Michelin Rehberine eklendiklerinde fiyat dışında olan değişimler araştırılmıştır	Anket/ 1990-95 yılları arasında Michelin Rehberinde derecesi yükselmiş Fransız restoranları.	Müşteri sayısının azaldığı ancak çalışan sayısının, sundukları yemek sayısının ve karlarının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.
5	Henderson, J. (2017)	Street food, hawkers and the Michelin Guide in Singapore	Michelin Rehberinin asyaya ulaşmak için yaptığı çağdaş eforlar incelenmiştir	Literatür taraması/ Singapur Michelin Rehberi ve etkileriyle ilgili çalışmalar.	Michelin Rehberi Sokak yemekleri ve seyyar satıcıları öne çıkararak kendini asyada göstermeye çalışığı ve bunun uygulanabilirliğinin sorgulanabilir olduğu belirtilmiştir.
6	Snyder, W. (2008)	The Michelin Guide and Restaurant Pricing Strategies	Michelin Rehberi değerlendirmesinin fiyat artışına etkisi araştırılmıştır	1970-94 yılları arasında rastgele seçilen restoranlarda fiyat değişiklikleri analiz edilmiştir.	Restoranların yıldız almadan 2 yıl öncesinden bile fiyat artışına yöneldikleri ve yıldız değişiklerinin direk fiyat değişikliğine sebep olduğu ortaya çıkmıştır.
7	Subakti, A., (2013)	Overview Michelin Star Reputation Restaurant in Hospitality Industry	Çalışmada Michelin Rehberinin gelişim süreci açıklanmakta ve yıldızlı restoranlara örnekler verilmektedir.	Betimleyici araştırma	Michelin Rehberinin restoranların ünlenmesinde yahut ününü kaybetmesinde önemli bir rol oynadığı, Michelin yıldızı sahibi olmanın şeflere itibar kazandırdığı ve bunun bireylerin yoğun çabasına bağlı olduğu görülmüştür.
8	Surlemont, B., (2005).	The role of guides in artistic industries	Michelin Rehberinin yıldız sisteminin sektörde güvenilir bir bilgi kaynağı işlevi görürken aynı zamanda aşağıdaki iki ihtiyacı nasıl karşıladığı incelenmiştir: Restoran seçiminde güvenilir tercihler sunmak ve "sıra dışı" bir yaratıcılığı idame etmek.	Mülakat/ Fransa, İsviçre ve İngiltere'den Michelin yıldızlı 20 şef.	Michelin Rehberi güvenilirliğini korurken aynı zamanda bazı kriterlerini gizli tutması şeflerin rehberin isteklerinden çok kendi işlerinde ilerlemeye çalışmasına olanak vererek yaratıcılığı artırmaktadır. Güvenilirliğini korumak için, bedeli ne olursa olsun, rehber kriterlerine uymayan bir restoran rehberin dışında kalmalıdır. Bu süreçte hatalar minimize edilmeye çalışılırken kimi zaman rehberde olmayı hak eden restoranların bile elenmesi, farklı restoranları listelerine dahil etme riskini alan rehberlerin önünü açmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

9	Kiatkawsin, K., (2020)	Examining Luxury Restaurant Dining Experience Towards Sustainable Reputation of Michelin Restaurant Guide	Bu çalışma Kore'deki lüks restoran müdavimleri üzerinden müşterilerde sadakat olgusunu, aynı zamanda restoranların performanslarının Michelin Rehberinin sürdürülebilirliğine nasıl katkıda bulunduğunu incelemektedir.	Çalışma kapsamında Kore'de lüks restoran müdavimi 400 kişi ile anket yapılmıştır.	Yemek deneyiminin servis performansını ve dolayısıyla marka güvenilirliğini etkilediği görülmekle birlikte markanın prestiji ve markaya duyulan sevginin müşterinin sadakatinde belirleyici faktörler olduğu görülmüştür. Ek olarak marka güvenilirliği, Michelin Rehberine olan güvenin oluşmasında ve uzun süreçli şöhretinin sağlanmasında yardımcı olmaktadır.
10	Gehrels,S.. (2006)	Managing Word-of-Mouth Communication in Michelin Starred Restaurants in the Netherlands	Hollanda'daki Michelin yıldızlı restoranlarda kulaktan kulağa iletişimin restorana yeni müşteriler kazandırması gibi faktörleri incelemesi amaçlamıştır.	Anket/ Michelin yıldızlı restoranların çalışanları ve uzman bir takım	Kulaktan kulağa iletişimin michelin yıldızlı restoranlara yeni misafir çekmede etkili bir araç olduğu sonucuna varılmıştır. Ziyaretten önce müşterilerdeki beklentiyi etkilediği için imajın üzerinde büyük bir etkisinin var olduğu sonucu elde edilmiştir.
11	Gergaud,O.. (2015)	Expert Opinion and Product Quality : Evidence from New York City Restaurants	Zagat değerlendirme sistemi ile ölçülen tüketicinin kalite algısı ve/veya New York restoranlarının üretime yönelik yatırımlarının sahneye yeni çıkan Michelin değerlendirme sistemi ile karşılaştırmalı bir analizi sunulmaktadır.	Difference-in-differences ve propensity score matching/ New York şehrindeki restoranlar	Michelin Rehberi tarafından değerlendirmeye alınan restoranların yıldız başına ortalama 30% fiyat artışına gittiği görülmüştür. Aynı zamanda bu restoranların şarap menülerine diğer restoranlara oranla daha fazla yatırım yaptığı, gıda ve gıda haricinde (dekor vb.) kalite artışını müteakip fiyatların yükseldiği görülmüştür. Sadece dekor ve servis kalitesindeki artışlar ile fiyatlarını yükselten restoranların ise başarısında düşüş görüldüğü, gıda kalitesinin artırılmasının bir restoranın devamlılığını sağlamada ana etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
12	Charalampos, G. (2018)	Alcohol and other drug use in Michelin-starred kitchen brigades	Michelin yıldızlı restoranlarda alkol ve uyuşturucu kullanımı araştırılmıştır.	Veri toplama/ 51 Baş aşçıya konuyla ilgili deneyimleri sorulmuştur	Engellenmek istendiği halde alkol ve diğer ilaçların üst düzey restoranlarda gündelik hayatın bir parçası olduğu gözlemlenmiştir
13	Farrer, J. (2020)	From cooks to chefs: skilled migrants in a globalising culinary field	Mutfak alanındaki göçmenlerin ekonomik etkileri ve yeni işçiler için oluşturacağı fırsatlar araştırılmıştır	Röportaj/ Şangay'da 100'den fazla şef ile.	Göçmenlerin uluslararası anlamda sadece kendi kariyerlerini geliştirmekle kalmadıkları, aynı zamanda başka birçok kişi için fırsatlar teşkil eden yapıların inşasında rol oynadıkları görülmüştür.

OĞLAK YAYINLARI

14	Haddaji, M. (2017)	Women Chefs' Access Barriers to Michelin Stars: A Case-Study Based Approach	Kadınların michelin yıldızı almaktaki zorlukları incelenmiştir	6 kadın şefin michelin yıldızı alma süreçleri incelenmiştir	Şeflerin ifadelerinde cinsiyetin getirdiği engellerin vurgulanmamasının yanı sıra tutku, aile desteği ve yönetimde kadınsı bir yaklaşımın başarıları için olmazsa olmaz gereklilikler olduğu belirtilmiştir.
15	Vargas-Sanchez, A. (2020)	Creative Process and Culinary Experiences in Michelin-Starred Restaurants	İspanya'daki michelin yıldızlı restoranlardaki yaratıcı süreçlerin sağladıkları gastronomik tecrübe üzerine etkisinin incelenmesi	Online anket/ İspanya'daki michelin yıldızlı şefler	Şefler tarafından oluşturulan gastronomik deneyimler 4 farklı karakteristik faktöre ayrılarak incelenmiştir: Serviste duyguların kullanımı, servis mükemmeliyeti, deneyimin kalitesi ve sürprizlere bağlı değişiklikler. Sistematik ve planlı yaratıcı süreçler şefin karakterine ve restoranın iş modeline göre değişiklik gösterebilmektedir. Gastronomik deneyim, yaratıcı süreçlerin belirlenmesine yönelik ana etkendir.
16	Ottenbacher, M.. (2007)	The innovation development process of michelin-starred chefs	Bu çalışma Michelin yıldızlı şeflerin açıkladığı yenilik süreçlerinin teorik modeller ile karşılaştırılmasını amaçlamaktadır.	Yarı yapılandırılmış mülakat/ Almanya'daki 1-2-3 Michelin yıldızlı 12 şef	Çalışma sonucunda şeflerin ürün geliştirme anlayışlarının geleneksel modellerle farklılıklar ve benzerlikler içerdiği görülmüştür. Restoran çalışanları geleneksel modellerdekine kıyasla daha aktif bir rol oynarken, şeflerin inovasyon süreçlerinde çok kapsamlı bir değerlendirme sistemi uygulamadığı görülmüştür.

Tablo2: Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl aralığı	Makale Sayısı	Yüzde
2005-2010	5	31.25
2010-2015	3	18.75
2015-2020	6	37.5
2021-	2	12.5

Michelin Yıldızı, çıktığı ilk yıllardan itibaren ünlenmeye başlamasına ve 1904 yılında Belçika'da yayınlanarak uluslararası hale gelmesine rağmen tanınırlığı Dünya Savaşları gibi etkenler sebebiyle kesintiye uğramıştır. Rehberin yayınlanmasına New York'da 2005 yılında, Tokyo'da 2007 ve Hon-Kong'da 2008 yılında başlanmıştır. İlgili çalışmaların özellikle bu yıllardan sonra yaygınlaşması dünya genelinde tanınırlığının artmasına dayandırılabilir.

Tablo 1 ve 2'de görüldüğü üzere, Michelin Rehberi'ni tanımlamaya yönelik çalışmalar 2005 yılında B. Surlemont tarafından başlamış ve rehberin başarılı olduğu unsurlarda

OĞLAK YAYINLARI

nasıl bir yol izlediği araştırılmıştır. Çalışmaların sayısı özellikle 2015 yılından itibaren artış göstermiş ve kadınların yıldız almakta yaşadıkları zorluklar (Haddaji, 2017), mutfak çalışanlarında alkol ve uyuşturucu kullanımı (Charalampos, 2018), göçmenlerin sektöre etkisi (Farrer, 2020) gibi daha çeşitli konular incelenmiştir. Birçok çalışmada Michelin Rehberinin stratejilerinin birer başarı unsuru olarak tanımlanmasından araştırmacıların gözünde rehberin bir "kalite standardı" olarak tanımlandığını görmekteyiz (Vargas-Sanchez, 2020; Surlemont, 2005). Ancak bunun yanında kimi çalışmalarda Michelin yıldızlı restoranların kötü yanlarından bahsedilmiş, rehberin başarısının yanında eleştirilmesi gereken taraflarının da olduğu vurgulanmıştır (Hoa, 2021). Yine Tablo 1'de Michelin yıldızlı restoranların ve şeflerin yıldız alma ve/veya koruma süreçlerinde yaşadıkları ağır süreçler, yaratıcılığı korumak için gösterilen çabalar, rehberin değerlendirme sürecinde adaletsizliklerden bahsedilmesi bu görüşü doğrulamaktadır. Sonuç olarak, Michelin Rehberinin araştırmacılar için bir "kalite standardı", "yaratıcılığı teşvik eden bir unsur", "adaletsiz bir değerlendirme sistemi", "fiyat artışı için bir etken", "şefler için itibar kaynağı" gibi farklı şekillerde tanımlandığı görülmüştür.

Çalışmalar konu başlıklarına göre incelediğinde ise mutfak kültürü ve destinasyonlarla ilgili çalışmalarda mutfak geleneklerinin Michelin yıldızlı restoranlar ile yaşatılıp yaşatılamayacağı sorgulanmış, rehberin henüz yayımlanmadığı bir ülkede şeflerin ve tüketicilerin konuya bakışı irdelenmiş ve kimi destinasyonlarda rehberin yer almasının turist çekme potansiyeline direkt etkisi araştırılmıştır. Tüketicilere yönelik yapılmış çalışmalarda ise başarı kriterleri ve müşterilerin dikkate aldığı hususlar incelenerek başarıya giden yolda farklı stratejiler ortaya konmuştur.

Michelin Rehberinin tanımlanmasına ve rolünün belirlenmesine yönelik çalışmalarla, şeflerin yönetim becerilerinin incelendiği çalışmalar birbirlerine yakınlık teşkil etmektedir. Michelin yıldızlı restoran çalışanları ile ilgili makalelerde olumsuz çalışma koşulları, alkol ve uyuşturucu bağımlılığı gibi sorunlara değinilirken, şeflerin ve restoranların yöntem ve stratejilerinin anlatıldığı çalışmalar bu tür sorunlara değinmekten uzaktır ki bu ve benzeri durumlar Michelin Rehberinin anlaşılması için farklı konulardaki çalışmaların incelenmesinin gerekliliğini göstermektedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Gıda hizmeti endüstrisi 2020 yılı itibariyle 3,5 trilyon dolara ulaşarak dev bir sektör haline gelmiştir (Statista, 2021). Bu büyüyen sektörde tüketicilerin sürekli daha iyi hizmete ulaşma arzusu, özellikle Google, Tripadvisor, Facebook gibi çevrimiçi platformların restoran değerlendirmede etkin olarak kullanılmasını teşvik etmektedir. Ancak her kullanıcının yorum yaparak olumlu-olumsuz katkıda bulunabildiği bu platformların

OĞLAK YAYINLARI

yanı sıra Michelin Guide ve Zagat gibi profesyonel rehberler de tüketiciler için önem teşkil etmektedir. Çalışmada değerlendirilen makalelerin önemli bir kısmında, Michelin Rehberi bir kalite standardı olarak yer almaktadır. Restorancılıkta stratejiler ve başarı söz konusu olduğunda, Michelin yıldızı almış restoranların özellikle değerlendirmeye alınması dikkat çekicidir. Ayrıca Michelin Rehberi'nin kolay anlaşılır değerlendirme sistemi ile araştırmacılara farklı restoranları ve bölgeleri karşılaştırma konusunda kolaylık sağladığı söylenebilir. İncelenen literatürde; Michelin Rehberi ve Michelin yıldızı kavramlarının aynı zamanda yaratıcılığı teşvik etmesi ve güven sağlaması (Surlemont, 2005). Restoranların ünlenmesinde yahut ününü kaybetmesinde etken olması (Subakti, 2013), restoranlarda fiyat artışına ve menülerinde değişikliklere sebep olması (Gergaud O., 2015) gibi önemli roller oynadığı görülmüştür. Bunun yanında Michelin Rehberi ve yıldızlı işletmeler; olumsuz çalışma koşulları, alkol ve madde bağımlılığı, adaletsiz değerlendirme kriterleri ve kalite düşüklüğü, şeflerin intiharları gibi nedenlerle eleştirilere de tabi tutulmuştur. (Charalampos, 2018; Hoa, 2021)

İleride yapılacak çalışmalarda Murray's Guide, Baedeker Guide, Zagat gibi tarihi ve/veya günümüzde faaliyet gösteren rehberlere yönelik çalışmaların da incelenmesinin, farklı rehberlerin karşılaştırılmasına imkân vereceğinden gastronomi profesyonelleri ve konunun ilgilileri için verimli çalışmalara zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Aguirre, J., ve Andrade, L. (2013). "Students perception of the 21st Century Chefs." *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(2), 417-425.

Blake, A., Crewe, Q. (1978). *Great Chefs of France*. Londra: Mitchell Beazley Artists House, 11,32.

Bucak, T., ve Köse, Z. C. (2014). "The Application of Michelin's Star Standarts in Restaurant Business; Hamburg". *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 21-35.

Bucak, T., ve Köse, Z. C. (2014). "The Application of Michelin's Star Standarts in Restaurant Business; Hamburg Le Canard Sample." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(3), 11-17.

Chef Academy London (2021). "History of the Michelin Guide". Chef Academy London: https://www.chefacademyoflondon.com/en/blog/108-history-of-the-michelin-guide.html (09 Haziran 2021)

Cotter, M., ve Snyder, W. (2009). "How Guide Books Affect Restaurant Behavior." *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 69-75.

Çavuş, O (2020) . "*Michelin* Yıldızlı Restoranların Başarı Faktörlerinin ve Standartlarının Belirlenmesi: İspanya San *Sebastian Örneği*". Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

Daries, N., Moreno-Gené, J., ve Cristobal-Fransi, E. (2021). "Michelin stars shine brightly, but are they profitable?" *International Journal of Gastronomy and Food Science*, https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100352

OĞLAK YAYINLARI

Editorial Staff. (2020). "Who Invented the Michelin Restaurant Guide? The Full Story." Fine Dining Lovers: https://www.finedininglovers.com/article/who-invented-michelin-guide (20 Haziran2021)

Escoffier School of Arts. (2021). ''How Restaurants Get Michelin Stars". Escoffier Education: https://www.escoffier.edu/blog/world-food-drink/a-brief-history-of-the-michelin-guide/ (20 Haziran. 2021)

Farrer, J. (2020). ''From cooks to chefs: skilled migrants in a globalising culinary field". *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2359-2375.

Fern, O.S. (2016). ''A short history of the Michelin Guide: How the Michelin tyre company founded a foodie guide". Straitstimes. https://www.straitstimes.com/lifestyle/food/a-short-history-of-the-michelin-guide-how-the-michelin-tyre-company-founded-a-foodie (20 Haziran.2021)

Gačnik, A. (2012). "Gastronomy heritage as a source of development for gastronomy tourism and as a means of increasing Slovenia's tourism visibility." *Academia Turistica*, 5(2), 39-60.

Gehrels, S. A., Kristanto, S., ve Eringa, K. (2006). "Managing Word-of-Mouth Communication in Michelin Starred Restaurants in the Netherlands." Jurnal Manajemen Perhotelan, 2(2).

Gergaud, O., Strochmann, K., ve Verardi, V. (2014). "Expert Opinion And Product Quality: Evidence From New York City Restaurants." *Economic* İnquiry, 53(2), 812-835

Getz, D. (2000). *Explore wine tourism: management, development & destinations*. Elmsford: Cognizant Communication Corporation. ISBN : 1882345339

Giousmpasoglou, C., Brown, L., ve Cooper, J. (2018). ''Alcohol and other drug use in Michelin-starred kitchen brigades". *International Journal of Hospitality Management*, 59-65.

Haddaji, M., Albors-Garrigós, J., ve García-Segovia, P. (2017). "Women chefs' access barriers to michelin stars: A case-study based approach." *Journal of Culinary Science & Technology*, 15(4), 320-338.

Hammond, Z. R. (2013). ''Michelin: the Phoenix of French Modernity in the Twentieth Century". Department of History senior seminar thesis paper, Western Oregon University.

Henderson, J. C. (2017). "Street food, hawkers and the Michelin Guide in Singapore." *British Food Journal*, 119 (4), 790-802

Henderson, J.C. (2017), "Street food, hawkers and the Michelin Guide in Singapore", *British Food Journal*, 119 (4), 790-802. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2016-0477

Hoa, N. V., ve May, I. (2021). "A reflection on the story, current positioning, offerings and the darker side of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide." *Research in Hospitality Management*, 59-65.

Horn, P.L (1991). *Handbook of French Popular Culture*. USA: Greenwood Publishing Group.

Isalska, A. (2018,). "BBC. BBC Travel": https://www.bbc.com/travel/article/20181024-the-ingenious-story-behind-michelin-stars (05 Haziran 2021).

Kiatkawsin, K., ve Ian, S. (2020). "Examining Luxury Restaurant Dining Experience towards Sustainable Reputation of the Michelin Restaurant Guide". *Sustainability*, 2(5), 2134.

Kutluay, H. (2020). "Michelin Yıldızı Nedir?" Makaleler: https://www.makaleler.com/michelin-yildizi-nedir (05 Haziran 2021).

Michelin Guide. (2021, 08 18). "History of Michelin Guide." Michelin Guide: https://guide.michelin.com/th/en/history-of-the-michelin-guide-th (01 Haziran 2021)

OĞLAK YAYINLARI

Onorati, M. G., & Giardullo, P. (2020). "Social media as taste re-mediators: emerging patterns of food taste on TripAdvisor." *Food, Culture & Society*, 23(3), 347- https://doi.org/10.1080/15528014.2020.1715074

Otero, J. (2018). "High-status food is changing: New gastronomic perspectives." *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 11, 35-40. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2017.11.003

Ottenbacher, M., & Harrington, R. J. (2007). ''The innovation development process of michelin-starred chefs''. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 19 (6),* 444-460

Presenza, A., & Petruzzelli, A. M. (2019). "Investigating business model innovation in Haute Cuisine. Role and behavior of chef-entrepreneurs." *International Journal of Hospitality Management*, 82, 101-111. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.03.027.

Provonce ve Beyond. (2021). ''Michelin Guide History''. Provence and Beyond: https://www.beyond.fr/food/michelin-guide-history.html (08 Haziran 2021)

Snyder, W., ve Cotter, M. (1998). ''The Michelin Guide and restaurant pricing strategies''. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing, 3(1), 51-67.*

Statista. (2021). ''Market size of the global food service industry from 2020 to 2027''. statista.com: https://www.statista.com/statistics/1095667/global-food-service-market-size (08 Haziran 2021)

Subakti, A. G. (2013). ''Overview Michelin Star Reputation Restaurant in Hospitality Industry''. *Binus Business Review,* 4 (1), 290-299.

Surlemont, B., ve Johnson, C. (2005). "The role of guides in artistic industries: The special case of the 'star system' in the haute-cuisine sector." *Managing Service Quality*. 15 (6), 577-590.

Tsaur, S. H., ve Lo, P. C. (2020). "Measuring memorable dining experiences and related emotions in fine dining restaurants." *Journal of Hospitality Marketing & Management,* 29(8), 887-910. https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1748157

Vargas-Sanchez, A., ve López-Guzmán, T. (2020). ''Creative Process and Culinary Experiences in Michelin-Starred Restaurants''. *Journal of Culinary Science & Technology,* 1-20 https://doi.org/10.1080/15428052.2020.1808137

OĞLAK YAYINLARI

ON BEŞİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ VE MÜHENDİSLİK ALANINDAKİ ARAŞTIRMALARIN SİSTEMATİK BİR TARAMASI

Özlem ŞEN[1]

1. GİRİŞ

Tüketicilerin yenilik arayışları ve giderek artan dışarıda yemek yeme kavramı, yaratıcı ve yenilikçi şeflerin farklı lezzetler aramaları konusunda itici bir unsur oluşturmaktadır. Gastronomideki yenilikler daha ziyade meraklı şeflerin kişisel çabalarıyla ortaya çıkmaktadır. Buna ek olarak sağlıklı beslenme konusu da her geçen gün üzerinde daha fazla durulan ve tüketicilerin de konuya ilişkin bilgi düzeyleri arttıkça bu kapsamdaki beklentilerinin daha yükseldiği bir konudur. İş, eğitim, ulaşım gibi sürelerin artması ve buna paralel kişisel zamanın azalması, daha etkili zaman kullanımı yönünden insanları sıkıştırmakta ve dışarıda yemek yeme, evde yarı hazır (haşlanmış, yıkanmış, doğranmış vb. gibi) ya da hazır (hazır yemek siparişi, yemek konservesi vb. gibi) yiyecek tüketimini de arttırmaktadır. Bireyler artık gerek hazır gerekse yarı hazır gıdalarda da sağlıklı olması ön koşulunu göz ardı etmemekte ve bu yönde arayış içinde bulunmaktadır. Tüketicilerin bu arayışlarına yiyecek içecek işletmelerinde şefler, endüstriyel ürünlerde ise mühendisler çözüm sunabilmektedir.

Yerel ürün kullanımını yaygınlaştırarak tedarik zincirini kısaltan, yeni ürün kullanımı ve pişirme teknikleri konusunda farklılık yaratan şefler; mutfakta laboratuvar ekipmanlarının kullanımını da yaygınlaştırmıştır. Hatta bazıları restoranlarına yenilik laboratuvarları kurarak ihtiyaç duyulan bilimi mutfaklarına taşımışlardır (Aguilera, 2017). Bu noktada gastronomi, mühendislikle aynı paralelde yer almakta ve yenilikleri beraber ortaya koymaktadır.

Çeşitli mutfaklarda, genellikle gıda laboratuvarlarında ve işletmelerinde yaygın olarak kullanılan homojenizatör, rotary evaporatör (aromalı ekstrakt eldesi), püskürtmeli kurutucu (meyve ve sebze suyu kurutma), dondurarak kurutucu (konsantre yoğurt ve sos üretimi) gibi ekipmanlar kullanılarak ürünlerin kalitesi ve yemeklerin çeşitliliği arttırılmaktadır. Bu sayede tüketicilerin sağlık ve sağlıklı beslenme algıları da pozitif yönde etkilenmektedir (Rodgers & Young, 2008).

1 Antalya AKEV Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0001-6506-170X
e-posta: ozlemsucu@gmail.com

OĞLAK YAYINLARI

Yenilik arayışının dışında bilinçli tüketiciler ve üreticiler tarafından önemsenen bir başka kavram da sürdürülebilirlik kavramıdır. Sürdürülebilirlik konusunda hassasiyet gösteren tüketiciler, yine aynı hassasiyeti gösteren üreticilerin ürünlerini tercih etmektedirler. Bu noktada gastronomi biliminin üreticisi konumundaki şefler de sürdürülebilirlik kapsamında atık yönetimi, enerji yönetimi, yerel ürün kullanımı gibi sürdürülebilirliğin mutfaktaki uygulamalarını gerçekleştirmektedir. Tüm bu uygulamalar aynı zamanda mühendislik bilimlerinin araştırma alanları içerisine girmekte ve mutfağa giren mühendislik konularını oluşturmaktadır.

Mutfaklarda şefler tarafından uygulanan işlemlerden; pişirme işleminin temeli ısı transferine, tuzlama, dumanlama, marinasyon işlemlerinin temeli kütle transferine; çırpma, yoğurma, dilimleme, öğütme gibi işlemlerin temeli ise momentum transferine dayanmaktadır. Mutfakta hazırlanan yemeklerin büyük kısmının tabi olduğu bu işlemlerin temelinde yer alan ısı, kütle ve momentum transferi tüm mühendislik bölümlerinin ortak çalışma alanıdır. Bununla birlikte, gıda güvenliğinin temelini oluşturan mikrobiyal, enzimatik ve kimyasal süreçler de yine mühendislik konularının çalışma alanlarına girmektedir. Vurgulanan bu noktalarda mühendislik bilimi yine mutfağa girmektedir.

Her yemeğin bir ya da birkaç kimyasal, enzimatik, mikrobiyal reaksiyondan geçerek tabaklara ulaşması Gastronomi ve Mühendislik bilimlerinin birbirleri ile ne kadar yakından ilişkili olduğunun göstergesi olarak düşünülebilir. Bu çalışma; fiziki olarak mutfaklarda yer alan Mühendislik bilimlerinin literatürde ne denli Gastronomi ile ilişkilendirildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda bu bölümde Gastronomi ve Mühendislik alanında yapılmış bilimsel çalışmaların bir sistematik taraması yapılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gastronominin mühendislik bilimleri ile olan ilişkileri göz önüne alındığında literatürde aradaki ilişkinin gücünü ve büyüklüğünü gösterecek kadar fazla çalışma bulunmadığı görülmektedir. Alanyazın incelendiğinde; Aguilera (2017), şeflerin merakını ve yaratıcılığını teknolojik olarak mümkün ve çevresel olarak sürdürülebilir olana yönlendirmek için gıda mühendisliği ve gıda malzemeleri biliminde biriken geniş bilgi birikimini kullanmak anlamına gelen Gastronomi Mühendisliği kavramı üzerinde durmuş ve Gıda Mühendisliğinin kapsamının genişletilerek gastronomi ile yeni iş birlikleri kurması gerektiğini ileri sürmüştür. Aguilera'ya göre; tüketicilerin gelirlerinin artması, beklentilerini de arttırmış ve talep edilen yenilikler de Gastronomi Mühendisliği ile sağlanabilecektir.

Aguilera (2018a), gıda mühendisliğinin yemek pişirme ve gastronomi ile ilişkisi üzerinde durduğu diğer bir çalışmasında, gıda mühendislerinin mutfaklardaki gıda

GELAK YAYINLARI

inovasyonunda daha etkin rol almalarını, gastronominin güvenlik, sürdürülebilirlik, beslenme ve daha iyi gıda kullanımı ile ilgili endişelerine entegre olmaları gerektiğini ileri sürmektedir.

Tekiner ve arkadaşları (2019), bilim ve mühendisliğin gastronomi alanındaki yerine eleştirel bir bakış açısı ortaya koymuş oldukları çalışmalarında; gastronomi bilimi ile ilgilenen bireylerin, kendilerini evrensel olarak ifade edebilmeleri için bilimsel konulara ve mühendisliğe odaklanmaları gerektiğini ileri sürmektedirler.

Türker ve İşleroğlu (2020), gıda mühendisliği, gastronomi ve moleküler gastronomi kavramlarının aralarındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında; gıda mühendisliği ve gastronomi alanlarındaki yenilikçi teknolojileri, 3 boyutlu gıda yazıcılarını ve mühendisliğin mutfaktaki yeri, temel hazırlık ve pişirme işlemleri, ölçme teknikleri ve mutfak malzemelerinin malzeme bilimi kapsamında değerlendirilmesi konularında detaylı bilgiler vermişlerdir.

Gastronomiye olan ilginin hem tüketiciler hem de bilim insanları tarafından artmasıyla alana ilişkin çalışmalar da artmakta, disiplinlerarası yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Mühendislik hayatın her alanında olduğu gibi mutfakta da var olmaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

1. Yıllara göre yayınlanan makale sayılarındaki değişimler nelerdir?
2. Araştırmalardaki mühendislik alanları nelerdir?
3. Araştırmaların gastronomi bilimine katkıları nelerdir?
4. Yayımlanan makaleler içinde atıf alarak alana katkı sağlayan makaleler hangileridir?
5. Yayımlanan makalelerde vurgulanan konular nelerdir?
6. Bilimsel çalışmalarda kullanılan araştırma metotlarının tipleri nelerdir?

3. YÖNTEM

Belirli bir alanda yapılmış çalışmaların, tarafsız bir şekilde derlenip, sonuçlarının araştırmacıları fayda sağlayacak şekilde eleştirel olarak değerlendirmesi temeline dayanan sistematik tarama yöntemi; Cook ve arkadaşları (1995) tarafından "belirli bir konu üzerine ilgili tüm çalışmaların sistematik derlemesi, eleştirel değerlendirmesi ve sentezi yoluyla yanlılığı sınırlayan bilimsel stratejilerin uygulanması" şeklinde tanımlanmaktadır. Bu şekliyle sistematik tarama; literatürdeki güncel ve tarihsel bilgilerin özetlenmesi ve sunulması için bir araçtır. Araştırma sentezi olarak da tanımlanabilecek sistematik tarama (Aromatis ve Pearson, 2014); incelenen konu ile ilgili tarafsız ve kapsamlı bir sentez ortaya koymaktadır. Bu çalışmada Gastronomi ve Mühendislik alanlarının sistematik bir taraması yapılarak literatürdeki yayımlar incelenmiş ve bulgular yorumlanmıştır.

OGLAK YAYINLARI

Sistematik bir derleme olan çalışmada doküman analizi kullanılmıştır. Literatür taraması Web of Science Core Collection veri tabanında konu bazında; "Gastronomy" AND "Engineering" anahtar sözcükleri kullanılarak arama yapılmıştır. Zaman aralığı olarak arama yapılabilecek en geniş aralık olan 1975-2021 tarihleri belirlenmiştir. 51 adet yayın listelenen arama sonucundan sadece makaleler seçilerek daraltılmış ve 28 adet makaleye ulaşılmıştır. Yapılan içerik analizinde sadece gastronomi ya da sadece mühendislik alanında yapılmış olan çalışmalar kapsam dışı bırakılarak ikinci eleme yapılmıştır. Mühendislik bilimlerinin gastronomi alanındaki kullanımlarına yönelik tüm bilimsel çalışmaların analiz edilebilmesi amacıyla başka bir dahil etme ve hariç tutma işlemi uygulanmamıştır. Sonuç olarak 19 adet makale incelenmiştir.

4. BULGULAR

Araştırmalar sonuç ve bulgular bakımından incelendiğinde; Rodgers (2009); akademide, turizm otelcilik bölümlerinin gıda üretiminin bilimsel temellerini kapsamayan eğitim modellerini ortaya koymuş, ilgili bölümlerin ders müfredatlarına gıda üretimi, tesis planlama ve tasarımı, gıda güvenliği, kalite güvence, gıda bilimi ve mikrobiyoloji gibi mühendislik konularının eklenmesinin gerekliliğini ileri sürmüştür. Mevcut duruma eleştirel bir açısıyla yaklaşılan çalışmada bahsi geçen eksiklerin giderilmesinin sağlayacağı faydalar detaylandırılarak; ürün, süreç ve sistem bazında bilime dayalı inovasyon teknolojilerin kullanımı anlatılmıştır. Ürün düzeyinde özellikle moleküler gastronomi kapsamında teknolojik yeni ürün üretiminin gerekliliğinin altını çizen çalışma, mevcut eğitim modeline eleştirel bir bakış açısıyla bakarken, sunduğu önerilerle de sektörü bulunduğundan daha ileri bir noktaya taşıma potansiyelinden dolayı literatüre sunulmuş önemli bir katkı olarak değerlendirilmiştir.

Uno ve arkadaşları (2013); nişasta granülleri süspansiyonundan nişasta partiküllerinin geri kazanımını sağlamak için yapmış oldukları deneysel çalışmada; farklı yoğunluklardaki manyetit membranların birleştirilmesiyle oluşturdukları manyetik alan ve farklı boyutta nişasta granüllerinin süspansiyondan ayrıştırılabilmesini sağlayabilmişlerdir. Çalışmada önerilen membran modeli filtrasyon ya da farklı kolloidal sıvılarda ayrıştırma potansiyeline sahip olduğu için pratikte kullanım alanı bulabilme yeteneğindedir. Çalışmanın güçlü deneysel yönü ve alana kazandırdığı yenilik ile literatüre önemli bir katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

Welch ve arkadaşları (2015); maliyeti, boyutu ve karmaşıklığının yanı sıra teknolojisi gereği tüketilen çözeltiler ve ortaya çıkan atıklar sebebiyle laboratuvar dışı kullanımı

OĞLAK YAYINLARI

sınırlandırılmış olan HPLC ve HPLC-MS analiz cihazlarının, restoran ve barlarda, eğitim sektöründe, güvenlik güçleri tarafından ihtiyaç duyulduğu durumlar gibi laboratuvar dışı ortamlarda mobil bir şekilde kullanımı ve bununla birlikte sürdürülebilirlik kapsamında da düşük çevresel ayak izi oluşturulmasının sağlanması yönünde bir deneysel çalışma yapmışlardır. Çalışmada alternatif çözelti olarak, piyasada kolaylıkla bulunan kakaça, rom, votka ve tarımsal kökenli etil alkol kullanılmış, adı geçen ürünlerin hem fiyat olarak HPLC standart çözeltilerinden çok daha ucuz olması, kolay temin edilebilir olması ve düşük çevresel ayak izi oluşturması sebebiyle tercih sebebi olduğu vurgulanmıştır. Araştırma sonucu olarak en iyi alternatifin tarımsal kökenli etil alkol olduğu bulgulanmıştır. Çalışma sürdürülebilirlik ve bilimsel cihazların mutfakta kullanılabilecek düzeyde mobilize edilmesine çözüm araması bakımından değerli olmakla birlikte mobilizasyon anlamında bir öneri sunmamış olması bakımından bilimin mutfağa girmesine de mevcut haliyle katkı sağlayamamıştır. Bununla birlikte tarımsal kökenli etil alkolün enstrümantal analiz cihazlarında alternatif çözgen olarak kullanımının ve getireceği maliyet avantajının bilime katkı sağladığı, bu gibi yüksek maliyetli analizler yapan kompleks cihazların daha mobil hale getirilip yiyecek içecek işletmelerinde kullanılabileceğini önermesi bakımından da değerli olduğu düşünülmektedir.

Sun ve arkadaşları (2015)'nın 3 boyutlu gıda yazıcıları ile ilgili yayımlanmış araştırmaları derledikleri çalışmalarında, 3 boyutlu gıda yazıcılarının çeşitleri, özellikleri ve farklılıkları hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmanın 3 boyutlu gıda yazıcılarının mevcut durumu, gelecekte nasıl şekillenebileceğine dair sunduğu öneriler bakımından bilime katkı sunduğu düşünülmektedir. Mevcut haliyle hala seri üretime imkan tanımayan 3 boyutlu gıda yazıcılarının; gıda üretimi üzerindeki etkilerinin izlenerek tasarım ve üretimin gıda kontrolü ile ilişkilendirilmesini, kişiselleştirilmiş beslenme, yeni tatlar, dokular ve gıda ürünleri şekilleri de sunabilmesini, açık web tabanlı medya ara yüzü kullanılarak "gıda matbaacıları" ve hatta daha sağlıklı diyetler geliştirmek için doktorlarla işbirliği yapabilen ağ bağlantılı makinelerden oluşan bir ekoloji oluşturabilmesi gibi öneriler getirilen çalışma; 3 boyutlu gıda yazıcılarının gelecekteki kullanım alanlarına yönelik alternatif öneriler sunmakta ve bu alanda çalışan araştırmacılara da ilham verme kabiliyetindedir.

Nushtaeva (2016); tıpta ve gastronomide kullanılan doğal gıda tozlarının emülsifiye edici özelliklerini incelediği deneysel çalışmasında; katı emülgatörler olarak doğal çözünmeyen tozları (hardal tozu, öğütülmüş zencefil, öğütülmüş tarçın, hindistan cevizi tozu, patates nişastası ve talk) kullanmış ve sonuçta zeytinyağının sulu dispersiyonu

OĞLAK YAYINLARI

içerisinde (%15 m/m) sedimentasyon oluşturmaksızın stabilitesini en iyi koruyan emülsiyonların hardal (%0,3 m/m) ve tarçın (%2 m/m) emülsiyonları olduğunu bulgulamıştır. Her iki gıda tozunun da antioksidan aktivitesi ve antimikrobiyal özellikleri göz önüne alındığında; kullanım alanlarının genişletilmesine fayda sağlayacak bu bulgu, mutfakta yaygın olarak kullanılmakta olan bu iki gıdanın farklı formlarda kullanılmasına olanak tanırken, yeni ürün geliştirilmesi açısından da değerlendirilmelerinin önünü açması anlamında şeflere ve bilime katkı sağlamıştır.

Aguilera (2017); gıda mühendisliğinin mevcut durumu ve 21. Yüzyılda hangi araştırma ve çalışma alanlarına öncelik vermesi gerektiğini eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirip, gerekçeli öneriler sunmuştur. Ev dışı gıda tüketimindeki artışa ve buna paralel olarak güvenli gıdaya olan talepteki yükselişe cevap verebilmek adına gıda mühendisliği bilimine bir eylem planı sunmaktadır. Önerilen plana göre; "sağlıklı yaşam" hissi sağlayan gıda ürünleri ihtiyacına cevap verilmesi; insan vücudundaki gıda geçiş etkileri (gıda-beyin, gıda-genom etkileri gibi) ve bağısak fizyolojisi etkileri gibi bilgilere dikkat edilmesi ve nörobiyoloji, fizyoloji, beslenme genetiği ve benzeri disiplinlerle etkileşim kurulması; sürdürülebilirlik, daha temiz gıda kullanımı ve etiketlemesi gibi konularda gastronomi dünyası ile etkileşim halinde olunması; gastronomi uygulamaları için daha küçük ekipmanların ve mobil sensörlerin tasarımına katkı sağlanması ve akademide disiplinlerarası çalışmalara ağırlık verilmesinin altı çizilmektedir. Önerilen konuların, farklı bilimlerin ortak çalışma alanlarının altını çizmesi ve bilim insanlarına yol haritası oluşturması bakımından bilime katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

Lanaro ve arkadaşları (2017) yapmış oldukları deneysel çalışmalarında; çikolata tavşanı gibi karmaşık bir ürünün basılması için gerekli yazıcının tasarımını ve üretim için çikolatadan yapılan karmaşık 3 boyutlu nesnelerin basılmasını sağlamak için temel üretim parametrelerini araştırarak optimize etmişlerdir. Çalışmada; hareket hızının köprüleme mesafesi üzerinde bir etkisi olmadığı; ekstrüzyon çarpanının 0,8-0,9'da optimize edilebilir olduğu; soğutma sıcaklığının köprüleme mesafesi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu bulgulamışlardır. Araştırma sonuçları çikolata ve benzer tekstürdeki gıdalar kullanılarak karmaşık nesnelerin 3 boyutlu baskısına uygulanabilirliği bakımından, 3 boyutlu gıda yazıcılarının kullanım alanının genişlemesine katkı sağlamaktadır. Bahsi geçen katkı, şeflerin mutfaklarda farklı reçetelerden farklı şekillerde gıda üretmelerinin önünü açacak değerli bir katkı olarak değerlendirilmiştir.

Kazimierowicz (2017); son tüketim tarihi geçmiş gıda ürünlerinden biyogaz elde etmeye

OĞLAK YAYINLARI

yönelik deneysel araştırmasında; et ürünleri (domuz ve dana), mandıra ürünleri (süt, yoğurt, süzme peynir) ve meyve sebze ürünleri (elma, havuç, domates) olmak üzere 3 grup gıdadan farklı yüzdelik miktarlar kullanarak oluşturduğu karışımlardan fermantasyon yolu ile metan içerikli biyogaz eldesini araştırmıştır. Araştırma sonucunda %72-74 metan içeren biyogaz elde edebilmek için en uygun karışımın %50 son tüketim tarihi geçmiş et, %30 mandıra ürünleri ve %20 meyve sebze ürünlerinden oluşan karışım olduğunu bulgulamıştır. Çalışmanın, gıda israfından kaynaklı ekonomik kaybın azaltılmasının yanında sürdürülebilirlik kapsamında da hem bilime hem de doğaya büyük katkı sağladığı, biyogaz eldesi için kullanılan sistemin fazla karmaşık ve yüksek maliyetli olmamasından dolayı da gıda işletmelerinde, mutfaklarda kolaylıkla kullanılabileceğini ortaya koyması anlamında da gastronomiye de katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

Yılmazer (2017); tarhana hamurunun konvektif hava ile 3 aşamalı kurutmasına yönelik deneysel çalışmasında; uyguladığı yöntemin toplam kuruma süresinin kısaltılmasının bir yolu olduğunu bulgulamıştır. Buna göre; ince bir tarhana hamuru tabakasının bir tarafının kurutulması, ardından hamurun arka yüzeyinin kurutulması ve ardından yarı kurutulmuş ince hamurun pul pul dökülmesinden sonra elde edilen pulların kurutulmasıyla toplam kurutma süresinin kısaldığı, uçucu bileşiklerin kaybının önlenmesi için kurutuma sıcaklığının 80°C'nin altında tutulması gerektiği ortaya konmuştur. Çalışma hem tarhananın hem de benzer kurutma süreçlerine tabi diğer gıdaların alternatif bir kurutma işlemine tabi tutulabileceğini göstermesi, süre kısalmasına bağlı enerji tasarrufu, kurutma kayıplarının (uçucu bileşenler) minimuma indirilmesi açısından sürdürülebilirliğe ve bilime katkı sağlamıştır.

Gruia ve arkadaşları (2018); çevre-yaşam kalitesi-biyoteknolojik moleküler gastronomi eksinine katkı sağlayacak yenilikçi gıda ürünleri, takviyeler ile tıbbi gıdalar ve fonksiyonel gıdalar geliştirilmesinin gerekliliği ve faydaları yönünde bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada; sağlık üreten gastronomik biyoteknolojik ürünler için; bitkisel/hayvansal özlerin elde edilmesi, biyoteknolojik işleme, gastronomik prototipleme aşamalarından oluşan bir üretim modeli önerdikleri çalışmalarında; maksimum sağlık üreten aynı zamanda hedonik potansiyele sahip fonksiyonel bileşik besleyiciler üretilmesi konusunda yeni bir yaklaşım ortaya konmuştur. Çalışma değişen özel beslenme ihtiyaçlarının karşılanabilirliği açısından, toplum sağlığına katkı sağlayabilmesi ve de farklı disiplinleri bir arada çalışmaya davet etmesi açısından bilime ve gastronomiye katkı sağlamaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Szymanski (2018); sentetik mayaların terurarının nasıl oluştuğuna yönelik eleştirel bir bakış açısı getirdiği çalışmasında; bira, şarap ve ekmek yapımında kullanılan ve çok geniş bir pazarı olan Saccharomyces cerevisiae'nın doğal teruarından çıkıp sentetik olarak üretilmesinin canlıların çeşitliliği açısından mevcut durumu ve potansiyel geleceği ve Saccharomyces cerevisiae 2.0 projesinin detayları anlatılarak tartışılmaktadır. Sentetik olarak üretilen mayalara beslenmeye, lezzete, üretim kalitesini arttırmaya yönelik farklı özellikler kazandırılmasının ortaya çıkaracağı potansiyel sonuçların değerlendirilmesi bakımından bilime katkı sağlayan çalışma, söz konusu mayalara yönelik çalışmaların ileri boyutlara taşınmasıyla gastronomi ve beslenme konusunda da bilim insanlarına farklı bakış açıları sunması anlamında önemli bir çalışma olarak değerlendirilmektedir.

Maguolo (2019), Torino'daki 2 Peru restoranını karşılaştırmalı analiz ettiği çalışmasında restoran işletmecileriyle derinlemesine görüşme yapmış sonuçları yorumlamıştır. Çalışma gastronomik kimlik ve göçmenlerin konuya bakış açısını ortaya koyması bakımından bilime katkı sağlamaktadır. Öte yandan; İtalya gibi köklü bir mutfak kültürü olan bir ülkede Peru'lu restoran işletmecilerin yaşadığı tüm zorlukları ve karşılaştıkları fırsatları ortaya koyması anlamında farklı kültürlerde mutfak işletmeciliği yapmak planı olan şefler için de öngörü oluşturması anlamında gastronomiye dünyasına da bambaşka bir katkı sağlamıştır.

Ángel-Rendón ve arkadaşları (2019); ohmik pişirme yönteminin domuz etinin su tutma kapasitesi, pişirme kaybı ve renk değişimi üzerindeki etkisini inceledikleri deneysel çalışmalarında; ohmik pişirmeyi tavada pişirme ile karşılaştırmışlardır. Çalışmada; iki pişirme yöntemi arasında pişirme kaybı açısından bir farklılık olmadığı, bununla birlikte su tutma kapasitesi (2dakika pişirme süresi için) ve renk değişimi (2,5 dakika pişirme süresi için) açısından önemli farklılıklar olduğu bulgulanmıştır. Çalışma, ohmik pişirmenin tavada pişirmeye kıyasla pişirme süresinin kısa olması ve renk değişiminin minimize edilmesini ortaya koyması bakımından önemli bir bulgu ile sonuçlanmış olsa da; organoleptik özelliklerin çok önemli olduğu yemek gibi bir konuda herhangi bir duyusal analiz yapılmamış olması; bulguların sektörde uygulanabilirliği konusunda yeterli olmadığını düşündürmüştür.

Woods ve arkadaşları (2019); geleneksel et kürleme işlemlerinden biri olan Wiltshire tuzlu suyunun temel mikrobiyal bileşenini analiz ettikleri çalışmalarında; Marinilactibacillus, Carnobacterium, Leuconostoc ve Vibrio cinslerini Wiltshire kürleme tuzlu suyunda bulunan çekirdek mikroflora olarak bulgulamışlardır. Çalışma; domuz etinde

OĞLAK YAYINLARI

yaygın kullanım alanına sahip söz konusu tuzlu suyun adeta mikrabiyal parmak izinin belirlenmesi niteliğinde bilime katkı sağlamanın yanı sıra; gıda endüstrisinde et işlemenin kalitesinin ve güvenliğinin artırılmasıyla bağlantılı önemli bir katkı da sağladığı değerlendirilmiştir.

Ángel-Rendón ve arkadaşları (2020); domuz etinin mikroyapısal, duyusal ve fizikokimyasal özelliklerinin tava, ohmik, vakum ve sous vide olmak üzere dört farklı pişirme yöntemine göre farklılıklarını araştırmışlardır. Çalışmada hem fizikokimyasal analizler hem de duyusal analizler yapılmıştır. Araştırmada; pişirme kaybı ve su tutma kapasitesi gibi özelliklerin pişirme yöntemine göre farklılaşmadığı, sous vide ve vakumlu pişirmenin tüketiciler tarafından daha az sert ve daha az sulu olarak algılanıp beğenilmediği, bu yöntemlerle pişirilen etlerin mikroyapısal düzeyde baskın bir yapı kaybı gösterdiğini, buna karşılık, tavada pişirilen örneklerin, tüketiciler tarafından sulu, yumuşak ve lezzetli olarak nitelendirilerek en çok beğenilen pişirme yöntemi olduğu bulgulanmıştır. Çalışmada ohmik pişirmenin, en çok beğenilen tavada pişirilmiş ete en benzer özelliklere sahip sonuçlar verdiği, bu nedenle bu pişirme yönteminin tavada pişirmeye bir alternatif olabileceği bulgusunun; mutfak uygulamalarında kullanılabilirliği açısından gastronomi dünyasına katkı sağladığı değerlendirilmiştir. Ohmik pişirme ile pişirme süresinin kısaltılmasının yanı sıra, tüketici beklentilerinin de karşılanabiliyor olması araştırmanın sektörde uygulanabilir olduğu ve farklı ürünlerde alternatif pişirme şekli gibi uygulamaların da önünü açacağı düşünülmektedir.

Vi ve arkadaşları (2020); akustik ilkelere dayanan bir yaklaşımla, yiyeceğin havada tutulduğu ve kullanıcıların pipet veya elektrotlara ihtiyaç duymadan yiyeceği tatma imkanına sahip olabilecekleri bir sistemden oluşan LeviSense sisteminin tüm tasarım ve donanım özelliklerini anlatmışlardır. Çalışmada havaya kaldırılan yiyeceklerin beş duyu organı ile etkileşimi sağlanmış ve deneklerin algılanan tat yoğunluğunu, hoşluk ve memnuniyetleri ölçülmüş, farklı aydınlatma ve koku koşullarının tat algısını etkilediği bulgulanmıştır. Çalışmada ortaya konulan LeviSense sisteminin; duyusal analizlerde servis ekipmanı gibi öğelerin kişilerin lezzet değerlendirme kriterlerini etkilememesi, koşulları optimize etmesi ve farklı renk, koku ortamlarının etkisinin ölçülebilmesine olanak tanıması anlamında bilime katkı sağladığı düşünülmektedir.

Finger ve arkadaşları (2020); Brezilya'daki, gıda mühendisliği, gıda bilimi ve teknolojisi, beslenme, veterinerlik, gastronomi, farmasötik bilimler gibi ana dallara dahil olan gıda mikrobiyolojisi eğitimi veren öğretim elemanlarının eğitim uygulamaları arasındaki

OĞLAK YAYINLARI

farklılıkları belirlemişlerdir. Çoğu öğretim elemanının hala geleneksel öğretim yöntemlerini kullanmasının yanı sıra geleneksel öğretim stratejilerini modern aktif öğrenme yöntemleriyle karıştırarak eğitim verenler de olduğunu; tercih edilen öğretim yaklaşımlarının diyalog veya tartışılan dersler, seminerler, ev ödevi, vaka çalışmaları ve saha ziyaretleri olduğunu bulgulamışlardır. Çalışmanın gıda mikrobiyolojisi konusunun önemi ve bu eğitimin alternatif yollarını sunması anlamında eğitimcilere ve bilime katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

Yoko ve arkadaşları (2021), et suyu içinde yemek pişirirken, difüzyon etkisiyle etteki NaCl konsantrasyonunun azalıp, diğer bileşenlerdeki konsantrasyonun artmasını eş zamanlı olarak simule etmişlerdir. Çalışmada; FEM tabanlı simülasyon yazılımı COMSOL Multiphysics kullanılarak pişirme sırasında sulu bir çözeltideki ve bileşenlerdeki NaCl konsantrasyonlarındaki değişiklikleri aynı anda simüle edilmiştir. Yapılan çalışmanın, pişirilmiş gıda maddeleri için çeşitli çeşnilendirme koşulları oluşturulabilmesinin önünü açması ve pişirme sürecini optimize etmeyi sağlayabilmesi ile gastronomi dünyasına katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

Zoran (2021); dijital gastronomiye farklı bir bakış açısıyla yaklaştığı çalışmasında; bilgisayarların gastronomi sektörüne uygulanmasının, yemeklerin kişiselleştirilmesi, şeflerin yemek pişirme süreçlerine teknolojik olarak yardımcı olabilmesinin önemini detaylandırarak, geleneksel bir yemeğin dijital bir mutfak yaratımına dönüştürülmesinden ortaya çıkabilecek olasılıkları örneklendirmektedir. Çalışma; hibrit mutfakların hem şeflere hem tüketicilere sağlayacağı potansiyel katkılar üzerinde durmaktadır. Mevcut ve potansiyel dijital gastronominin tartışıldığı çalışmanın şeflerin mühendislerle bir arada çalışmasının sektöre sağladığı ve sağlayacağı faydaları göz önüne sermesi bakımından bilime ve sektöre katkı sağladığı değerlendirilmiştir.

Yıllara göre yapılmış çalışmalar incelendiğinde; ilk çalışmanın 2009 yılında yayımlandığı, sonrasında 2013 yılına kadar konu ile ilgili literatürde çalışma yer almadığı görülmektedir. En fazla çalışma (N:4) 2019 yılında yapılmıştır. Yıllara göre yayın sayıları Tablo 1'de sunulmuştur.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo1: Yıllara göre yayın sayıları

Yıl	N	%
2009	1	5,263
2013	1	5,263
2015	2	10,526
2016	1	5,263
2017	3	15,789
2018	3	15,789
2019	4	21,053
2020	3	15,789
2021	1	5,263
Toplam	19	100

Çalışmaların dahil olduğu mühendislik alanları incelendiğinde; çok büyük bir kısmının (N:11) gıda mühendisliği kapsamında gerçekleştirildiği, bununla birlikte kimya ve çevre mühendisliklerinde de gastronomi ile ilgili çalışmalar yapıldığı ve robotik gastronomideki artan popülerlikle Bilgisayar mühendisliğinin de gastronomi çalışmalarına dahil olduğu görülmektedir. Mühendislik alanlarına göre yapılan çalışmalar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo2: Mühendislik alanlarına göre yapılan çalışmalar

Mühendislik Alanı	N	%
Gıda Mühendisliği	11	57,895
Kimya Mühendisliği	2	10,526
Bilgisayar Mühendisliği	2	10,526
Çevre Mühendisliği	2	10,526
Karma Mühendislikler	1	5,263
Sosyal Mühendislik	1	5,263
Toplam	19	100

Mühendislik bilimlerinde gastronomi ile ilgili yapılmış çalışmalar incelendiğinde; ağırlıklı olarak (N:8) yeni ürün geliştirme konusunda alana katkı sağlandığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların bazıları birden fazla alana katkı sağladığı için (yeni ürün geliştirme ve moleküler gastronomiye aynı anda katkı sağlamak gibi) toplam incelenen makale sayısı 19 iken; gastronomi alanına sağladığı katkıya göre yapılan sınıflandırmada toplam 6 alanda 25 katkı sağlandığı bulgulanmıştır. Çalışmaların gastronomi bilimi'ne sağladığı katkılar Tablo 3'te sunulmuştur.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo3: Yapılan çalışmaların gastronomi alanına göre sınıflandırılması

Gastronomi Alanı	N	%
Yeni ürün geliştirme	8	32
Robotik gastronomi	4	16
Gastronomi eğitimi	4	16
Moleküler gastronomi	3	12
Atık yönetimi	3	12
Pişirme/hazırlama teknikleri	3	12

Çalışma kapsamındaki makalelerin başlıkları ve atıf alma anlamında bilime sağladıkları katkılar incelendiğinde; Sun ve arkadaşlarının (2015) 3 boyutlu gıda yazıcılarının özelleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş gıda üretiminde kullanımına yönelik deneysel çalışmalarının en yüksek atıf alan çalışma olduğu (N:174) görülmektedir. İkinci en yüksek atıf (N:61) da yine 3 boyutlu gıda yazıcıları ile ilgili Lanaro ve arkadaşlarının (2017) çalışması olup; çikolatadan üretilen karmaşık 3 boyutlu nesnelerin basılmasına yönelik deneysel bir çalışmadır. Çalışmaların konu başlıkları atıfları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo4: Yazar, yayın yılı, yayın adı ve atış sayısına göre makaleler

İlk Yazar	Yayın Yılı	Yayın Adı	Atıf Sayısı
Sun, J	2015	An Overview Of 3d Printing Technologies For Food Fabrication	174
Lanaro, M	2017	3D printing complex chocolate objects: Platform design, optimization and evaluation	61
Welch, C.J.	2015	Cocktail Chromatography: Enabling the Migration of HPLC to Nonlaboratory Environments	28
Angel-Rendon, S.V.	2020	Pork meat prepared by different cooking methods. A microstructural, sensorial and physicochemical approach	16
Nushtaeva, A.V.	2016	Natural Food-Grade Solid Particles For Emulsion Stabilization	9
Rodgers, S.	2009	The state of technological sophistication and the need for new specialised tertiary degrees in food services	9
Szymansk, E.A.	2018	What is the Terroir of Synthetic Yeast?	7
Aguilera, J.M.	2017	Food engineering into the XXI century	7
Angel-Rendon, S.V.	2019	Ohmic cooking: Application of a novel technology in pork and influences on water holding capacity, cooking loss and colour	5
Woods, D.F.	2019	The Microbiome of an Active Meat Curing Brine	3
Kazimierowicz, J.	2017	Biogas Acquisition From Selected Mixtures Of Expired Food Products	3

OGLAK YAYINLARI

Sakin-Yılmazer, M.	2017	Convective Drying Behavior Of Tarhana Dough	3
Vi, C.T.	2020	LeviSense: A platform for the multisensory integration in levitating food and insights into its effect on flavour perception	2
Gruia, R.	2018	Study On Interface Environment - Food With Change Of Paradigm Towards Health Generating Gastronomy	1
Uno, Y.	2013	Assembled-magnetite membrane for recovery of starch granules in an open flow	1
Yoko, S.	2020	Simultaneous simulation of changes in the NaCl concentrations of Japanese radish and an aqueous solution during cooking	0
Finger, J.D.F.F	2020	Challenges of teaching food microbiology in Brazil	0
Zoran, A.	2019	Cooking With Computers: The Vision of Digital Gastronomy	0
Maguolo, S.	2019	Capitalization processes of food culture. The soldiers of the Peruvian gastronomic revolution in Turin	0

Alanda yazılmış makaleler incelendiğinde; vurgulanan konular 9 ana grupta incelenebilir. Teknolojik yemek, gıda kimyası ve gıda mikrobiyolojisi konuları araştırmacıların en fazla (N:9) yoğunlaştığı konular olarak görülmektedir. Vurgulanan konular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo5: İncelenen makalelerin vurgulanan konulara göre dağılımı

Konu	**N**	%
Teknolojik yemek	3	15,789
Gıda kimyası	3	15,789
Gıda mikrobiyolojisi	3	15,789
Alternatif pişirme yöntemleri	2	10,526
3 boyutlu gıda yazıcıları	2	10,526
Geri dönüşüm / Geri kazanım	2	10,526
Robotik gastronomi	2	10,526
Gıda mühendisliği	1	5,263
Yemek kültürü	1	5,263
Toplam	19	100

İncelenen makalelerin yayım yılı ve araştırma modelleri incelendiğinde 11 çalışma deneysel çalışmadan oluşurken 8 çalışmanın ise tarama modelinde olduğu görülmektedir. Çalışmaların araştırma modelleri Tablo 6'da sunulmuştur.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo6: Araştırmaların yılı ve modeli

Araştırma Adı	**Araştırma Modeli**
The State of Technological Sophistication and The Need for New Specialised Tertiary Degrees in Food Services (2009)	Tarama
Assembled-Magnetite Membrane For Recovery of Starch Granules in an Open Flow (2013)	Deneysel
Cocktail Chromatography: Enabling the Migration of HPLC to Nonlaboratory Environments (2015)	Deneysel
An Overview Of 3d Printing Technologies For Food Fabrication (2015)	Tarama
Natural Food-Grade Solid Particles for Emulsion Stabilization (2016)	Deneysel
Food Engineering into the XXI Century (2017)	Tarama
3d Printing Complex Chocolate Objects: Platform Design, Optimization and Evaluation (2017)	Deneysel
Biogas Acquisition From Selected Mixtures of Expired Food Products (2017)	Deneysel
Convective Drying Behavior of Tarhana Dough (2017)	Deneysel
Study on Interface Environment-Food With Change of Paradigm Towards Health Generating Gastronomy (2018)	Tarama
What is The Terroir of Synthetic Yeast? (2018)	Tarama
Capitalization Processes of Food Culture. The Soldiers of the Peruvian Gastronomic Revolution in Torino (2019)	Tarama
Ohmic Cooking: Application of A Novel Technology in Pork And İnfluences on Water Holding Capacity, Cooking Loss And Colour (2019)	Deneysel
The Microbiome of an Active Meat Curing Brine (2019)	Deneysel
Pork Meat Prepared By Different Cooking Methods. A Microstructural, Sensorial And Physicochemical Approach (2020)	Deneysel
Levisense: A Platform For The Multisensory Integration in Levitating Food and Insights into its Effect on Flavour Perception (2020)	Deneysel
Challenges of Teaching Food Microbiology in Brazil (2020)	Tarama
Simultaneous Simulation of Changes in the NaCl Concentrations of Japanese Radish And An Aqueous Solution During Cooking (2021)	Deneysel
Cooking With Computers: The Vision of Digital Gastronomy (2021)	Tarama

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketiciler yedikleri yemeklerin daha iyi, kaliteli, nitelikli olması beklentisindedirler. Bu noktada her ne kadar şefler yenilik peşinde olsalar ve bireysel farklılıklarını ortaya koyarak bir şekilde bu ihtiyacı karşılamak isteseler de bireysel çabalar yeterli olmamakta ve farklı bilimlerin de desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Mühendislik bilimleri bu anlamda farklı pişirme yöntemleri, ürün hazırlama, saklama, yetiştirme gibi konularda gastronomiye destek vermektedir.

Teknolojinin ilerlemesi ve mutfaklarda da daha teknolojik gereçlerin kullanılması yenilikçi şefler tarafından tercih edilmektedir. Birçok şef, yemek pişirme sürecinin bilimsel alt yapısına daha fazla ilgi duymaktadır. Şefler mutfaklarında malzeme bilimi,

OĞLAK YAYINLARI

ölçme teknikleri gibi mühendislik araçlarını kullanmanın yanı sıra; ünlü şef Rene Redzepi'nin Danimarka'daki restoranı Noma'daki gibi kendi laboratuvarlarını açarak bir adım öteye taşıyanlar da bulunmaktadır. Gıda biliminin endüstriyel uygulaması ve laboratuvar çalışmalarını kapsamı içine alan gıda mühendisliği ile; gastronominin ortak noktasının "gıdalar" olması; mühendislik alanları içinde en fazla gastronomi alanında çalışma yapan bilimin de gıda mühendisliği olmasını açıklamaktadır.

Sürdürülebilirlik konusu tüm sektörlerde olduğu gibi gastronomide de önemsenen ve üzerinde durulan bir konudur. Bununla birlikte yapılan araştırmada gastronomide sürdürülebilirliğe dair, geri dönüşüm geri kazanım alanında sadece 2 çalışmanın bulgulanmış olması bu alanda literatürde bir eksiklik olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda artık yerel üretimin desteklenmesi, tedarik zincirinin kısaltılması, butik üreticilerin desteklenmesi gibi konular gastronomi biliminde bu kadar ön plandayken konunun araştırmacıların radarına yakalanmamış olması şaşırtıcıdır. Bununla birlikte yine gastronominin giderek artan bir tüketici ilgisine maruz kalan ve konuyla ilgili şefler tarafından da üzerinde durulan organik tarım, dikey tarım, şehir tarımı gibi ziraat mühendisliğinin gastronomi bilimi ile kesişim kümesi olarak gösterilebilecek alanlarında da literatürde bir eksiklik olduğu değerlendirilmektedir.

Gastronomi, doğası gereği bir kültür, sanat ve bilimin bir arada yer aldığı disiplinlerarası bir kavram iken; günümüzde giderek popüler kültürün bir unsuru haline dönüştürülerek adeta bir şov ürünü, bir hızlı tüketim unsuru gibi gösterilerek değersizleştirmeye maruz kaldığı değerlendirilmektedir. Bilim, kültür ve sanatla daha fazla yoğrulduğu takdirde içinde bulunduğu durumun da değişeceği ve hakettiği yere geleceği düşünülmektedir. Bu noktada bilimle daha fazla içli dışlı olmanın yolu da mühendislik bilimlerinin gastronomi ile daha fazla disiplinler arası çalışmalar yapması olarak görülmektedir.

Gastronomi biliminin disiplinlerarasılığı göz önüne alındığında mevcut çalışmalara ek olarak daha çeşitli mühendislik alanlarında da çalışmalar yapılabileceği düşünülmektedir. Çalışma Web of Science Core Collection veri tabanı taranarak gerçekleştirilmiş, gelecekte yapılacak çalışmalarda EBSCO, Google Scholar gibi başka veri tabanları da ilave edilerek çalışma kapsamı genişletilebilir.

OGLAK YAYINLARI

KAYNAKLAR

Aguilera, J. M. (2017). "The Emergence of Gastronomic Engineering". *Innovative Food Science & Emerging Technologies*, *41*, 277-283.

Aguilera, J. M. (2018a). "Relating Food Engineering to Cooking and Gastronomy". *Comprehensive reviews in food science and food safety*, 17 (4), 1021-1039.

Aguilera, J.M. (2018b). "Food Engineering tnto The XXI Century". *American Institute of Chemical Engineers Journals*. 64, 2-11.

Ángel-Rendón, S. V., Filomena-Ambrosio, A., Cordon-Diaz, S., Benítez-Sastoque, E. R., ve Sotelo-Díaz, L. I. (2019). "Ohmic cooking: Application of a novel technology in pork and influences on water holding capacity, cooking loss and colour". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 17, 100164.

Ángel-Rendón, S. V., Filomena-Ambrosio, A., Hernández-Carrión, M., Llorca, E., Hernando, I., Quiles, A., ve Sotelo-Díaz, I. (2020). "Pork Meat Prepared by Different Cooking Methods. A Microstructural, Sensorial and Physicochemical Approach". *Meat science*, *163*, 108089.

Aromataris, E. ve Pearson, A. (2014). "The Systematic Review, American Journal of Nursing", *American Journal of Nursing*, 114 (3), 53-58.

Cook D.J., Sackett D.L. ve Spitzer W.O. (1995). "Methodologic Guidelines or Systematic Reviews of Randomized Control Trials in Health Care From the Potsdam Consultation on Meta-Analysis", *Journal of Clinical Epidemiology*, 48, 167-171.

Finger, J., Menezes, J. B., Melo Franco, B. D. G., Landgraf, M., Raspor, P., ve Pinto, U. M. (2020). "Challenges of Teaching Food Microbiology in Brazil". *Brazilian Journal of Microbiology*, *51*(1), 279-288.

Gruia, R., Ţuluca, E., ve Munteanu, I. (2018). "Study on Interface Envıronment-Food With Change of Paradigm Towards Health Generating Gastronomy". *Environmental Engineering & Management Journal*, *17*(11).

Kazimierowicz, J. (2017). "Biogas acquisition from selected mixtures of expired food products". *Journal of Ecological Engineering*, 18 (4), 118-122.

Lanaro, M., Forrestal, D. P., Scheurer, S., Slinger, D. J., Liao, S., Powell, S. K., ve Woodruff, M. A. (2017). "3D Printing Complex Chocolate Objects: Platform Design, Optimization and Evaluation". *Journal of Food Engineering*, *215*, 13-22.

Maguolo, S. (2019). "Capitalization Processes of Food Culture. The Soldiers of The Peruvian Gastronomic Revolution in Torino". *Confluenze. Rivista Di Studi Iberoamericani*, 11(1), 123-161.

Nushtaeva, A. V. (2016). "Natural food-grade solid particles for emulsion stabilization". *Colloids and Surfaces A: Physicochemical and Engineering Aspects*, 504, 449-457.

Rodgers, S. (2009). "The state of technological sophistication and the need for new specialised tertiary degrees in food services". *International Journal of Hospitality Management*, 28 (1), 71-77.

Sakin Yılmazer, M. (2017). "Convective drying behavior of tarhana dough". *Journal of Food Process Engineering*, 40(1), e12296.

Sun, J., Zhou, W., Huang, D., Fuh, J. Y., ve Hong, G. S. (2015). "An overview of 3D printing techno-

OĞLAK YAYINLARI

logies for food fabrication". *Food and bioprocess technology*, 8(8), 1605-1615.

Szymanski, E. A. (2018). "What is the Terroir of Synthetic Yeast?". *Environmental Humanities*, 10(1), 40-62.

Tekiner, İ. H., Tabak, T., Köklü, O., Hülağa, G., & Orhan, H. İ. "Gastronomide Evrensel Dil: Bilim Ve Mühendislik "Eleştirel Bir Bakış"". *Aydın Gastronomy*, 3 (2), 75-85.

Türker, İ. ve İşleroğlu, H. (2020). "Gıda Mühendisliği ve Gastronomi Bilimi: Ortak Yaklaşımlar ve Ortak Gelişim". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (2), 1552-1577.

Vi, C. T., Marzo, A., Memoli, G., Maggioni, E., Ablart, D., Yeomans, M., ve Obrist, M. (2020). "Levisense: A Platform for the Multisensory Integration in Levitating Food and İnsights into Its Effect on Flavour Perception". *International Journal of Human-Computer Studies*, *139*, 102428.

Welch, C. J., Nowak, T., Joyce, L. A., ve Regalado, E. L. (2015). "Cocktail Chromatography: Enabling The Migration of HPLC to Nonlaboratory Environments". *ACS Sustainable Chemistry & Engineering*, *3*(5), 1000-1009.

Woods, D. F., Kozak, I. M., Flynn, S., ve O'Gara, F. (2019). "The Microbiome of an Active Meat Curing Brine". *Frontiers in Microbiology*, 9, 3346.

Uno, Y., Morisada, S., Ohto, K., ve Kawakita, H. (2013). "Assembled-Magnetite Membrane for Recovery of Starch Granules in an Open Flow". *Chemical Engineering Research and Design*, 91(12), 2743-2747.

Yoko, S., Sayako, H., Risa, H., ve Midori, K. (2021). "Simultaneous Simulation of Changes in the NaCl Concentrations of Japanese Radish and an Aqueous Solution During Cooking". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100343.

Zoran, A., Gonzalez, E. A., ve Mizrahi, A. B. (2021). "Cooking With Computers: The Vision Of Digital Gastronomy". *Gastronomy and Food Science* (35-53). Oxoford:Academic Press.

OĞLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

ON ALTINCI BÖLÜM
KIRSAL KALKINMA ARACI OLARAK COĞRAFİ İŞARETLİ YİYECEKLER

Öğr. Gör. Samet AK[1]

1. GİRİŞ

Son birkaç yüzyıldır yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle dünya çapında değişen yemek tüketim davranışı ve aynı zamanda yiyeceğe artan talep, gıda üretiminde de çeşitli değişimleri beraberinde getirmiştir. Günlük tüketim alışkanlıkları yerel yiyecekler ve yemekler ile sınırlıyken, bugün mevsim ve mesafe sınırlılıklarından uzak bir şekilde hemen her yerde farklı ülkelerin ve kültürlerin yiyeceklerine ve yemeklerine ulaşmak mümkün hale gelmiştir (Giovannucci, Barham ve Pirog, 2010). Öyle ki küreselleşme tüm dünyada ortak bir damak tadı yaratmaya başlamıştır (Mak, Lumbers ve Eves, 2012). Yerelden küresele, çiftlikten endüstriyele doğru gerçekleşen bu değişim beraberinde yiyeceğin üretimi, kalitesi ve standardı ile ilgili sorunları da getirmiştir. Yiyeceklerin yetiştirilmesi, hazırlanması ve nihai ürün haline getirilmesi gibi farklı aşamalarda kalite standartlarını belirleme gereği ortaya çıkmıştır. Tüketiciler de artık yiyeceklerin nereden geldiğini, onları kimin, nasıl ürettiğini gözetmeye başlamışlardır. Bunun da etkisiyle son yıllarda yerel yiyecekler tekrar talep edilen kıymetli ürünler hale gelmiştir. Ülkelerin de güçlü bir ekonomik kaynak olarak gördükleri yerel yiyecek ve içeceklerini fikri mülkiyet hakkı, patent ve sertifikalandırma gibi araçlarla koruma altına alarak hem kalite hem de katma değer katarak korumaya başlamışlardır (Giovannucci vd., 2010).

Bu uygulamalar bir yönüyle ticari ya da ekonomik kaygıların giderilmesi gayretini taşırken; diğer yönüyle ürünler ile ilgili standartları da ortaya koymakta ve aynı zamanda tüketicilere kaliteyi de garanti etmektedir (Bowen, 2010). Ancak kişilere verilen telif ya da patent haklarının ötesinde bir yiyeceğin sadece bir yöreye ait olduğunu belirtecek, ekonomik değerinin yanı sıra o yörenin kültürel geçmişini yansıtacak, oradaki insanlara ait olacak yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmuştur. Bu kapsamda Fransa, İtalya, İspanya gibi Avrupa ülkelerinin öncülüğünde gelişmiş ve gelişmekte olan diğer ülkeler belirli bir bölgede üretilen ve orada yaşayan insanların ortak değerini yansıtan apelasyon ve coğrafi işaretleme çalışmalarını başlatmışlardır. Bu sayede yemekler, köklerindeki tarihi ve kültürel geçmişleriyle birlikte ön plana çıkaran bir kalkınma aracı olarak değerlendirmektedirler (Belletti ve Marescotti, 2011). Böylece hem yiyecekler korunarak

1 Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, samet.ak@alanya.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

katma değer yaratılmış hem de yerel halk için özellikle üreticiler için ekonomik fayda sağlanmıştır (Teuber, 2011). Bu araştırmada da ülkemizdeki coğrafi işaretli ürünlerden kırsal kalkınma aracı olarak hangi boyutlarda yararlanıldığı üzerinde durulmaktadır. Bu bağlamda öncelikle yerel yiyecek ve coğrafi işaretleme kavramları üzerinde durulmuş, uluslararası alanyazında coğrafi işaretli yiyeceklerin kırsal kalkınmadaki rolünü ele alan araştırmalara yer verilmiş ve ardından ülkemizde aynı kapsamda yapılmış çalışmalar sistematik derleme yaklaşımıyla irdelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Yerel yiyecek ve coğrafi işaretleme

Üzerinde uzlaşılmış bir tanımlaması henüz yapılamamış olsa da yerel yiyeceklerin yerelliği, çoğunlukla yiyeceğin üretim ve tüketim yeri arasındaki mesafeye dayandırılmaktadır. Burada yiyeceğin kendisi doğrudan tüketilebileceği gibi yerel malzemelerden yapılan yemeklerin, yerel yiyecek olarak tanımlanmasının da yine çoğunlukla mesafe üzerinden ele alındığını görmekteyiz. Dolayısıyla yerel yiyecekler ve yemekler; bir yere özgü, oraya has ürünler olarak anlaşılmaktadır. Ancak Avieli'nin (2013) ifade ettiği gibi yerel yiyecekler yaşanan sosyal değişimlere karşı duyarlı ve dinamik bir yapıdadır. Benzer bir dinamikliği yerel yiyeceği konu edinmiş çalışmaların, kavramı kendi araştırma konularına göre tanımlamalarında ya da uygun bir tanım üzerinden ilerlemelerinde de görmekteyiz. Söz gelimi Kim vd. (2009: 424), yerel yiyecekleri sadece bir bölgede yetiştirilen değil hammaddesi dışarıdan tedarik edilse de yerel kimliği yansıtacak şekilde "orada" işlenen ve hazırlanan ürünler şeklinde ele alıp daha çok kültürel yönünü öne çıkararak tanımlamışlardır. Benzer şekilde Björk ve Kauppinen-Räisänen (2016) ve Sims (2009) bölgesel ya da ulusal kimliği, kültürü yansıtan ürünler olarak değerlendirmişlerdir. Morris ve Buller (2003), dışarıya ihraç edilen katma değerli "özel" ürünler olarak yerel yiyecekleri ele alırken onun ekonomik yönüne işaret etmektedirler. Allen (2010) farklı bir bakış açısıyla yerel yiyeceğin çevre, sağlık ve sosyal adalet ile ilgili faydalarını öne çıkarmaktadır. Lang ve arkadaşları (2014) da yerel yiyecekleri tüketicilerin yaşadığı ya da alışveriş yaptığı yere yakın, erişimi kolay ve kısa mesafede bulunan, belirli bir coğrafi ya da bölgesel sınır içinde bir topluluğu yansıtan ürünler olarak dört nitelikle özetlemişlerdir. Feldmann ve Hamm (2015:156) ise alanyazındaki tanımlamaları derleyerek yerel yiyeceğin 10 ila 100 mil mesafede üretilen ve tüketilen, üretim ve tüketim yeri arasındaki seyahat süresi, bir yerdeki kültürel, sosyal bazı niteliklerle ya da coğrafi sınırlar (Taşköprü Sarımsağı vb.) bağlamında coğrafi işaretleme gibi yaklaşımlarla tanımladığını ifade etmektedir. Ancak coğrafi işaretli ürünlerin nasıl olması gerektiği Avrupa Birliği tarafından net bir şekilde tanımlandığı için bunları belirsiz olan yerel yiyecek tarifine dahil etmemektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Buna göre coğrafi işaretleme, sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan gelen ürünü, bu ürünün o coğrafya ile olan bağını ve "oradan" gelen kimi karakteristik özelliklerinin olduğunu göstermektedir (Kan ve Gülçubuk, 2008; Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013). Coğrafi işaretlemenin coğrafya ile bağını açıklarken kullanılan bir diğer önemli kavram, terroir kavramıdır. Coğrafi işaret ile bir ürünün, coğrafyanın korunması ve kırsal kalkınma arasındaki ilişkinin bu kavram ile kurulduğu ifade edilmektedir (Bowen ve Zapata, 2009: 109). Terroir, bir yerin rakım, iklim, mikro iklim, bitki örtüsü, toprak tipi gibi benzersiz özelliklerini ve oradaki geleneksel bilgi birikimi ifade etmektedir. Bu coğrafi ve beşerî özelliklerin bir araya gelmesiyle bir yerin lezzeti ortaya çıkmaktadır (Trubek, 2008; Bowen ve Zapata, 2009; Mak vd., 2012; Agostino ve Trivieri, 2014; Cei, Defrancesco ve Stefani, 2018a). Daha çok şarap üretimi ile özdeşleşmiş bir kavram olsa da yiyecekler için de kullanılmaktadır. Bir yiyeceğin coğrafi işaret alabilmesi için belirli bölgede üretimin gerçekleşmesi gerekliliği vardır. Ancak bu noktada coğrafi işaretleme kapsamında kullanılan farklı işaretleme türlerine de değinmek yararlı olacaktır. Avrupa'da ve ülkemizde kullanılan coğrafi işaretleme türleri, menşei işareti (Protected Designation of Origin) ve mahreç işaretidir (Protected Geographical Indication). İkisi arasındaki fark ise üretim yerinden kaynaklanmaktadır (Durlu-Özkaya vd., 2013: 17). Buna göre menşei işaretli bir ürününün tüm karakteristik özellikleri, sınırları belirlenmiş bir coğrafyadan gelmeli ve üretiminden işlenmesine tüm sürecin o coğrafyada gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Buna karşın mahreç işaretine sahip ürünler karakteristik özelliklerini o coğrafyadan almasına rağmen üretim sürecinin en az bir aşamasının o coğrafyada gerçekleşmesi yeterli görülmektedir (Gökovalı, 2007; Kan vd., 2012). Bu yönüyle mahreç işaretli ürünlerin yaygınlaşması daha kolay olduğu düşünülse bile, bu ürünler başka bir yerde üretilmesi halinde yine orijinal usul ve tekniklerle üretilmek durumundadır. Kısacası coğrafi işaretlemenin doğasına uygun şekilde ürünün kalitesi ve standardı korunmalıdır. İfade edilen işaretlemelere ek olarak Avrupa'da kullanılan bir diğer işaret ise geleneksel ürün adı ya da özellik garantisidir (Traditional Speciality Guaranteed) ve ürünün geleneksel yollarla üretildiğini ya da geleneksel malzemeleri içerdiğini ifade etmektedir (https://ec.europa.eu). Avrupa ile ülkemizdeki coğrafi işaretleme yaklaşımı arasındaki bir diğer fark, bu işaretleme sistemine dahil edilen ürünlerle ilgilidir. Avrupa'da yalnızca yiyecek ve içecekler coğrafi işaret kapsamında değerlendirilirken, ülkemizde geleneksel el sanatları ürünleri (halı, kilim vb.) ile doğal kaynaklar da (mermer, lüle taşı vb.) bu kapsamda ele alınmaktadır (Gökovalı, 2007). Ancak ülkemizde de yiyecek ve içeceklerin işaretlenmesi daha yaygın şekilde yapılmaktadır.

Bu noktada değinilmesi gereken bir diğer husus coğrafi işaretleme ile patent hakkının nasıl ayrıldığıdır. Coğrafi işaretleme, kişilerin alabileceği bir telif hakkı gibi

OĞLAK YAYINLARI

değerlendirilmemektedir. Uygulama kültürel bağlamda yapıldığı için kolektif bir yönü vardır dolayısıyla devredilmesi, kiralanması söz konusu değildir. Ancak patent hakkı bir kişiye, üreticiye ait olabilir ve sadece kendi belirlediği şartlarda üretimi gerçekleştirebilir. Esasında her ikisinin temelinde bir fikri mülkiyet hakkı vardır. Ancak coğrafi işaretleme bu fikri mülkiyet hakkını o coğrafyada yaşayan insanların tamamına, onların bilgilerine, geleneklerine, kültürüne dayandırır. Bu yönüyle coğrafi işaretleme, bireysel değil toplumsal bir değerdir. Bundan dolayıdır ki yerel ekonomiyi desteklemede, kırsal kalkınmaya yardımcı olmada itici ekonomik bir güçtür ve üstelik koruyucu bir yönü de vardır (Giovannucci vd., 2010; Bowen, 2010; Belletti vd., 2017).

2.2 Kırsal kalkınma aracı olarak coğrafi işaretler

Kırsal kalkınma ve coğrafi işaretleme arasındaki ilişkiyi inceleyen uluslararası alanyazında pek çok araştırma yer almaktadır (Rangnekar, 2004; Bramley, 2011; Barham ve Sylvander, 2011; Belletti ve Marescotti, 2011; Belletti, Marecotti ve Touzard, 2017). Söz konusu araştırmalara bakıldığında, coğrafi işaretli ürünlerin yarattığı ekonomik değer öne çıkmasına rağmen buna ek olarak sosyal ve çevresel katkılardan ve bu katkıların sürdürülebilirliğinden de söz edilmektedir (Barham, 2003; Vandecandelaere vd., 2009; Bowen ve Zapata, 2009; Belletti, Marecotti, Sanz-Canada ve Vakoufaris, 2015; Cei vd., 2018a; Hoang vd., 2020). Coğrafi işaretlemenin kırsal kalkınmadaki rolünü dört ana başlıkta ifade eden Belletti ve Marescotti (2011) bunları; yerel tedarik zincirinin desteklenmesi, farklılaşma ve ekonomik çeşitliliğin sağlanması, yerel insan kaynağının etkin ve verimli kullanımı ile çevre ve yerel kültürün korunması olarak ifade etmektedir (Cei vd., 2018a). Ancak coğrafi işaretleme sonrasında üretimin, tedarik zincirinin kontrolü yapılmadığı veya gelişimine dikkat edilmediğinde aynı bağlamlarda kimi olumsuzlukların da görülebileceği dile getirilmektedir (Larson, 2007; Bowen ve Zapata, 2009; Thévenod-Mottet, 2010).

Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınmada ekonomik katkısının kaynağında, üretimin belirli bir alanda gerçekleşebilmesi yer almaktadır. Bunun bir sonucu olarak, içeriden ya da dışarıdan üretim ve tedarik zincirine katılım önemli ölçüde engellenmiş olur ve böylece söz konusu ürünün tüm faydalarının o bölgede kalması sağlanır (Bramley, 2011). Bu, o bölgedeki üreticilerin ve diğer paydaşların kendi içlerinde oluşturdukları monopol piyasa yapısını da doğurmaktadır. Bölge içinden ya da dışından tedarik zincirine dahil olmak ve üretim yapmak isteyen üreticiler belirlenen koşulları sağlamak durumundadırlar. Ancak bilgi birikimi (know-how) bir başka belirleyici faktördür. Coğrafi işaretli ürünleri farklı kılan, özel yapan şey yerel üreticilerin zanaatlarıdır. Coğrafi işaretlemenin yarattığı katma değeri İtalya ve Fransa örnekleriyle açıklayan Cei vd.(2018b),

ÇİZİK YAYINLARI

iki ülkenin coğrafi işaretleme ile altı milyar dolar gelir yarattığını ifade etmektedir. Doğan ve Gökovalı (2012: 763), yaratılan ekonomik değere örnek olarak kimi ürünlerin coğrafi işaret almalarından sonra satış fiyatlarında dramatik artışların olduğunu dile getirmektedir. Şarap üretimi bağlamında ekonomik faydaları ele alan Agostino ve Trivieri (2014), Fransa, İtalya ve İspanya'nın coğrafi işaretlemelerin ardından ithalat gelirlerinin önemli derecede arttığını vurgulamaktadır. Aynı zamanda ürünlerin pazarlanması ve turizm başta olmak üzere diğer sektörlerle olan doğrudan ve dolaylı bağlar sebebiyle, ekonomik zincirin genişlediği ve ekonomik faydanın topluma yayıldığı ifade edilmektedir (Bessiere, 1998). Ürün fiyatlarındaki artışın ve ekonomik getirilerin yanı sıra istihdam yaratma konusundaki başarı da göze çarpmaktadır. Üreticilerin artan talebe karşılık verebilmek için üretim kapasitelerini artırmaları, şarap rotaları, gastronomi turları gibi destekleyici faaliyetlerin yarattığı iş gücü kırsal kesimin yaşam kalitesini artırarak sosyal fayda yaratmaktadır.

Coğrafi işaretlemenin sosyal ve çevresel açıdan getirdiği faydalara bakıldığında ise yerel halkın sahip olduğu kültürel miraslarını, üretim alanlarını, geleneksel üretim sistemlerini ve ürünlerini korumada ortak bir bilinç ve sorumluluk yarattığı ifade edilmektedir (Barham, 2003; Vandecandelaere vd., 2009). Bu sosyal bilincin, ifade edilen ekonomik kazanımların sürdürülmesine ve aynı zamanda doğanın ve çevrenin korumasına katkı sağladığı görülmektedir. Dolayısıyla coğrafi işaretlemenin, sosyal olduğu kadar çevre bilinci de yaratarak üretim sahalarını, biyolojik çeşitliliği ve endüstriyel üretimlerde ürün kalitesini korumada oldukça önemli role sahip olabileceği anlaşılmaktadır. Ancak Bowen ve Zapata (2009), coğrafi işaretleme ve çevre ilişkisini ele alan Riccheri vd. 'nin (2006) ifadeleriyle söz konusu etki üzerinde daha fazla durulması gerektiği görüşünü takip ederek, Meksika'da tekila üretimi için agave bitkisi yetiştiriciliğinde geleneksel usullerin terkedilmesi ve üretiminin uluslararası bazı şirketler etrafında birleşmiş olması sebebiyle doğanın ve üreticinin zarar gördüğünü dile getirmektedir. Söz konusu örnekte coğrafi işaretlemenin ne kırsal hayatı desteklediği görülmektedir ne de üretici ve çevre bakımından beklenen faydayı sağladığı.

İlerleyen yıllarda yapılan coğrafi işaretleme ve çevre arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalarda ise çevre ve sürdürülebilirlik vurgusu öne çıkmaktadır. Söz gelimi Belletti vd. (2015), zeytinyağı üreticilerinin çevrenin onlar için önemli olduğunun farkında olarak ürünlerinin kalitesini bozacak şeylerden uzak durduklarını, dolayısıyla coğrafi işaretlemenin dolaylı da olsa çevreyi koruyan bir girişim olduğunu ifade etmektedirler. Ancak daha iyi kurallar benimsenerek bunun iyileştirebileceğini dile getirmektedirler. Benzer şekilde Hoang vd. (2020), coğrafi işaretlemeyle birlikte portakal üreticilerin çevreyi koruma konusunda daha duyarlı olduklarını, söz gelimi toprak verimini artıran

OGLAK YAYINLARI

doğal gübrelemeyi, uygun sulama yöntemlerini benimsediklerini, önceden doğaya atılan ambalajların şimdi toparlandığını ifade etmektedirler. Dolayısıyla doğal çevrenin korunması ve iyileştirilmesinde coğrafi işaretlemenin olumlu yönde katkısının olduğunu aktarmaktadırlar. İfade edilen çalışmalarda görüldüğü üzere coğrafi işaretli yiyecekler, kırsal alanların ekonomik, sosyal ve çevresel boyutta gelişimine ön ayak olmaktadır (Bkz.: Tablo 4.1). Buradan yola çıkarak ülkemizde yayımlanmış ilgili çalışmaların sistematik derlemesine aşağıda yer verilmektedir.

3. YÖNTEM

Belirli bir araştırma soruna yanıt bulabilmek için o sorusuyla ilgili çalışmaların daha önce belirlenmiş dahil etme ve dışarıda tutma kriterlere göre seçilmesi ve ulaşılan çalışmaların tarafsız bir şekilde analiz edilip sentezlenerek, tekrarlanabilir ve nesnel sonuçlara ulaşılması sistematik derlemenin temel amacı olarak ifade edilmektedir (Karaçam. 2013; Lasserson, Thomas ve Higgins, 2019). Sistematik derlemelerle, ilgili soruna ilişkin alanyazındaki mevcut bilgi birikiminin ne düzeyde olduğu da ortaya koyulmaktadır (Gough, Oliver ve Thomas, 2017). Bu sayede araştırmacılara ilerideki çalışmalar için önceliklerin belirleme fırsatını da sunmaktadırlar (Tranfield, Denyer ve Smart, 2003). Bununla birlikte alanyazında sistematik derlemenin meta analiz, bibliyometrik analiz gibi diğer analiz yöntemleriyle çokça karıştırıldığına değinilmektedir (Gough vd., 2017). Özellikle meta analiz yöntemine olan benzerliğine dikkat çeken Bown ve Sutton (2010), sistematik derlemenin, istatistiksel bir analiz yöntemi olmadığını ifade etmektedir. Ancak aradaki kritik farklılıklara rağmen özü itibariyle değerlendirildiğinde her iki yöntem de mevcut araştırmaların bulgularını tutarlı bir şekilde bir araya getirmeyi amaçlamaktadır (Tranfield vd., 2003: 214). Bu amaca ulaşabilmek için ise sistematik derlemenin bazı adımların takip edilerek yürütülmesi gerektiği ifade edilmektedir (Karaçam, 2013; Yılmaz, 2021). Bunlardan ilki araştırma sorusunun formüle edilmesi yani problemin tanımlanması, ardından dahil etme ölçütlerinin belirlenmesi, buna uygun alanyazın taraması, ulaşılan çalışmalardan uygun olmayanların dışarıda tutma ölçütlerine göre elenmesi ve çalışmaların açıklanması ile son olarak bulguların sentezlenmesidir (Gough, 2007).

Yukarıda ifade edilen bilgiler ışığında, ülkemizdeki coğrafi işaretli yiyeceklerden kırsal kalkınma aracı olarak hangi boyutlarda yararlanıldığını ortaya koyabilmek için sistematik derleme yaklaşımı benimsenmiş ve araştırma kavramsal olarak yürütülmüştür. Araştırmaya dahil edilen ve analizi yapılan çalışmalar Dergipark veri tabanında Mayıs 2021 tarihine kadar yayımlanmış Türkçe makalelerden oluşmaktadır. Bu bağlamda analize bildiri, derleme, kitap incelemesi ve rapor gibi diğer kaynaklar dahil edilmemiştir. Araştırma sorusuna yanıt bulunabilecek makale havuzunu oluşturmak için ise "coğrafi

OĞLAK YAYINLARI

işaretleme" ve "kalkınma" anahtar kelimelerini bir arada içeren çalışmaların seçilmesi düşünülmüş ancak bu yolla yalnızca dört makaleye ulaşılabilmiştir. İlgili konu hakkında daha kapsamlı sonuçlara ulaşabilmek adına "coğrafi işaretli yiyecekler" anahtar kelimesiyle tekrar tarama yapılmıştır. Ulaşılan üç binin üzerinde araştırma ise yalnızca otelcilik, konaklama, spor ve turizm alt konusunda daraltılmıştır. Bu yolla elde edilen kırk iki makale araştırma sorusuna uygun olacak şekilde yeniden ele alınmış ve yirmi iki makale araştırmaya dahil edilerek incelenmiştir. Analize dahil edilen araştırmalar coğrafi işaretleme ve kırsal kalkınma ilişkisini arz açısından doğrudan ya da dolaylı olarak ele alan çalışmalardan oluşmaktadır. Konuyu tüketici açısından, çalışanlar açısından değerlendirenler ile sadece yemek ya da yerel yiyeceği inceleyen çalışmalar ise analize dahil edilmemiştir. Analiz sonucunda ulaşılan bulgulara aşağıda yer verilmektedir.

4. BULGULAR

Coğrafi işaretleme, yerel kaynakları koruyarak bunları turizm başta olmak üzere pek çok sektörle doğrudan ve dolaylı ilişkiler kurarak destekleyici ekonomik bir güç olarak kullanma imkânı yaratmasıyla, kırsal kalkınma aracı olarak kullanılmaktadır. Coğrafi işaretli ürünlerin avantajlarını birkaç başlıkta derleyen Kan ve Gülçubuk (2008: 59) ile benzer bir yaklaşımı sürdürülebilir gastronomi turizmi bağlamında ele alan Durlu-Özkaya vd. (2013: 17) coğrafi işaretin tarımsal üretimi; yerel ve geleneksel yiyecekleri koruduğu, bu ürünlerde katma değer yaratarak ve onların tanıtımına katkı sağlayarak kırsal kalkınmaya aracılık ettiğini ifade etmektedirler. Aynı zamanda mevcut bilgi birikiminin aktarılması için de bir araç olarak görülmektedir (Zagrafos, 2008).

Tablo1: Coğrafi İşaretlemenin Kırsal Kalkınmaya Katkısını İnceleyen Bazı Araştırmalar

	Bağlam	**Araştırmalar**
Uluslararası	Ekonomik	Bramley (2011); Agostino ve Trivieri (2014); Cei vd. (2018a); Mancini vd. (2019)
	Sosyal ve Çevresel	Barham (2003); Thévenod-Mottet (2010); Riccheri vd. (2007); Bowen ve Zapata (2009); Belletti vd. (2015); Tashiro vd. (2019)
Ulusal	Ekonomik	Gökovalı (2007); Kan ve Gülçubuk (2008); Kan vd. (2010); Şahin ve Meral (2012); Özsoy (2015); Olgun ve Sevilmiş (2017); Çukur ve Çukur (2017); Arıkan ve Taşcıoğlu (2019)

Ulusal alanyazında, Coğrafi işaretli ürünleri kırsal kalkınma açısından ele alan kısıtlı sayıda araştırmaya rastlanmaktadır. Ancak coğrafi işaretleme ile kırsal kalkınma arasındaki bağa işaret eden öncü araştırmalara bakıldığında (Gökovalı, 2007; Kan ve Gülçubuk, 2008; Doğan ve Gökovalı, 2012; Şahin ve Meral, 2012; Oraman, 2015), ülkemizin doğal ve kültürel zenginliğinin bir parçası olan yiyeceklerin ve içeceklerin coğrafi işaretlerle korumaya alındığını ancak ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmada yetersiz

OĞLAK YAYINLARI

kalındığı görülmektedir. Bu durumu ülkemizde coğrafi işaretleme için yapılan başvurular ve tescillemelerde de görmekteyiz. Söz gelimi 2012 yılında 151 ürünün 87 tanesi yiyecek içeceklerden oluşurken (Şahin ve Meral, 2012), 2021 yılına geldiğimizde ülkemizde 771 ürünün 618 tanesinin mahreç ve menşei işareti alarak tescillenmiş tarımsal ve hayvansal ürünlerin dahil olduğu çeşitli yiyecek ve içecekten oluştuğu görülmektedir (www.turkpatent.gov.tr).

Coğrafi işaretli ürünleri bölgesel olarak inceleyen araştırmalara baktığımızda Kan vd. (2010), Karaman Divre Tulum Peyniri örneğiyle ürünün üretiminden, pazarlanmasına kadar çeşitli sorunlarla karşılaşıldığını ifade ederlerken, yine arzu edilen sonuçların alınmadığını vurgulamaktadırlar. Bu sorunlardan ilk göze çarpanlar ise paydaşlar arasındaki uyumsuzluklar, üretim sürecindeki kalite standartlarının korunamaması ve kurallara uyulmaması olarak görülmektedir. Benzer bir örnekte, Kars gravyer peyniri üretiminde yeterli altyapı ve pazarlama desteğinin sağlanamaması, paydaşlar arasındaki yetersiz koordinasyonun ve sosyo-demografik bazı faktörlerin de etkisiyle sahip olunan bu eşsiz kültürel kaynağın âtıl durumda kaldığını görmekteyiz (Arınç, 2018). Çukur ve Çukur (2017) ise Muğla'da yetişen Bodrum mandarini ve Milas zeytinyağı gibi ürünlerden elde edilen katma değerin turistik geziler, festivaller gibi faaliyetlere dahil edilerek artırılabileceğini ifade etmektedirler. Bunun yanı sıra yöre halkının söz konusu ürünler hakkındaki farkındalıklarını artırmanın da hem ürünlerin korunması hem de faydalanılması açısından önemli olabileceği ifade edilmektedir. Arıkan ve Taşcıoğlu (2019) Finike portakalı üreticileri arasında elde edilen ekonomik faydanın aynı düzeyde algılanmadığını dile getirmektedirler. Üreticiler coğrafi işaretin öneminin farkında olmalarına rağmen bölgedeki diğer tarım ürünlerine göre kıyas yapıldığında aynı geliri yakalayamadıklarını düşünmekte ancak bu durum üreticilerin eğitim düzeyine göre farklılaşmaktadır. Eğitim düzeyi düştükçe elde edilen ekonomik faydanın arttığı ifade edilmektedir.

Coğrafi işaretleme ve kırsal kalkınma arasında doğrudan ilişki kuran çalışmaların azlığına rağmen böyle ürünlerin sağladığı ya da potansiyel olarak sağlayabileceği olumlu ekonomik etkileri inceleyen pek çok araştırmaya rastlamak mümkündür. Bu araştırmaların önemli bir kısmının da coğrafi işaretli ürünleri birer gastronomik turizm ürünü olarak değerlendiren çalışmalardan oluştuğu görülmektedir (Orhan, 2010; Polat, 2017; Hazarhun vd., 2018; Tuna vd., 2020). Söz konusu araştırmalarda coğrafi işaretli yiyeceklerden; gastronomi rotaları oluşturarak, festivaller ya da üretici ziyaretleri düzenleyerek turizm kapsamında yararlanılabileceğini ifade edilmektedir. Bununla birlikte coğrafi işaretli yiyecekler sosyal ve çevresel bağlamlarda çok fazla ele alınmamakla birlikte, mevcut kaynakların korunması ve buna yönelik koruyucu adımların atılması, eğitimlerin verilmesi gibi konular dile getirilmektedir.

OSMAN YAYINLARI

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Belirli bir coğrafyanın sahip olduğu doğal ve beşerî kaynakların korunması ve katma değer yaratarak ekonomik gelişim başta olmak üzere, sosyal ve çevresel katkılarıyla coğrafi işaretleme her ülke için önemli bir kaynak konumundadır. Özellikle üretimin belirli bir alanda sınırlı kalması veya hammaddenin belirli yerden sağlanması, tarımsal faaliyetlerin öne çıktığı kırsal alanlara ve burada yaşayan yerel halka fırsatlar yaratmaktadır. Toplumsal bilincin gelişmesi, üretime katılma, sahip olunan varlıkların korunması gibi sosyal yönleri gelişen ortak koruma bilinciyle ekolojik çeşitliliğin korunmasına yönelik olarak atılan adımlar ve hepsinin bir arada başarıyla getirilmesi, kırsal kalkınmasının sürdürülebilirliği açısından da önem taşımaktadır.

Ulusal ve uluslararası çalışmaların bulgularında görüldüğü üzere; coğrafi işaretlemenin kırsal kalkınma açısından başarısı son derece değişkendir. Bir başka ifadeyle her bölgede başarıya ulaşılması pek mümkün değildir. Kırsal kalkınma açısından olası başarının da paydaşların ortak hareket etmeleri, uyum içerisinde olmaları ve coğrafi işaretlemenin önemini kavramaları gibi pek çok faktöre dayandırılmaktadır. Söz gelimi Kimura ve Rigolot (2021) coğrafi işaret almış Mishima Patatesi'nin kırsal kalkınmadaki başarı hikayesini, aşağıdan yukarıya (bottom-up) içsel gelişim, değer zinciri içindeki ve dışındaki paydaşlarla etkin iş birliği, özgecil tutum ile yeniliğe ve yeni fikirlere açık olma halleriyle açıklamaktadır.

Ancak coğrafi işaretlemenin her zaman olumlu sonuçlar doğurmadığı ya da beklenilen ölçekte katkı sağlamadığı da görülmektedir. Japonya'daki örneğin aksine Endonezya'nın Kintamani ve Bajawa şehirlerindeki kahve üreticilerinin belirli bir strateji çerçevesinde birlikte hareket etme konusundaki yetersizlikleri, yerel yönetimlerin yeterli desteği vermemesi gibi sebeplerle, coğrafi işaretli ürün olan kahveden yeterli ekonomik katkıyı sağlayamadıkları görülmektedir (Neilson vd., 2018). Bowen ve Zapata (2009: 109) ise coğrafi işaretlemenin kimi zaman bozucu bir etkiye sahip olabileceğini çünkü artık coğrafi işaretli ürünlerin akıllarda canlanan imajında olduğu gibi eski "artisan" yöntemlerle değil endüstriyel yaklaşımlar benimsenerek üretimin gerçekleştiğini vurgulamaktadır. Bu bakımdan gün geçtikçe artan tüketici talebine karşılık verecek ancak söz konusu bozucu etkiyi azaltıp kaynakları da koruyacak adımların atılması gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Marie-Vivien ve arkadaşları (2017) da Fransa'dan çıkmış apelasyon uygulamasının, coğrafi işaretlemeyle birlikte temel prensiplerinden uzaklaştığını ve ruhunu kaybettiğini ifade etmektedirler. Benzer bir bozulmayı yerel yiyeceklerin kullanımında da görmekteyiz. Söz gelimi Avieli (2013) artan turist hareketliliği ile restoranlarda yerel yiyeceklerin turistlerin tüketebileceği şekilde hazırlanmaya başlandığından,

OGEAK YAYINLARI

orijinallikten uzaklaşıp özünde olmayan bir hale geldiğinden söz etmektedir. Üstelik kimi yiyeceklerin o kültüre ait olmamasına rağmen hatta öyle bir yemek olmamasına rağmen uydurma bir şekilde üretildiğini ve sunulduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde Meksika'da tekila üretim süreçlerinin coğrafi işaretle sıkı kurallarla düzenlenmesine rağmen endüstriyelleşmeye karşı koymakta güçlükler yaşadığı görülmektedir (Riccheri vd., 2006). Coğrafi işaretli ürünlerin de aynı şekilde olmasa da benzer bir sorunla karşılaşma ihtimalini göz önüne alarak hareket etmek faydalı olacaktır. Dolayısıyla coğrafi işaretlemenin mevcut başarı hikayelerini ve günümüze uyarlanarak alınan yeni tedbirlerle harmanlanmış güncel bakış açılarıyla, ülkeler için yeni fırsatlar yaratma ve diğer ülkelerden farklılaşma imkânı yaratması açısından önemini koruyacağını düşünmek mümkündür.

Bu noktada daha önce ifade edildiği gibi sistematik derlemenin gelecekteki araştırma önceliklerini belirme konusunda yeni fırsatlar sunabileceği göz önüne alarak mevcut bulgularla ilişkili ileride gerçekleştirilmesi mümkün bazı araştırma konularından söz edebiliriz. Ulusal alanyazında çokça üzerinde durulan coğrafi işaretli ürünlerin ekonomik olarak kalkınmaya katkısının yanı sıra ülkemizdeki sosyal ve özellikle çevresel boyuttaki katkılarını ya da yarattığı olumsuzlukları ortaya koyabilecek örnek olay çalışmaları yürütülebilir. Aynı konuyu tüketiciler açısından ele alarak coğrafi işaretlemenin sosyal ve çevresel boyuttaki algılamaları, yaklaşımları incelenebilir

KAYNAKLAR

Agostino, M. ve Trivieri, F., (2014). "Geographical Indication and Wine Exports. An Empirical Investigation Considering The Major European Producers", *Food Policy*, 46, 22-36.

Allen, P., (2010). "Realizing Justice in Local Food Systems", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(2), 295-308.

Arıkan, M. ve Taşcıoğlu, Y., (2019). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Alana Olan Etkilerinin Üreticiler Açısından Belirlenmesi: Finike Portakalı Örneği", *Mediterranean Agricultural Sciences*, 32 (3), 329-334.

Arınç, K., (2018). "Boğatepe Köyü'nde Gravyer Peyniri Üretimi ve Sürdürülebilir Gelişme Bakımından Önemi (Kars/Türkiye)", *Türk Coğrafya Dergisi*, (70), 7-18.

Avieli, N., (2013). "What is 'Local Food?' Dynamic Culinary Heritage in the World Heritage Site of Hoi An", Vietnam", *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 120-132.

Barham, E., (2003). "Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling", *Journal of Rural Studies*, 19(1), 127-138.

Barham, E. ve Sylvander, B., (2011). *Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition*, Cabi, London: UK.

Belletti, G. ve Marescotti, A., (2011). "Origin Products, Geographical Indications and Rural Development. Labels of Origin For Food", *Local Development, Global Recognition*, 75-91.

OĞLAK YAYINLARI

Belletti, G., Marescotti, A., Sanz-Cañada, J. ve Vakoufaris, H., (2015). "Linking Protection of Geographical Indications to the Environment: Evidence from the European Union Olive-oil Sector", *Land Use Policy*, 48, 94-106.

Belletti, G., Marescotti, A. ve Touzard, J. M., (2017). "Geographical Indications, Public Goods, and Sustainable Development: The Roles of Actors' Strategies and Public Policies", World Development, 98, 45-57.

Bessière, J., (1998). "Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas", *Sociologia ruralis*, 38(1), 21-34.

Björk, P. ve Kauppinen-Räisänen, H., (2016). "Local Food: A Source for Destination Attraction", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (1), 177-194.

Bowen, S., (2010). "Development from within? The Potential for Geographical Indications in the Global South", *The Journal of World Intellectual Property*, 13 (2), 231-252.

Bowen, S. ve Zapata, A. V., (2009). "Geographical ındications, terroir, and Socioeconomic and Ecological Sustainability: The Case of Tequila", *Journal of Rural Studies*, 25 (1), 108-119.

Bramley, C., (2011). "A Review of The Socio-Economic Impact of Geographical Indications: Considerations For The Developing World", *In WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* (Vol. 22).

Cei, L., Defrancesco, E. ve Stefani, G., (2018a). "From Geographical Indications to Rural Development: A Review of the Economic Effects of European Union Policy", *Sustainability*, 10 (10), 3745.

Cei, L., Stefani, G., Defrancesco, E. ve Lombardi, G. V., (2018b). "Geographical Indications: A First Assessment of the Impact on Rural Development in Italian NUTS3 Regions", *Land Use Policy*, 75, 620-630.

Çukur, F. ve Çukur, T., (2017). "Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Muğla İli Örneği", *Turkish Journal of Agricultural Economics*, 23 (2), 187-194.

Dogan, B. ve Gokovali, U., (2012). "Geographical Indications: The Aspects of Rural Development and Marketing Through the Traditional Products", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 62, 761-765.

Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A., (2013). "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(1), 13-20.

Feldmann, C. ve Hamm, U., (2015). "Consumers' Perceptions and Preferences For Local Food: A Review", *Food Quality and Preference*, 40, 152-164.

Giovannucci, D., Barham, E. ve Pirog, R., (2010). "Defining And Marketing "Local" Foods: Geographical Indications for US Products", *The Journal of World Intellectual Property*, 13 (2), 94-120.

Gough, D., (2007). "Weight of evidence: a framework for the appraisal of the quality and relevance of evidence", *Research Papers in Education*, *22* (2), 213-228.

Gökovalı, U., (2007). "Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 141-160.

Hazarhun, E. ve Tepeci, M., (2018). "Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa'nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 371-389.

OĞLAK YAYINLARI

Hoang, G., Le, H. T. T., Nguyen, A. H. ve Dao, Q. M. T., (2020). "The Impact of Geographical Indications on Sustainable Rural Development: A Case Study of the Vietnamese Cao Phong Orange", *Sustainability*, 12 (11), 4711.

Kan, M. ve Gülçubuk, B., (2008). "Geographical Indications for Recovery and Local Owned of Rural Economy", *Journal of Agricultural Faculty of Uludag University*, 22 (2), 57-66.

Kan, M., Gülçubuk, B., Kan, A., Küçükçongar, M., Küçükçongar, M., (2010). "Coğrafi İşaret Olarak Karaman Divle Tulum Peyniri", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (2), 15-23.

Karaçam, Z., (2013). "Sistematik Derleme Metodolojisi: Sistematik Derleme Hazırlamak İçin Bir Rehber", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1), 26-33.

Kim, Y. G., Eves, A. ve Scarles, C., (2009). "Building A Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach", *International Journal Of Hospitality Management*, 28 (3), 423-431.

Kimura, J. ve Rigolot, C., (2021). "The Potential of Geographical Indications (GI) to Enhance Sustainable Development Goals (SDGs) in Japan: Overview and Insights from Japan GI Mishima Potato", *Sustainability*, 13 (2): 961.

Lang, M., Stanton, J. ve Qu, Y., 2014. "Consumers' Evolving Definition and Expectations for Local Foods", *British Food Journal*, 116 (11), 1808-1820.

Larson, J., (2007). *Relevance of Geographical Indications and Designations of Origin for The Sustainable Use of Genetic Resources*, Global Facilitation Unit for Underutilized Species: Rome, Italy.

Lasserson, T. J., Thomas, J. ve Higgins, J. P., (2019). *Starting a review* In *Cochrane handbook for systematic reviews of interventions*, 1-12, John Wiley & Sons.

Mak, A. H., Lumbers, M. ve Eves, A., (2012). "Globalisation and Food Consumption in Tourism", *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.

Mancini, M. C., Arfini, F. ve Guareschi, M., (2019). "Innovation and Typicality in Localised Agri-food Systems: The Case of PDO Parmigiano Reggiano", *British Food Journal*, 121 (12), 3043-3061.

Marie-Vivien, D., Bérard, L., Boutonnet, J.-Pierre ve Casabianca, F., (2017). "Are French Geographical Indications Losing Their Soul? Analyzing Recent Developments in the Governance of the Link to the Origin in France", *World Development*, 98, 25-34.

Morris, C. ve Buller, H., (2003). "The Local Food Sector: A Preliminary Assessment of Its Form and Impact in Gloucestershire", *British Food Journal*, 105 (8), 559-566.

Neilson, J., Wright, J. ve Aklimawati, L., (2018). "Geographical Indications and Value Capture in the Indonesia Coffee Sector", *Journal of Rural Studies*, 59, 35-48.

Olgun, F. A. ve Sevilmiş, G., (2017). "Uluslararası Düzeyde Coğrafi İşaretler, Yaratılan Ekonomik Değer ve Türkiye'deki Sistemin Değerlendirilmesi", *Turkish Journal of Agricultural Economics*, 23(2).

Oraman, Y., (2015). "Türkiye'de Coğrafi İşaretli Ürünler", *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.

Orhan, A., (2010). "Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2), 243-254.

OĞLAK YAYINLARI

Özsoy, T., (2015). "Coğrafi İşaretlemenin Katma Değer Oluşturmada Bir Araç Olarak Kullanımı", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 (2), 31-46."

Polat, E., (2017). "Turizm ve Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği", *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1), 17-31.

Rangnekar, D., (2004). "The socio-economics of geographical indications", UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development, Issue Paper, 8, 13-15.

Riccheri, M., Riccheri, M., Benjamin, G. Ã., Schlegel, S. ve Leipprand, A., (2007). "Assessing the applicability of geographical indications as a means to improve environmental quality in affected ecosystems and the competitiveness of agricultural products", *Working Papers*, Id: 847, eSocialSciences.

Sims, R., (2009). "*Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience*", *Journal Of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336.

Şahin, A. ve Meral, Y., (2012). "Türkiye'de Coğrafi İşaretleme ve Yöresel Ürünler", *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5(2), 88-92.

Tashiro, A., Uchiyama, Y. ve Kohsaka, R., (2019). "Impact of Geographical Indication Schemes on Traditional Knowledge in Changing Agricultural Landscapes: An Empirical Analysis from Japan", Journal of Rural Studies, 68, 46-53.

Teuber, R., (2011). "Consumers' and Producers' Expectations Towards Geographical Indications: Empirical Evidence for a German Case Study", *British Food Journal*, 113 (7), 900-918.

Thévenod-Mottet, E., (2010). *Geographical Indications and Biodiversity*, Agriculture, Biodiversity and Markets Livelihoods and Agroecology in Comparative Perspectives, 201-12, London.

Torres, J. M. M. ve De La Fuente, G. M. C., (2012). "Traditional Regional Cuisine as an Element of Local Identity and Development: A Case Study from San Pedro El Saucito, Sonora, Mexico", *Journal of the Southwest*, 54 (4), 599-620.

Trubek, A., (2008). *The Taste of Place: A Cultural Journey Into Terroir*, University of California Press, Berkeley, CA.

Tuna, M, Kargiglioğlu, Ş, Ağaoğlu, D., (2020). "Tarım Turizminin Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma Açısından Önemi: Bodrum Mandalina Bahçeleri Örneği", *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4 (1), 31-47 .

Vandecandelaere, E., Arfini, F., Belletti, G., Marescotti, A., Allaire, G., Cadilhon, J., ... & Wallet, F., (2009). *Linking people, places and products*, (194). FAO.

Zografos D., (2008). "Geographical indications and socio-economic development", *IQSensato Working Paper*, No 3.

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/quality-schemes-explained_en

https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani

OGLAK YAYINLARI

OĞLAK YAYINLARI

ON YEDİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ TURİZMİNDE ETNİK RESTORAN ARAŞTIRMALARININ SİSTEMATİK DERLEME YOLUYLA İNCELENMESİ

Arş. Gör. Dr. Sami Sonat Özdemir[1]

1. GİRİŞ

Etnik restoranlar; hizmet verdiği ülkede bulunan tüketicilere, o ülkede bilinmeyen ve o ülke kültürüne ait olmayan, yiyecekler, servis, atmosfer gibi bileşenleri sunan ve bu bileşenlerin bir arada deneyimlenmesine olanak veren restoranlardır. Etnik restoranlar bu özelliklerinin yanı sıra, aynı zamanda temalı restoranların yaygın bir örneğidir (Su, 2011: 426). Kısaca etnik temalı restoranlar, köken itibariyle konumlandıkları ülkenin kültürü dışından yemekler sunan restoranlar olarak açıklanabilir. Temalı restoranlar içerisinde en yaygın temanın etnik tema olduğundan bahsetmek mümkündür (Ebster ve Guist, 2005). 2000'li yıllarla birlikte etnik temalı restoranlar, Amerika Birleşik Devletleri'nde tüm restoranların yaklaşık 3'te 1'ini oluşturmaktadır. Bu restoranların satış hacimleri ise yaklaşık 30 milyar dolar olarak ifade edilmektedir (U.S. Census Bureau, 2000). Temalı restoranlar içerisinde yer alan etnik temalı restoranlar, literatürde aynı zamanda etnik restoran kavramıyla da nitelenmektedir.

Etnik restoranlarda sunulan yiyecekler ise etnik yiyecekler olarak tanımlanır ve genellikle bilinçli olarak belirli bir ülke veya bölgeye has olduğu düşünülen yiyecek unsurlarıdır (Belasco, 1987). Etnik yiyecek kavramı genellikle sunulduğu veya tüketildiği kültüre dışarıdan gelen yiyecekleri ifade etmek için kullanılır. Böylece tüketildiği ülkenin mutfak kültüründen bağımsız öğeler olduğu ifade edilebilir (Leung, 2010). Daha açık bir tanımla etnik yiyecekler, belirli bir etnik grubun kültürünü temsil eden geleneksel yiyecekler olarak tanımlanabilir (Guerrero v.d., 2009). Etnik grupları ise, dil, din, örf, adet, gelenek gibi özellikleri itibariyle ortak bir etnik kimliğe sahip topluluklar olarak açıklamak mümkündür (Phinney, 1990; Rosenthal ve Feldman, 1992). Yiyecek unsurları da bahsi geçen diğer tüm unsurlar gibi kültürel birliktelik sağlayan öğeler olduğundan, etnik kimliğin oluşması ve güçlenmesi adına önemli bileşenlerdendir (Van Esterik, 1982).

Etnik restoranlar, etnik yiyeceklerin tanımından hareketle, belirli bir yörede, o yörenin kültürüne dahil olmayan malzeme veya pişirme yöntemleriyle hazırlanmış yiyecekler sunan işletmelerdir. Etnik restoranlar etnik yiyeceklerle birlikte, bu yemekleri hazırlama ve servis etme noktasında da belirli bir kültürü farklı kılan benzersiz özellikleri

1 Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ssonatozdemir@balikesir.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

taşımaktadırlar. Ayrıca restoranın fiziksel mekânının planlaması ve atmosfer unsurları, etnik yiyecekleri sunulan kültür ile yakından bağlantılıdır (Sukalakamala ve Boyce, 2007). Sunulan kültüre ait mutfak öğelerinin varlığı ve personelin sunulan kültürü yansıtma kapasitesi değişkenleri de etnik restoranların başlıca çekicilik unsurlarındandır (Lu vd., 2015: 36). Böylece etnik restoranların yalnızca etnik yiyecekleri sunmadığı, bununla birlikte bir kültüre ait özelliklerin bir bileşimini sunarak, farklı bir kültürün kabul edilirliğini etkilediğinden bahsetmek mümkündür.

Tüketicilerin etnik restoranları ziyaret ederek etnik yiyecekleri deneyimleme isteklerinin altında çeşitli motivasyonlar yer almaktadır. Bu motivasyonlar içerisinde, "günlük rutinde tüketilen yiyeceklerden farklı yiyecekler deneyimleme" ve "alışılandan farklı bir kültüre ait yiyecekleri deneyimleme" motivasyonları ön plana çıkmaktadır. Ayrıca "farklı bir tadım deneyimi yaşama" motivasyonunun da etnik restoranları ziyaret etmeye yönelik temel motivasyonlardan biri olduğu ifade edilmektedir (Roseman, 2006). Araştırmalar, tüketicilerin aynı zamanda etnik restoran ziyaretleri esnasında otantik ve özgün bir deneyim yaşama isteği içerisinde olduklarını göstermektedir (Khan ve Oyewole, 2014: 163).

Etnik restoranların birçok özelliği ile sürekli yaşanılan kültür ortamının dışında bir deneyim sunması, bu restoranların tüketicilere etnik restoran ziyaretleri esnasında rutin yaşamlarından farklı bir atmosfer yaşamayı vadettiğinin göstergesi durumundadır. İnsanları aşina oldukları yaşamdan bir süreliğine uzaklaştırma yeteneğine sahip böyle bir ortamın, fiziksel ve zihinsel anlamda bir rahatlama olanağı yaratacağı düşünülebilir. Beverley vd. (2003) araştırmalarında, yeni deneyimler yaşama ve sosyalleşme gibi motivasyonların yanı sıra rahatlamanın da turistik tüketicilerin restoranlarda yemek yeme tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ortaya koymuştur.

Turistik tüketicilerin restoran ziyaret motivasyonlarının etnik restoran ziyaretçilerinin motivasyonları ile paralellik gösterdiğini ifade etmek mümkündür. Zira bir ülke içerisinde konumlanmış etnik restoranlar sıklıkla o ülkede yaşayanlar tarafından ziyaret ediliyor olsa da söz konusu ziyaretler etnik restoran kapsamında sunulan kültürü daha derinden deneyimlemek için destinasyonu ziyaret niyeti ve destinasyonda yerel yiyecek tüketme niyeti yaratmaktadır (Özdemir, 2019). Hem etnik restoran ziyaretçilerini potansiyel turistler haline getiren söz konusu etki, hem de etnik restoranlara yönelik turistik seyahatler esnasındaki ziyaretler, literatürde de etnik restoranların gastronomi turizmi çerçevesinde ele alınması sonucunu doğurmaktadır. Böylece bu çalışmada da gastronomi turizmi bağlamında ele alınan etnik restoran araştırmaları incelenmektedir.

Günümüz tüketicilerinin restoran ziyaretinden beklentilerinin çoğunlukla sosyalleşme ve deneyim motivasyonları üzerine kurulu olması, farklı deneyimler yaşatma kapasitesine sahip temalı restoranların gelecekte de önemli birer çekicilik unsuru olacağını

OĞLAK YAYINLARI

ortaya koymaktadır. Bununla birlikte etnik restoranlar da özellikle farklı kültürleri tanıma ve özgün veya otantik deneyim sunma becerilerinden hareketle, temalı restoranlar içerisinde en çok talep gören restoranlar olmaya devam edebilecektir. Söz konusu değerlendirmelerden hareketle bu çalışma, gastronomi turizminde etnik restoran araştırmalarının kapsamı, zaman içerisindeki değişimi ve gelecek çalışmalarda ele alınması beklenen konuların ortaya konulması itibariyle önem taşımaktadır.

2. YÖNTEM

Bu çalışmanın sonuca ulaştırılmasında sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır. Sistematik derleme araştırmaları, çeşitli dahil etme ve dışarıda bırakma kriterleri aracılığıyla bir konu kapsamında yayınlanmış tüm bilimsel çalışmaların kapsamlı bir şekilde taranmasını ve tarama sonucunda araştırmaya dahil edilmesine karar verilen çalışmaların bulgularının sentezini ve yorumlanmasını içerir (Burns ve Grove, 2007; Higgins ve Green, 2011). Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen ulusal ve uluslararası literatüre yönelik taramada "etnik restoran (ethnic restaurant)" anahtar ifadesi kullanılmış ve çalışma başlığında bu ifadeye yer vermeyen araştırmalar kapsam dışında bırakılmıştır. Böylece çalışma dahilinde "etnik" ve "restoran" kavramlarının bir arada kullanımı esnasında hangi değişkenlerle ilişkilendirildiğinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Literatürde etnik yiyecekleri ele alsa da başlığında "etnik restoran (ethnic restaurant)" ifadelerine yer vermeyen çalışmalar kapsam dışında bırakılmıştır. Bu yolla çoğunlukla yayın sayılarına odaklı salt istatistiki bulgulara ulaşan bir sonucun ortaya çıkmasının önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Böylece bu çalışma, yalnızca başlığında "etnik restoran" ifadesi yer alan 123 araştırmayı; herhangi bir tarih aralığı kısıtı olmaksızın ele alarak değerlendirilen bir çalışma olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışma kapsamında, Kozak (2000)'ın "Türkiye'de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme" isimli çalışmasında kullandığı inceleme yöntemi referans alınmıştır. Bu kapsamda üniversite kütüphanelerinin erişim izni verdiği ulusal ve uluslararası çevrimiçi veri tabanları ile ulusal ve uluslararası tez veri tabanları aracılığıyla, birincil kaynaklar olarak ele alınan tez, makale, kitap, kitap bölümü ve kongre/sempozyum bildirileri taranmıştır. İkincil kaynaklar olarak ele alınan öğeler ise konu ile ilgili olarak düzenlenen süreli yayınlar, kongre/sempozyumlar, eğitim programları vb. gibi kaynaklar ve uygulamaları içermektedir (Kozak, 2000: 22). Çalışma kapsamında belirli bir tarih aralığı belirlenmemiş, söz konusu veri tabanları bünyesinde erişilebilen tüm geçmiş araştırmaların analizi gerçekleştirilmiştir. Ancak çalışma kapsamında elde edilen bulguların, araştırmacının erişebildiği kaynaklar ile sınırlı olduğu ve bu kapsamda ulaşılabilirlik, olanaklar, zaman vb. birçok engelin etkisiyle çeşitli kaynakların göz ardı edilmiş olabileceği de özellikle belirtilmelidir. Çalışma kapsamı itibariyle, gastronomi turizminde

OĞLAK YAYINLARI

etnik restoran araştırmalarının kapsamı, zaman içerisindeki değişimi ve gelecek çalışmalarda ele alınması beklenen konuların ortaya konulması itibariyle önem taşımaktadır.

3. BULGULAR

Turizm literatürü incelendiğinde etnik restoranlara yönelik çalışmaların özellikle 2000 ve 2009 yılları arasında gerçekleştirilmeye başlandığı görülmektedir. Bu dönemden önce belirli bir sürekliliği olmayan yalnızca birkaç çalışmadan bahsedilebilmektedir. Söz konusu dönemde restoran çalışmaları içerisinde yeni bir araştırma alanı olarak değerlendirilebilecek etnik restoran çalışmalarına rastlanmaya başlansa da yine de bu konuya ilişkin literatürde az sayıda araştırmanın yer aldığı görülmektedir (Rodríguez-López vd., 2020). Bu dönemden sonra ise etnik restoranlar önemli bir araştırma alanı haline gelmiş ve kültür, fiyat, yiyecekler, otantiklik gibi birçok değişkenle ilişkilendirilen çalışmalar kapsamında ele alınmıştır. Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen tarama neticesinde ulaşılan yerli ve yabancı toplam 123 çalışma değerlendirmeye alınmıştır.

3.1. Birincil Kaynaklar

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen tarama sonucunda gastronomi turizminde etnik restoranlara ilişkin ulaşılan 123 çalışma içerisinde ulaşılabilen en eski çalışmaların ulusal literatürde 2005 (Koçbek, 2005), uluslararası literatürde ise 1985 (Zelinsky, 1985) yılında yayınlandığı görülmektedir. Böylece bu alanda gerçekleştirilen çalışmaların geçmişinin 36 yıla dayandığı görülmektedir. Bununla birlikte ulusal ve uluslararası literatürde yer alan yayınlar, 2010 yılından itibaren artış göstermektedir. Yıllara göre yayın dağılımı Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo1: Yıllara göre etnik restoranlar üzerine gerçekleştirilen yayınların dağılımı

1985	1	**2005**	2	**2014**	4
1991	1	**2007**	2	**2015**	9
1993	1	**2008**	3	**2016**	6
1994	1	**2009**	1	**2017**	18
2001	2	**2010**	6	**2018**	13
2002	2	**2011**	6	**2019**	13
2003	1	**2012**	6	**2020**	12
2004	2	**2013**	5	**2021**	6

Bununla birlikte yerli ve yabancı literatürde gerçekleştirilen konu ile ilgili araştırmaların çoğunluğunun makalelerden oluştuğu ve bu yayınları alanda gerçekleştirilen tezlerin izlediği

OĞLAK YAYINLARI

bulgusuna ulaşılmıştır. Makaleler tüm yayınların yarısından fazlasını kapsamaktadır. Tezler ise tüm çalışmaların 4'te 1'inden fazlasını oluşturmaktadır. Konu ile ilgili kitaplar ve kitap bölümleri tüm yayınlar içerisinde üçüncü sırada bulunmaktadır. Kongre ve sempozyumlarda sunulan bildiriler ise en az rastlanan yayınlardır. Kitaplar, kitap bölümleri ve bildirilerin toplamı yayınların ancak 5'te 1'ini karşıladığı görülmüştür. Etnik restoranlar üzerine gerçekleştirilen yayınların türlerine göre oransal dağılımı Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo2: Etnik restoranlar üzerine gerçekleştirilen yayınların türlerine göre oransal dağılımı

Birincil Kaynaklar	Tüm çalışmalar içinde oranı (%)
Tezler	26,9
Makaleler	52,9
Kitaplar	3,9
Kitap Bölümleri	11,4
Bildiriler	4,9

3.1.1. Tezler

Gerçekleştirilen tarama neticesinde ulaşılabilen yayınlar içerisinde tezlere bakıldığında, etnik restoranlara yönelik olarak gerçekleştirilen tezlerin sayısının ulusal literatürde 7, uluslararası literatürde ise 26 olduğu görülmektedir. Ulaşılabilen tüm yayın türleri arasında tezlerin oranı yaklaşık %27'dir. Ulusal literatürde gerçekleştirilen tezlerin 6'sı yüksek lisans, 1'i ise doktora düzeyindedir. Bu çalışmalar içerisinde etnik restoranları "hizmet kalitesi" açısından ele alan çalışmalar (Koçbek, 2005; Yiğit, 2018) ile "tüketici tercihleri ve davranışları açısından ele alan çalışmalar (Cevizkaya, 2015; Özdemir, 2019; Sevim, 2019) ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen en eski tez 2005 yılında gerçekleştirilmiş olup, "hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti" üzerinedir (Koçbek, 2005).

Uluslararası literatürde etnik restoranları konu alan tezler incelendiğinde ise, ulaşılan 26 tezin 18'inin yüksek lisans, 8'inin ise doktora düzeyinde olduğu görülmektedir. İncelenen tezler içerisinde etnik restoranlarla ilişkilendirilen gerek tüketicilerin etnik restoran tercihlerini gerekse de etnik restoran ziyaretlerinin etkilerini davranışsal niyetler üzerinden ele alan çalışmalar (Sciwongrat, 2008; Jang, 2014; Hardjanti, 2018) ile etnik restoran işletmeciliği üzerine gerçekleştirilen çalışmalar (Kim, 2012; Li, 2017) ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte etnik restoranlara yönelik pazarlama stratejileri konusunda gerçekleştirilen araştırmalar da (Le, 2015; Chatzopoulou, 2018) kayda değerdir. Ulusal ve uluslararası literatürde etnik restoranları ele alan tezler kapsamındaki öne çıkan araştırma konuları analiz edildiğinde;

OGEAK'TA YINLARI

- Davranışsal niyetler konusunda 3 ulusal, 7 uluslararası tez;
- İşletmecilik konusunda 0 ulusal, 5 uluslararası tez;
- Pazarlama konusunda 0 ulusal, 4 uluslararası tez;
- Memnuniyet konusunda 1 ulusal, 3 uluslararası tez ve
- Gıda güvenliği konusunda 0 ulusal, 2 uluslararası teze ulaşılmaktadır.

Etnik restoranlar üzerine gerçekleştirilen tezlerin tümünün tam metnin ulaşılamadığından, kullanılan veri toplama yöntemi bilgisinin tüm çalışmalar için elde edilemediğini ifade etmek gerekmektedir. Bununla birlikte yöntem bilgisine ulaşılabilen tezler içerisinde "anket" ve "mülakat" yöntemlerinin ön plana çıktığı görülmüştür.

3.1.2. Makaleler

Gerçekleştirilen tarama neticesinde ulaşılabilen yayınlar içerisinde makalelere bakıldığında, etnik restoranlara yönelik olarak gerçekleştirilen makalelerin ulusal literatürde 11, uluslararası literatürde ise 54 olduğu görülmektedir. Ulaşılabilen tüm yayın türleri arasında makalelerin oranı yaklaşık %53'tür. Ulusal literatürde gerçekleştirilen makaleler içerisinde etnik restoranları davranışsal niyetler açısından ele alan çalışmalar (Özdemir ve Bozok, 2019; Şengül ve Kurnaz, 2019) öne çıkmakta olup, bu alanda gerçekleştirilen diğer çalışmalar içerisinde olguyu kültürel kimlikle (Deniz ve Öksüz, 2017), marka değeriyle (Yavuz ve Mesci, 2020), otantik deneyimle (İnce vd., 2019) ilişkilendiren ve turizm sektörü bağlamında ele alan çalışmalar (Teyin vd., 2017) ile diğer kavramsal çalışmalar (Bekar ve Dönmez, 2014) yer almaktadır. Türkiye'de konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen en eski makale 2014 yılında gerçekleştirilmiş olup, etnik restoranların temalı restoranlar kapsamında değerlendirilmesi üzerinedir (Bekar ve Dönmez, 2014).

Uluslararası literatürde etnik restoranları konu alan makaleler incelendiğinde ise, ulaşılan 54 makale içerisinde etnik restoranlarla ilişkilendirilen tüketici algı, tutum ve davranışları üzerine gerçekleştirilen araştırmalar (Zhang ve Hanks, 2018; Song vd., 2019; Kim ve Kim, 2019) ve otantik deneyimi ele alan çalışmalar (Jong vd., 2010; Clair vd., 2011; Lu vd., 2015; Song vd., 2019) çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Bununla birlikte gıda güvenliği ile servis ve yiyecek kalitesi konularında gerçekleştirilen araştırmalar da öne çıkan diğer çalışma konularıdır. Zelinsky (1985) tarafından 1985 yılında yazılan "Kuzey Amerika'nın Etnik Mutfakları" konulu makale, konu ile ilgili olarak ulaşılabilen en eski akademik yayındır. Ulusal ve uluslararası literatürde etnik restoranları ele alan makaleler kapsamındaki öne çıkan araştırma konuları analiz edildiğinde;

- Tüketici algı, tutum ve davranışları konusunda 2 ulusal, 14 uluslararası makale;
- Otantik deneyim konusunda 1 ulusal, 9 uluslararası makale;

OĞLAK YAYINLARI

- Yiyecek ve servis kalitesi konusunda 1 ulusal, 7 uluslararası makale;
- Gıda güvenliği konusunda 0 ulusal, 6 uluslararası makaleye ulaşılmaktadır.

Etnik restoranlar üzerine gerçekleştirilen çalışmalara yönelik taramada tezlere benzer şekilde bazı makalelerin de tam metnine ulaşılamamıştır. Bu durum da yöntem bilgisinin tüm makale çalışmaları için elde edilemediğini göstermektedir. Bununla birlikte yöntem bilgisine ulaşılabilen makaleler içerisinde gözlenen yöntemler arasında; anket, mülakat, gözlem, deney, içerik analizi vb. gibi yöntemlerinin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir.

3.1.3. Kitaplar ve Kitap Bölümleri

Gerçekleştirilen tarama neticesinde ulaşılabilen yayınlar içerisinde kitaplar ve kitap bölümlerine bakıldığında, etnik restoranlara yönelik olarak gerçekleştirilen bu yayın türlerinde ulusal literatürde 0 kitap ve 3 kitap bölümü, uluslararası literatürde ise 5 kitap ve 11 kitap bölümüne rastlanmıştır. Ulaşılabilen tüm yayın türleri arasında kitapların oranı yaklaşık %4'tür. Kitap bölümlerinin oranı ise yaklaşık %11'dir. Ulusal literatürde gerçekleştirilen kitap bölümleri içerisinde etnik restoranları destinasyonu ziyaret ve yerel yiyecek tüketme niyeti çerçevesinde ele alan ampirik çalışma (Özdemir, 2019) ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de konu ile ilgili olarak gerçekleştirilen en eski kitap bölümü 2018 yılında gerçekleştirilmiş olup, gastronomi tarihi içerisinde etnik restoranların yeri üzerinedir (Akdemir, 2018).

Uluslararası literatürde etnik restoranları konu alan kitaplar ve kitap bölümleri incelendiğindeyse, ulaşılan 16 yayın içerisinde yer alan 5 kitap ve 11 kitap bölümü içerisinde, etnik restoranlarla ilişkilendirilen etnik restoranlara ilişkin bir rehber görevi yapan veya sunulan yiyecekleri reçeteleriyle içeren kitaplar (Stein, 1993; Pond, 2009) ile etnik restoranları kültürel açıdan ele alan kitap bölümü çalışmaları (Bak, 2015; Tabari, 2016) ön plana çıkmaktadır. Diğer yandan "otantiklik" (Parasecoli, 2020) konusu da bu yayınlar kapsamında ele alınan diğer konulardandır. Uluslararası literatürde etnik restoranları konu alan en eski kitap 1993 yılında basılmış olup, ABD'nin Washington şehrinde yer alan etnik restoranlar için bir rehber niteliğindedir (Stein, 1993). Gerçekleştirilen tarama neticesinde uluslararası literatürde yer alan kitap bölümleri içerisinde en eski yayının ise 2007 tarihli olduğu görülmektedir (Ray, 2007).

Ulusal ve uluslararası literatürde etnik restoranları ele alan kitaplar ve kitap bölümleri kapsamında öne çıkan araştırma konuları analiz edildiğinde;

- Kültür konusunda 1 ulusal, 4 uluslararası kitap ve kitap bölümü;
- Etnik restoran rehberleri niteliğinde 0 ulusal, 3 uluslararası kitap ve kitap bölümü;
- Otantiklik konusunda 0 ulusal, 2 uluslararası kitap ve kitap bölümüne ulaşılmıştır.

OĞLAK YAYINLARI

3.1.4. Bildiriler

Etnik restoran çalışmaları içerisinde kitaplar ile birlikte oransal olarak en az rastlanan çalışma türlerinden bir diğeri de kongre ve sempozyumlarda sunulan bildirilerdir. Bildiriler tüm çalışmalar içerisinde yaklaşık %5'lik bir orana sahiptir. Gerçekleştirilen tarama neticesinde ulusal literatürde toplamda 1, uluslararası literatürde ise toplamda 5 bildirinin etnik restoranlar konusunu işlediği görülmektedir. Ulusal bildiri, gastronomi sektöründe etnik restoranların rolünü İstanbul örneği çerçevesinde ele almaktadır (Teyin vd., 2017). Uluslararası bildiriler ise etnik restoranların tanımlanmasına odaklanan (Guliaeva, 2017) kavramsal çalışmalardır.

3.1.5. İstatistikler ve Araştırmalar

Gerçekleştirilen taramada etnik restoranlar konusunda istatistiklere yer veren çevrimiçi platformlar tarafından yayınlanmış çeşitli raporlara rastlanmıştır. Söz konusu istatistiksel verilerin elde edilmesi için, etnik restoranlar konusundaki araştırma sonuçlarını paylaşan statista.com (URL 1), mordorintelligence.com (URL 2), fortunebusinessinsights.com (URL 3), researchandmarkets.com (URL 4), marketresearch.com (URL 5), businesswire.com (URL 6) ve pbfy.com (URL 7) internet siteleri ele alınmıştır. Söz konusu araştırmalar istatistik kuruluşları tarafından ticari amaçla gerçekleştirildiğinden, araştırmanın maddi kısıtları göz önüne alındığında, raporlarda yer alan tüm verilerin elde edilemediği vurgulanmalıdır. Bahsi geçen kaynaklarda yer alan ve ulaşılabilen etnik restoranlara ve etnik yiyeceklere dair istatistiki veriler genel olarak mevcut piyasa durumunu ve gelecek projeksiyonlarını içermektedir. Bu istatistiklerden bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- 2018'de İsveç'te yaşayanların en çok tercih ettikleri etnik restoranlar yaklaşık %90 ile İtalyan restoranlarıdır (URL 1).
- Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayanların yaklaşık 3'te 1'i etnik yiyecekler için standardın üzerinde ödeme yapmaya isteklidirler (URL 7).
- 2018 yılı itibariyle küresel etnik yiyecek pazarının büyüklüğü yaklaşık 36,5 milyar dolar düzeyindedir (URL 6).
- Asya Pasifik Bölgesi başta olmak üzere, gelecek 5 yıl içerisinde etnik yiyecek pazarının yaklaşık %12 büyümesi beklenmektedir (URL 2).

3.2. İkincil Kaynaklar

İkincil kaynaklar içerisinde özellikle "etnik restoranlar" veya "etnik yiyecekler" konsepti doğrultusunda düzenlenen kongre ve sempozyumlar ile bu konsept içerisinde yayın yapan akademik süreli yayınlar dahil edilmiştir. Gerçekleştirilen detaylı tarama

OĞLAK YAYINLARI

neticesinde etnik restoran konsepti doğrultusunda düzenlenen herhangi bir kongre veya sempozyum organizasyonuna ulaşılamamıştır.

Etnik restoran veya etnik yiyecek konsepti çerçevesinde yayın yapan akademik süreli yayınlar içerisinde ise bir dergiye ulaşılmıştır. "Journal of Ethnic Foods (Etnik Yiyecekler Dergisi)" adıyla yayın yapan söz konusu dergi (URL 8), "Kore Yiyecek Araştırmaları" kuruluşunun altında 2019 yılında yayın hayatına başlamıştır. Dergi geleneksel yiyeceklere yönelik bilgi birikiminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasını amaçlamaktadır. Dergide hem etnik restoranlara yönelik hem de etnik yiyeceklerle ilişkilendirilen diğer konulara yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar yayınlanmaktadır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, gastronomi turizmi çerçevesinde etnik restoranlar ile ilgili olarak ulusal ve uluslararası literatürde yer alan akademik çalışmaları sistematik derleme yoluyla ele almaktadır. Araştırma kapsamında, hem belirli bir ülkede yaşayan kişilerin kendi ülkelerinde farklı bir kültürü deneyimleyebilecekleri etnik restoranları ziyaretleri ile kazandıkları seyahat motivasyonları, hem de uluslararası turizm hareketleri kapsamında gidilen destinasyonlardaki etnik restoran ziyaretleri, gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmiştir. Söz konusu değerlendirmeye kaynak olan yaklaşım, herhangi bir turistik faaliyeti gerekli kılmıyorsa da yaşanılan şehirde farklı bir etnik kültürü yansıtan restoranları ziyaret etmenin, ilgili kültürün temel aldığı destinasyonu ziyaret etme ve o destinasyonda üretilen yerel yiyecekleri tüketme isteğine yönelik olumlu bir davranış geliştirilmesinde etkili olmasıdır (Özdemir, 2019). Bu durum, etnik restoran ziyaretçilerinin potansiyel turistler olarak ele alınabileceği bir yaklaşımı beraberinde getirmektedir. Böylece temel alınan coğrafyanın dışında faaliyet gösteren ve o coğrafyanın etnik kimliğinin yansıtma kapasitesine sahip restoranların, o coğrafyaya yönelik uluslararası turizm faaliyetlerinin gelişmesinde oynayabileceği potansiyel rol gözler önüne serilmektedir. Diğer yandan bu durum, yiyecek bilinirliğinin ve dolayısıyla yiyecek-içeceğe yönelik üretim, servis, tüketim süreçlerinin tanınmasına ve dolayısıyla da bu öğelere ilişkin kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasında da fayda sağlayabilir. Ayrıca belirli bir kültüre ilişkin var olan yiyecek imajının geliştirilmesinde veya olumlu bir yiyecek imajının oluşturulmasında da etnik restoranların potansiyel katkısından söz etmek mümkündür.

Etnik restoranlar, özellikle son dönemde farklı deneyimler yaşama ve sosyalleşme aracı olarak değerlendirilebilen dışarıda yeme olgusuna değer katan temalı restoranlardır. Etnik temanın yaygınlığı hem benzersiz atmosfer özellikleri olan otantiklik hem de kültürel iletişim sağlama kapasiteleri dolayısıyla oluşmuştur. Söz konusu özellikler gelecekte de etnik restoranlara yönelik aratarak gelişecek talebin temel güdüleyicisi olacaktır.

OĞLAK YAYINLARI

Bu çalışma kapsamında değerlendirilen ve analiz edilen çalışmalar içerisinde hem birincil kaynaklar başlığı altında yer alan tez, makale, kitap, kitap bölümü, bildiriler ve çeşitli istatistikler hem de ikincil kaynaklar olarak tanımlanan konu ile ilgili akademik organizasyonlar ve süreli yayınlar yer almaktadır. Gerçekleştirilen değerlendirmede etnik restorana ilişkin en eski akademik yayının 1985 yılında gerçekleştirildiği görülmüştür. Özellikle Amerika kıtasının keşfi ve inşasında yer alan çok kültürlü yapının oluşturduğu etnik kimliklerin temsil ettiği yiyeceklerin kültürlerarası kullanımının sıklığı ve alışılagelmiş oluşu düşünüldüğünde, bu konudaki akademik yayınların nispeten oldukça yeni olduğundan bahsetmek mümkündür. Diğer yandan 1985'ten 2000'li yılların başına kadar literatürde oldukça nadir rastlanan etnik restoran araştırmaları 2000 ve 2009 yılları arasında bir ivme kazansa da asıl gelişim 2010 yılı ve sonrasında yaşanmıştır. Bu tarihten itibaren gerek ulusal gerekse de uluslararası literatürde yer alan etnik restoran çalışmaların sayıca arttığı görülmektedir. Diğer yandan bu yayınlarda ele alınan ve etnik restoranlarla ilişkilendirilen değişkenlerin de çeşitlendiğinden bahsetmek mümkündür. Etnik restoranları ele alan akademik çalışmalar ilk yıllarda etnik kültürleri genellikle mutfak ile ilgili öğeler olarak, tarifler, uygulamalar, ekipmanlar, ritüeller, restoranlar vb. gibi unsurlar üzerinden tanıtan yayınları içermektedir. Bununla birlikte özellikle 2010 yılı ve sonrasında etnik restoran çalışmalarının daha çok "tekrar ziyaret", "destinasyonu ziyaret" ve "yerel yiyecek tüketme" gibi davranışları etkileme kapasitesi kapsamında ele alındığı görülmektedir. Bu durum söz konusu restoranların büyük ölçüde turizm araştırmaları kapsamında ele alınıyor olmalarıyla ilişkilendirilebilecek bir durumu yansıtmaktadır.

Etnik restoranlara ilişkin akademik yayınlar uluslararası literatürde ulusal literatüre oranla oldukça fazla sayıda ve çeşitlidir. Söz konusu çeşitlilik bir yandan araştırmalar kapsamında ele alınan değişkenlerin çeşitliliğini kapsarken diğer yandan da tüm yayın türlerinde hatırı sayılır yayın sayılarıyla kendisini göstermektedir. Ulusal literatürün aksine uluslararası literatürde etnik restoran konusunda yazılmış kitaplar da yer almaktadır. Bunun yanı sıra özellikle makale ve tez sayılarındaki farklılıklar da ulusal literatürde etnik restoranlara ilişkin olarak gerçekleştirilen yayınların eksikliğini gözler önüne sermektedir.

Nispeten akademik anlamda yeni bir araştırma alanı olarak karşımıza çıkıyor olsa da etnik restoranlara ilişkin gerçekleştirilen çalışmalarda belli başlı değişkenlerin daha sıklıkla ele alındığı görülmektedir. Bunlar özellikle tüketici davranışları, tutumları ve motivasyonları üzerine gerçekleştirilen çalışmalar ile otantiklik, atmosfer ve kültür üzerine gerçekleştirilen çalışmalardır. Bu çalışmaların yanı sıra özellikle işletmecilik, işgücü ve sunulan hizmetin kalitesine odaklı çalışmalar ile tüketicilerin bu işletmelerde sunulan yiyecekleri kabulü ve gıda güvenliği araştırmaları da literatürde sıklıkla yer almaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgular ışığında etnik restoranlara yönelik ilginin ve talebin artacağının ortaya konuluyor oluşu, bu tür restoranların toplumların değişen beklentilerine cevap verme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Ek olarak, ekonomisini turizm endüstrisine dayandıran ülkelerin otantiklik vurgusunun desteklenmesinde en önemli tanıtım unsurunun hedef pazarlarda faaliyet gösteren etnik restoranlar olmaya devam edeceği de açıktır. Bununla birlikte, restorancılık alanında yaşanabilecek değişimlerin gelecek dönemde özellikle dijitalleşme ve teknolojik gelişmelerle şekilleneceğine yönelik beklentiler, diğer restoran işletmeleriyle birlikte etnik restoranların da bu yönde bir düzenlemeye gereksinim duyacağını göstermektedir. Gerçekleştirilen taramada etnik restoranlarda dijitalleşmeye yönelik herhangi bir yayına rastlanmamış olması, bu alandaki eksikliği gözler önüne sermekte ve etnik restoranlara ilişkin gelecek çalışmaların bu doğrultuda gerçekleştirilmesinin önemini vurgulamaktadır.

KAYNAKLAR

Akdemir, N. (2018). "Etnik restoranlar." İçinde Akbaba, A. ve Çetinkaya, N. (Ed). *Gastronomi ve Yiyecek Tarihi*, Ankara: Detay yayıncılık.

Bak, S. (2015). "Exoticizing the Familiar, Domesticating the Foreign." *Re-orienting Cuisine, East Asian Foodways in the Twenty-First Century*, *3*, 170.

Bekar, A., ve Gümüş Dönmez, F. (2014). "Temalı Restoranlar ve Temalı-Etnik Restoran Ayrımı", *Journal of International Social Research*, *7*(35).

Belasco, W. J. (1987). "Ethnic Fast Foods: The Corporate Melting Pot", *Food and Foodways*, *2*(1), 1-30.

Beverley, S., John, B. ve Stefanie, K. (2003). "Restaurants and the Tourist Market", *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 15*(1), 6-13.

Burns, N. ve Grove, S. K. (2007). *Understanding Nursing Research: Building an Evidence-based Practice*, Philadelphia, PA: Elsevier Saunders.

Cevizkaya, G. (2015). *Tüketicilerin Etnik Restoran İşletmelerini Tercih Nedenleri: İstanbul'da Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Chatzopoulou, E. (2018). *A Grounded Theory of Authencity and Quality Constructions for Ethnic Restaurants: Implications for Effective Marketing Strategies*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Newcastle University.

Clair, R. P., Holyoak, I. C., Hill, T. E., Rajan, P., Angeli, E. L., Carrion, M. L. ve Sastry, S. (2011). "Engaging cultural narratives of the ethnic restaurant: discursive practices of hybridity, authenticity, and commoditization." In *Studies in Symbolic Interaction*, Emerald Group Publishing Limited.

Deniz, A. ve Öksüz, M. (2017). "Ankara'daki İran Restoranları: Kültürel Kimlik Üzerine Etnografik Bir Araştırma", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, *15*(2), 167-185.

OGEM YAYINLARI

Ebster, C. ve Guist, I. (2005). "The Role of Authenticity in Ethnic Theme Restaurants", *Journal of Foodservice Business Research*, *7*(2), 41-52.

Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S. ve Hersleth, M. (2009). "Consumer-driven Definition of Traditional Food Products and Innovation in Traditional Foods. A Qualitative Cross-Cultural Study", *Appetite*, *52*(2), 345-354.

Guliaeva, E. (2017). "What Makes a Restaurant Ethnic? A Case Study of Armenian Restaurants in St Petersburg", *Proceedings of the Forum for Anthropology & Culture* (No. 13).

Hardjanti, F. D. (2018). *Factors Influencing Perceived Value And Behavioral Intentions of Ethnic Restaurant: A Study of Indonesian Restaurants*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Prince of Songkla University.

Higgins, J. P. T. ve Green, S. (2011). *Cochrane Handbook for Systematic Reviews of Interventions: Version 5.1.0*. The Cochrane Collaboration.

İnce, C., Turganbaeva, N. ve Samatova, G. (2019). "Etno-Restoranlarda Otantikliği Deneyimlemek-Kırgızistan'da Etno-Restoranlar: Supara ve Dasmia", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, *16*(1), 121-135.

Jang, S. Y. (2014). "Exploring Peoples Motivations for Choosing Ethnic Restaurants, and Its Influence on Intention to Visit The Origin Country", Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Surrey.

Jung, J. (2010). *Sweet and Sour: Life in Chinese Family Restaurants*. Lulu Press Inc.

Khan, M. ve Oyewole, P. O. (2014). "African Americans' Image Attributes and Preferences for Ethnic or International Restaurants", *Journal of Foodservice Business Research*, *17*(3), 161-178.

Kim, D., W. (2012). "Business Plan for a U.S. based Healthy and Organic Ethnic Korean Quick-Service Restaurant", yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Nevada.

Kim, H. J. ve Kim, C. W. (2019). "A Study on Subjective Perception Types of Ethnic Restaurant Customers", *The Journal of the Korea Contents Association*, *19*(12), 546-557.

Koçbek, A. D. (2005). "Yiyecek-İçecek Sektöründe Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti: Etnik Restoranlara Yönelik Bir Araştırma", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kozak, N. (2001). "Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1998 Yılları Arasıda Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmalan Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, *12*(1), 26-33.

Le, N. P. (2015). "Small Ethnic Business Owner Strategies to Remain Operable Beyond 7 Years", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Wladen University.

Leung, G. (2010). "News and Views: Ethnic Foods in the UK", *Nutrition 35*(3), 226-234.

Li, X. (2017). "Examining Employment Relations in The Ethnic Chineese Restaurant Sector within the UK Contex", Yayınlanmamış Doktora Tezi, The University of Sheffield.

Lu, A. C. C., Gursoy, D. ve Lu, C. Y. (2015). "Authenticity Perceptions, Brand Equity and Brand Choice Intention: The Case of Ethnic Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, *50*, 36-45.

Özdemir, S. S. (2019). "Etnik Restoranların Turist Davranışlarına Etkisi: Berlin'deki Türk Restoranlarında Bir Araştırma", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

OGLAK YAYINLARI

Özdemir, S. S. ve Bozok, D. (2019). "Berlin'deki Türk Restoranlarını Ziyaret Eden Almanların Demografik Özelliklerine Göre Destinasyonu Ziyaret Etme Niyetlerinin Değerlendirilmesi", *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, *11*(18), 1310-1324.

Parasecoli, F. (2014). "We are family: Ethnic food marketing and the consumption of authenticity in Italian-themed chain restaurants." In *Making Italian America: Consumer Culture and the Production of Ethnic Identities*, Fordham University Press.

Phinney, J. S. (1990). "Ethnic Identity in Adolescents and Adults: Review of Research", *Psychological Bulletin*, *108*(3), 499.

Pond, C. R. (2009). *Sizzle in Hell's Kitchen Ethnic Recipes from Restaurants of New York City's Ninth Avenue Neighborhood*, Gibbs Smith Publishing.

Ray, K. (2007). "Ethnic succession and the new American restaurant cuisine." İçinde *The Restaurants Book: Ethnographies of Where We Eat*, Bloomsbury.

Rodríguez-López, M. E., Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S. ve Muñoz-Leiva, F. (2020). "A Review of Restaurant Research in the Last Two Decades: A Bibliometric Analysis", *International Journal of Hospitality Management*, *87*, 102387.

Roseman, M. G. (2006). "Changing Times: Consumers Choice of Ethnic Foods When Eating at Restaurants", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, *14*(4), 5-32.

Rosenthal, D. A. ve Feldman, S. S. (1992). "The Nature and Stability of Ethnic Identity in Chinese Youth: Effects of Length of Residence in Two Cultural Contexts", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *23*(2), 214-227.

Sciwongrat, C. (2008). "Consumer's Choise Factors of an Upscale Ethnic Restaurant", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Lincoln University.

Sevim, A. (2019). "Etnik Restoranlarda Hizmet Kalitesi Ölçümü (Varşova Örneği)", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Song, R. R., Chung, S. J., Cho, S. A., Shin, H. W. ve Harmayani, E. (2019). "Learning to Know What You Like: A Case Study of Repeated Exposure to Ethnic Flavors", *Food Quality and Preference*, *71*, 452-462.

Stein, J. (1993). *The Washington D. C. Ethnic Restaurant Guide*, Open Road Publishing.

Su, C.S. (2011). "The Role of Service Innovation and Customer Experience in Ethnic Restaurants", *The Service Industries Journal*, *31*(3), 425-440.

Sukalakamala, P. ve Boyce, J. B. (2007). "Customer Perceptions for Expectations and Acceptance of an Authentic Dining Experience in Thai Restaurants", *Journal of Foodservice*, *18*(2), 69-75.

Şengül, S. Ve Kurnaz, A. (2019). "Marmaris'i Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Kişisel Özellikleri ile Etnik Restoranları Seçim Kriterleri Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(3), 306-316.

Tabari, S. (2016). "Exploring the impact of culture in ethnic restaurants.: Case study of a Spanish restaurant in London." İçinde Altınay, L. ve Poudel, S. (Ed). *Enhancing Customer Experience in the Service Industry: A Global Perspective*. Cambridge Scholars Publishing.

OĞLAK YAYINLARI

Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. ve Nizamlıoğlu, H. F. (2017). "Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 77-87.

Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. ve Nizamlıoğlu, H. F. (2017). "Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul örneği", *2. Gastronomi Turizmi Kongresi Bildirileri*, Çanakkale.

US Census Bureau. (2000). *Parents, Guardians, Family Members: Your Census 2000 Form is Coming Soon! Guam*. US Census Bureau.

Van Esterik, P. (1982). "Celebrating Ethnicity: Ethnic Flavouring an Urban Festival", *Ethnic Groups*, *4*(4), 207-228.

Yavuz, Ö. ve Mesci, M. (2020). "Etnik Restoranlarda Marka Değeri Oluşturulması: İstanbul Örneği", *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, *19*(3), 1386-1401.

Yiğit, S. (2018). "Etnik Mutfak Ürünlerinin Tercihinde Neofobinin Etkisi (Karşılaştırmalı Bir Uygulama)", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zelinsky, W. (1985). "The Roving Palate: North America's Ethnic Restaurant Cuisines", *Geoforum*, *16*(1), 51-72.

Zhang, L. ve Hanks, L. (2018). "Online Reviews: The Effect of Cosmopolitanism, Incidental Similarity, and Dispersion on Consumer Attitudes Toward Ethnic Restaurants", *International Journal of Hospitality Management*, 68, 115-123.

İnternet Kaynakları

URL 1 https://www.statista.com/statistics/864850/favorite-ethnic-restaurant-type-in-sweden/ Erişim tarihi. 03.07.2021.

URL 2 https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/ethnic-foods-market Erişim tarihi. 03.07.2021.

URL 3 https://www.fortunebusinessinsights.com/ethnic-foods-market-102264 Erişim tarihi. 04.07.2021.

URL 4 https://www.researchandmarkets.com/reports/4703940/ethnic-foods-market-growth-trends-covid-19 Erişim tarihi. 04.07.2021.

URL 5 https://www.marketresearch.com/Food-Beverage-c84/Food-c167/Ethnic-c489/ Erişim tarihi. 04.07.2021.

URL 6 https://www.businesswire.com/news/home/20181210005691/en/Global-Ethnic-Foods-Market-Report-2018-2023-A-CAGR-of-5.1-is-Projected---ResearchAndMarkets.com Erişim tarihi. 04.07.2021.

URL 7 https://pbfy.com/blog/consumers-growing-preference-for-ethnic-food/ Erişim tarihi. 04.07.2021.

URL 8 https://journalofethnicfoods.biomedcentral.com Erişim tarihi. 05.07.2021.

OĞLAK YAYINLARI

ON SEKİZİNCİ BÖLÜM
KAHVE MAĞAZALARI İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN SİSTEMATİK DERLEMESİ

Öğr. Gör. Dr. Songül Kılınç ŞAHİN[1]

1. GİRİŞ

Kafe diye tanımlanan mekanlar hemen hemen her şehirde vardır. Çok çeşitli türleri, ulusal ve işlevsel özellikleri olmasına karşın bu kurumlar kahvehane sektörünün başlangıçtan beri sunduğu yeme-içme, oyun, eğlence ve eğitimden oluşan bir karışımı sunmaya devam etmektedir. Kahve dükkanı, kafeterya, kafe-bar, kafe-espresso, espresso-bar, kafe-restoran, caz-kafe, rock-kafe, kafe-pastane vb. tanımlara her yerde rastlamak mümkündür. 1950'li yılların ortasında, ABD'den ithal edilen modern kafe-bar ve İtalyan espresso-bar, kahvehanenin varlığını başka biçimlerde de sürdürdüğüne işaret eder (Heise, 2001: 187). Sayımer ve Uran (2014: 286) günümüzde kahvehanelerin yerini batıdan gelen "coffee shop" kültürünün almaya başladığını belirtmiştir. Starbucks ve benzeri Amerikan tarzı endüstriyel-hazır kahve içilen mekânların sayısı, son on yılda gün geçtikçe artmıştır. Tüm bu kahve içilip sohbet edilen mekânlar için önceden kullanılan "kahvehane" kelimesinin yerini günümüzde, 'kahve mağazaları/kafe' almıştır (Akt. Alyakut, 2017: 212).

Türkiye'de son yıllarda kahve satan mekânların hızla artması insanların tüketim alışkanlıklarını da yönlendirerek kahve tüketiminin artmasına neden olmuştur (Ulusoy ve Şeker, 2013: 9). Yapılan araştırmalar, Türkiye'de çayın yerini hızla kahvenin almaya başladığını göstermektedir. Son dönemlerde kahve zincirlerinin yaygınlaşması ve hazır kahve üreticilerinin piyasaya sunduğu ikisi bir arada, üçü bir arada ve aromalı kahveler gibi yeni ürünler için yaptıkları yoğun reklamın da etkisiyle ülkemizdeki insanlar özellikle de genç ve eğitimli nesiller daha fazla kahve tüketmeye başlamışlardır (Ulusoy ve Şeker, 2013: 12).

Geçmişte kahve servisinin yapıldığı kahvehaneler, günümüzde farklı kahve türlerinin değişik tat ve görünüşte sunulduğu, kahvenin yanı sıra diğer içecek çeşitlerinin de bulunduğu ve kahveyle uyumlu farklı aperatif yiyeceklerin de tüketildiği mekânlar haline gelmiştir (Akarçay, 2012: 186). Bu açıdan bakıldığında kahve kültürünün kabuk değiştirdiği ve insanların yeni alışkanlıklar ya da davranış biçimleri kazanmaya başladığı

1 Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ula Ali Koçman MYO, Gıda İşleme Bölümü / Muğla ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3510-9220 songulkilinc@mu.edu.tr

OĞLAK YAYINLARI

söylenebilir. Örneğin, bir mekânda oturup sohbet edilmesine dayanan geleneksel kahve tüketim anlayışı hızla değişmektedir. Nitekim son yıllarda kahvenin "take away" alınarak yürürken, işe ya da okula giderken tüketilmesi sık rastlanan yeni bir davranış haline gelmiştir (Akarçay, 2012: 194).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yüzyıllardır günlük yaşamın bir parçası olan toplumlara, sosyal hayata, kültürlere yön veren ve toplumların her kesimi tarafından sevilerek tüketilen kahve hem kültürel hem ticari hem de sosyal yönden çok önemli bir yere sahiptir (Heise, 2001:31; Özdestan, 2014: 167). Kahvehane etimolojik olarak 'kahve evi' anlamına gelmektedir. Müşterilerine kahve içilen bir mekan sağlamak amacıyla kurulan kahvehaneler; zamanla edebi ya da güncel konuların konuşulduğu, farklı eğlencelerin düzenlendiği ve halk hikayelerinin anlatıldığı kültürel mekânlara dönüşmüştür (Sami, 2010: 161). Heise (2001:21), kahvehanelerin yeni ortaya çıktığı ve halk tarafından benimsendiği dönemlerde kahvehaneleri, İslam dünyasının 'şarapsız meyhanesi' olarak nitelendirmiştir. Müslüman toplumlarda ilk kahvehane 1511'de Mekke'de bir caminin yanında kurulmuştur. Osmanlı'da kahve kültürünün temelini oluşturan ve o dönemlerde sadece erkeklere hizmet veren kahvehanelerin ilki, 1554 yılında Kanuni Sultan Süleyman döneminde Halep'ten ve Şam'dan gelen Hâkim ve Şems adlı kişiler tarafından İstanbul Tahtakale'de açılmıştır. Kahvehane, ilk olarak halka açık bir yerin kahve içilmesi için düzenlemesi ile oluşturulmuştur (Gürsoy, 2007: 22). Osmanlı içecek kültürünün merkezinde yer alan kahve, insanları bir sohbet halkası etrafında buluşturması gündelik hayata girmesinden çok kısa bir süre sonra gerçekleşmiş, 16.yy'ın ortalarından sonra açılan kahvehaneler ise aynı zamanda bu popüler içeceğin etrafında toplanan tiryakilerin de sohbet mekanları olmuştur (Işın, 2006: 293).

Gece gündüz açık olan, eğlence, oyun ve vakit geçirme olanakları sunan kahvehaneler; yazarların, sosyalistlerin, politikacıların ve ticaretle uğraşanların buluşma noktası haline gelerek insanların gündelik yaşamının vazgeçilmez mekânları haline gelmiştir (Heise 2001: 21; Cowan, 2005: 2). Kahvehanelerin belki de en dikkat çeken özelliği, "sosyalleştirici" bir görevi üstlenmiş olmalarıdır. Bu mekânda bulunan ve burada aynı ürünü tüketenler, farklı sosyal kesimlere mensup olsalar da aynı konular üzerinde tartışabilmişlerdir (Saraçgil, 1999: 35).

Avrupa'da genellikle 1645'ten sonra açılmaya başlayan kahvehaneler, kahve servis edilen ve bir ya da iki odadan oluşan yerlerdi. 18. ve 19.yy.'da pazarlarda ve panayırlarda 'seyyah kahveciler' vardı. Yeterli müşteri bulunan her yerde seyyar kahve tezgâhları kuruluyordu. Avrupa'nın büyük şehirlerinde ilk kahvehaneler yabancılar tarafından

OGLAK YAYINLARI

açılıyordu ve buraları kendi ülkelerinde bildikleri tarzda düzenliyorlardı. Örneğin; Paris'te 1672 yılında açılan ilk kahvehane 'Ermeni' tarzındaydı. Kısa bir süre sonra açılan diğer kahvehane ise 'İran' kahvehanelerine benziyordu (Heise, 2001:111). Daha sonra Fransızlar kahvehanelerini 'grand cafe (aristokrat-burjuva)' ve 'peti cafe (küçük burjuva-proleter)' olarak ayırmışlardır (Heise, 2001:121). Fransa'da 1800'lü yıllarda restoranların ortaya çıkmasıyla birlikte, kahvehanelerle lokantaların bileşimi olan yerler açılmaya başlamıştır. Daha sonra şekerlemeciler ve pastacılar kahvehane ruhsatı almaya başlamışlardır. Böylece kafe-pastane türü doğmuş ve Avrupa'daki kahvehane türlerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. 19.yy'ın ortasından itibaren Paris ve Viyana kahvehaneleriyle öncü konumda olmuştur (Heise, 2001:122).

Zamanla Avrupa'da kahve mağazaları kendilerine ait kültürü meydana getirmiş ve insanlar sohbet etmek, yazmak, kitap okumak, eğlenmek ya da zaman geçirmek gibi günlük rutinleri için kahve mağazalarını tercih etmeye başlamışlardır. Kahve mağazalarının çoğu kahvenin yanı sıra çay, sandviç, pastane ürünleri gibi aperatif yiyecekleri de sunmaktadır (Nan, 2014:10). Tarihsel olarak bakıldığında kahve mağazaları insanların sosyalleştikleri, arkadaşları ile rahatça sohbet ettikleri yerler olmuştur (Şahbaz, 2007: 9).

Yapılan araştırmalar, Türkiye'de çayın yerini hızla kahvenin almaya başladığını göstermektedir. Türkiye'de her 100 kişiden en az yüzde 75'i kahve tüketmektedir. Ülkemizde 2005 yılında kişi başına ortalama kahve tüketim miktarı 200 gram iken, 2015 yılında bu miktar 550 grama (Gülçubuk, 2016) ve 2018 yılında ise 1.190 grama kadar yükselmiştir (European Coffee Report 2018-2019: 30).

Türkiye'de 1999 yılında Gloria Jean's Coffees ile başlayan kahve mağaza zinciri, zamanla Starbucks, Barney, Tchibo, Robert's Coffee and Chocolate, Johns, Illy, Cafe Crown, Kahve Dünyası, Cafe Nero, Kahve Diyarı, Bean and Cream, Coffee Republic gibi markaların katılımıyla genişlemiştir (Kuburlu, 2018). Yerli ve yabancı büyük firmaların büyük ilgi gösterdiği kahve pazarına, McDonald's ve Burger King gibi hamburger zincirlerinin de ilgi gösterdiği görülmektedir. McDonald's, McD Cafe adıyla Türkiye kahve pazarına girmiştir. Espresso, cappuccino, americano gibi kahve çeşitlerinin sunulduğu McD Cafeler, Türkiye'ye 2012 yılında giriş yapmıştır (www.mcdonalds.com.tr).

Zincir kahve mağazaları Türkiye'ye ilk defa Gloria Jean's Coffees'in 1999 yılında İstanbul Mydonose Showland'de ilk şubesini açmasıyla gelmiştir. Gloria Jean's Coffees'in şu anda 50'den fazla ülkede 1200'ün üzerinde mağazası bulunmaktadır (www.gloriajeans.com.tr). Daha sonra, 2003 yılında Türkiye kahve pazarına giren Starbucks Coffee ise dünya genelinde 78 ülkede 30 bini aşkın kahve mağazası ile faaliyet göstermekte olup ülkemizdeki şube sayısını 531'e çıkarmıştır (www.starbucks.com.tr). Yerli kahve mağaza zincirlerinden olan Kahve Dünyası ise 2004 yılında kahve sektörüne giriş yapmış, 2011

OKEAK YAYINLARI

yılında ilk şubesini İngiltere'de açarak yurt dışı pazarına açılmıştır. Şu anda beş farklı ülkede 450 şube sayısına ulaşmıştır (www.kahvedunyasi.com).

Kılınç Şahin ve Bekar (2018: 776), 2016 yılında zincir kahve mağazalarında yapmış oldukları çalışmada, kahve mağazalarından yararlanan tüketicilerin işletmeyi tercih etme nedenleri arasında çoğunlukla arkadaşlarla buluşmak (%34,7) amacının olduğunu tespit etmişlerdir. Bunun dışında sırasıyla; kahve içmek (%28,4), vakit geçirmek (%16,6), ders çalışmak (%12,8) ve diğer tüketicilerle iletişim kurmak gibi amaçlarla tercih ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Buradan da anlaşıldığı gibi insanların kahve mağazalarını sosyal hayatlarının bir parçası olarak gördükleri söylenebilir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, ulusal yazında kahve mağazaları ile ilgili Türkçe ve İngilizce olarak yapılmış araştırmaların içerik tespiti amacıyla, sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır. Sistematik derleme, belli bir konuda yapılan çalışmaların derinlemesine ve kapsamlı bir şekilde taranıp bulguların analiz edildiği bilimsel incelemeler olarak kabul edilmektedir (Aslan, 2018: 62). Sistematik derleme yöntemi daha objektif olması, literatür taramasının belli bir yöntem dahilinde daha kapsamlı yapılması ve yapılan çalışmaların hangi kriterlere göre seçileceğinin net olarak belirtilmesi gibi avantajları nedeni ile daha çok kabul gördüklerini söylemek mümkündür (Moule ve Goodman, 2009). Bu yöntemde, belirli bir zaman aralığında spesifik bir konunun tespitine yönelik olarak inceleme yapılması ve o andaki mevcut bulguların sentezlenmesi dolayısıyla daha çok bilimsel bilgi içermeleri bakımından önemlidir (Ata ve Urman, 2008; Hemingway ve Brereton, 2009). Çalışmanın amacı doğrultusunda; konuyla ilgili uygun içerikteki yayınları tespit etmek için 16.04.2021-20.07.2021 tarihleri arasında ulusal veri tabanlarından -ULAKBİM, Dergi Park ve Google Akademik veri tabanlarında- literatür taraması yapılmıştır. Taramada 'kahvehane', 'kahve', 'coffee', 'coffee shop', 'kafe' anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Herhangi bir zaman kısıtlamasına gidilmeden, erişime açık olan bütün çalışmalara ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırmada toplam 725 makaleye ulaşılmıştır. Öncelikle, çalışmalar konu kategorisinde 'sosyal' olarak işaretlenmiş ve filtrelenmiştir. Ulaşılan çalışmaların içerikleri incelenmiş öncelikli olarak 'Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm' alanı ile ilgili olan makaleler tespit edilmiştir. Çalışmaların kahve-kahve mağazasına ait farklı bir alan özelinde çalışılmamış olmasına (kahvenin kafein içeriğinin sağlık üzerine etkisi ya da kahve mağaza atmosferinin tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisi gibi) ayrıca dikkat edilmiştir. Çalışmaların içerik incelemesi sonrasında konu ile ilgisi olmayan makaleler elenmiştir. Eleme sonrasında 10 çalışmanın incelenmesine karar verilmiştir.

GÖLAK YAYINLARI

4. BULGULAR

İncelemeye alınmasına karar verilen makalelere ait bilgiler Tablo 1'de verilmiştir. Tablonun hemen altında tabloda yer alan makaleler kısaca özetlenmiştir.

Tablo1: Makalelere ait bilgiler

Yıl	Yazar(lar)	Makalenin Adı	Yayın Yeri
2013	Özgen ve Karabacak	Tüketim Mekânlarının Dönüşümünde Görsel İletişimin Rolü: Küresel Kahve Dükkânları	İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi
2014	Aksoy vd.	Gaziantep Tarihî Tahmis Kahvehanesinin Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma.	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
2017	Gülmez	Marka Tercihinde Duyuların Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası Markalarının Duyusal Markalama Açısından Karşılaştırılması	Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi
2017	Kalyoncuoğlu	Markaya Duyulan Güven ile Marka Sadakati İlişkisinde Marka Aşkının Aracılık Rolü: Starbucks Markası Üzerine Bir Araştırma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
2017	Aşık	Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
2018	Latif ve Örs	İkinci Dalga Kahve Tercihini Etkileyen Faktörler: İçtiğimiz Kahveleri Tanıyor muyuz?	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
2018	Yücebalkan ve Yurtsever	Osmanlı'da Kahve, Kahvehane Kültürü ve Bir Kurumsallaşma Hikâyesi: Kurukahveci Mehmet Efendi	Turkish Studies (Elektronik)
2019	Karaman vd.	Tüketicilerin Kahve Kafeleri Ziyaret Eğilimlerinin ve Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi: Geleneksel Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma	Türk Turizm Araştırmaları Dergisi
2019	Bayındır ve Öncel	Üniversite Öğrencilerinin Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Nedenleri: Anadolu Üniversitesi Örneği	Journal of Tourism and Gastronomy Studies
2020	Bayındır ve Yüncü	Yaşam Tarzının Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Niyeti Üzerine Etkisinin İncelenmesi	Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

Özgen ve Karabacak'ın (2013) çalışmalarında; Gloria Jean's Coffees, Starbucks, Illy, Lavazza, Kahve Dünyası gibi zincir kahve mağazalarının tasarımlarında kullanılan görsellerin pazarlama stratejilerine olan etkisini incelemişlerdir. Yapılan çalışma neticesinde, İtalyan firmalarında kullanılan görsellerin rakiplerine kıyasla daha iyi seçildiği, böylece diğer markalardan farklılaştığı ve bu durum da İtalyan markaları için rekabet avantajı kazandırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aksoy, Türk ve Gökmen'nin (2014), Gaziantep ilinde yaklaşık 400 yıldan beri faaliyet gösteren Tarihi Tahmis Kahvehanesi'ne gelen 200 müşteriden elde ettikleri veriler ile kahvehanenin nasıl algılandığı incelenmiştir. Araştırma sonucunda, müşterilerin Tahmis Kahvehanesi'ne yönelik olumlu algılarının olduğu, kahvehaneyi ziyaret

OGLAK YAYINLARI

edenlerin büyük çoğunluğunun 18-34 yaş aralığındaki gençlerden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gülmez (2017), uluslararası bir marka olan Starbucks ve ulusal orijinli bir marka olan Kahve Dünyası'nı ziyaret eden müşterilerin marka tercihinde duyuların etkisini tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda, katılımcıların Kahve Dünyası markasını tat ve dokunma duyuları açısından daha fazla önemserken; Starbucks markasını ise görme, koku ve ses duyuları açısından daha fazla önemsediği belirlenmiştir. Yine araştırma sonucunda, kadınlarda Starbucks markasında tat, koku ve ses duyuları öne çıkarken erkeklerde görme ve ses duyuları daha baskındır. Kadın müşterilerde Kahve Dünyası markasına yönelik olarak dokunma ve görme duyuları daha fazla öne çıkarken erkek müşterilerde tat ve dokunma duyularının daha baskın olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın diğer önemli sonuçlarından biri de markaya ait mağazalara gitme sıklığı arttıkça, marka tercihlerinde duyuların rolünün ve öneminin arttığı sonucu görülmüştür.

Kalyoncuoğlu (2017) çalışmasında, marka aşkının marka güveni ile marka sadakati arasındaki ilişkide aracılık etkisi olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu amaçla Starbucks kahve mağazalarını tercih eden 378 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda, müşterilerin Starbucks markasına duydukları güvenin marka sadakatleri üzerindeki etkisi tespit edilmiştir. Marka sadakati oluşumunda ise marka aşkının tam aracılık rolü olduğu vurgulanmıştır.

Aşık (2017) çalışmasında kahve tüketim alışkanlıklarını, kahve tüketicilerinin özelliklerini inceleyerek kahve tercihlerini etkileyen en önemli faktörleri belirlemeyi amaçlamıştır. 500 katılımcı ile yapmış olduğu nicel araştırma bulgularına göre markalı kahve tüketiminin daha fazla olduğu, kahvenin tadı-sunumu, fiyatı, servis kalitesi ve hızı, kahve çeşidinin fazla olması, temizlik ve hijyen gibi unsurların ise tüketicilerin kahve tercihini etkileyen önemli faktörlerin arasında yer aldığı belirlenmiştir.

Latif ve Örs (2018) yapmış oldukları çalışmada, kahve tüketimine etki eden faktörleri hazcılık ve sosyal değer bağlamında deney ve anket metotlarının birlikte kullanıldığı kantitatif bir yöntem kullanmışlardır. Çalışmanın araştırma bulguları değerlendirildiğinde, kahve tüketim niyeti üzerinde sosyal değerin etkili olduğu ancak hazcılığın etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, yapılan deneyde deneklerin %53'ünün içtiği kahveyi teşhis edebildiği ve içtiği kahveyi tanımayan kişilerin, kahveden aldığı hazzın daha düşük olduğu ifade edilmiştir.

Yücebalkan ve Yurtsever (2018), Osmanlı'dan günümüze hayatta kalmayı başarmış, aile şirketinden gelerek markalaşan ve dünyaya Türk kahvesini tanıtma misyonu üstlenmiş bir şirket olan Kurukahveci Mehmet Efendi'nin kurumsallaşma sürecini değerlendirmişlerdir. Çalışmada, günümüzde 50'den fazla ülkeye Türk Kahvesi ihracatı yapan

OĞLAK YAYINLARI

şirket kurum kültürünün bir parçası olan yenilikçilik sayesinde müşterileri tarafından 'bizden biri' olarak kabul edildiklerini vurgulanmaktadır.

Karaman, Kılıç ve Avcıkurt (2019) yapmış oldukları çalışmada, tüketicilerin kahve tüketim miktarları, kahve tüketim mekânları ve kahve tercihleri arasında Türk kahvesinin yeri ve önemini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde ankete katılan kişilerin kafeleri yaklaşık olarak ayda birkaç kez ziyaret ettikleri, ziyaret ederken genellikle yerli kahve mağazalarını (Kahve Dünyası, Gönül Kahvesi vb) tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bunun yanısıra, katılımcıların en çok Türk kahvesini tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Bayındır ve Öncel (2019) Anadolu Üniversite kampüsünde yaptıkları çalışmada, üniversite öğrencilerinin kahve dükkanlarını tercih etme nedenlerini incelemişlerdir. Yaptıkları araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin genellikle haftada 1-2 defa kahve dükkânlarına gittiği, kahve dükkânı türü olarak genellikle yabancı kahve dükkânlarını tercih ettiği, tercih etme nedenleri arasında arkadaşları ile buluşmak ve ortam atmosferinde bulunmak istemeleri olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca, kahve dükkanlarında espresso ve espresso bazlı içecekleri daha fazla tercih ettikleri belirlenmiştir.

Bayındır ve Yüncü (2020) çalışmalarında, yaşam tarzının kahve dükkanlarını tercih etme niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamışlardır. Amaç doğrultusunda 390 katılımcıya anket uygulanmış ve yapılan analizler sonucunda katılımcıların kahve dükkânlarını haftada 1-2 defa ziyaret ettiği, genellikle yerli kahve dükkânlarını tercih ettiği, kahve dükkânlarını tercih etme nedenleri arasında arkadaşlarla buluşma, aileyle vakit geçirme ve yeme içme gereksinimlerini karşılama olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

5. SONUÇ

Son yıllarda Türkiye'de gerek ulusal gerekse de uluslararası kahve mağazalarının her geçen gün yaygınlaştığı görülmektedir. Kahve mağazaları ilk kurulduğu günden bu yana hemen hemen tüm toplumlarda günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Ev ve işyerlerinden sonra insanların bir yeri/mekânı/işletmeyi gidebilecekleri üçüncü yer olarak tercih edebilmeleri için, o yerin sosyal olarak toplanabildikleri mekânlar olması gerekmektedir (Oldenburg, 1999: 18). Tarihsel olarak, kahve mağazaları insanların sosyalleştikleri, sohbet ettikleri yerler olmuştur (Şahbaz, 2007: 9).

Kahve mağazalarının yaygınlaşması ile birlikte işletmeler mevcut müşterilerini elinde tutabilmek için öncelikle müşteri profillerini tespit etmeli, müşterilerinin kendilerini tercih nedenlerini iyi analiz etmeli ve bu tercihler doğrultusunda kendilerini sürekli yenilemelidirler. Clark (2007: 100) Starbucks ile ilgili yapmış olduğu çalışmasında,

OĞLAK YAYINLARI

Starbucks'ın başarısının en büyük nedenlerinden birinin müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını anında fark ederek onlara istedikleri şeyi zamanında sunması olarak ifade etmiştir. Starbuck's bir yandan müşterilerine kahve satarken diğer yandan da müşterilerini yakından takip ederek onlarla ilgilenmesi, onların istek ve ihtiyaçlarını çok iyi gözlemlemesi kendisine sadık müşteriler kazandırdığını vurgulamıştır.

Bu çalışmada kahve mağazaları ile ilgili ulusal yazında yapılan çalışmalara ilişkin derinlemesine bir yazın taraması yapılmıştır. Bu doğrultuda toplam 10 çalışma araştırmaya dâhil edilmiştir. Yapılan tarama işlemi sonucunda kahve mağazaları ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunluğunun global marka olan Starbucks ve yerli bir marka olan Kahve Dünyası ile ilgili olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu, kahve mağaza tercihlerini ve kahve tüketim tercihini etkileyen faktörleri incelemiştir. Çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre mağaza tercihinde markanın ve ortam atmosferinin önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 2004 yılında Amerika'da yapılan bir araştırmada yaşları 18-34 arasında olan gençlerin %42'si, kahvelerini bir kahve mağazasında tüketmektedir. Bu rakama bakıldığında kahve mağazalarının bir fincan kahveden daha fazla anlamı olduğu görülmektedir (Waxman, 2006: 37). Kahve mağazalarını ziyaret edenlerin büyük çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu belirlenmiştir. Kahve mağazalarını ziyaret nedenleri arasında ise öne çıkan nedenin sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamak için arkadaşlarla buluşmak olduğu söylenebilir.

KAYNAKLAR

Akarçay, E., (2012). "Kahvehane Cafe: Küreselleşen Eskişehir'de Kahve Tüketimi Üzerine Kurumsal Bir Giriş," İçinde: Ali Ergün (Ed.) *Aynalı Labirent Küreselleşen Kentte Tüketim*, *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 2, 181-202.

Aksoy, M., Türk, E. ve Gökmen, V., (2014). "Gaziantep Tarihî Tahmis Kahvehanesinin Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma." *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(3): 28-34.

Alyakut, Ö., (2017). "Kahve Markalarının Bütünleşik Pazarlama İletişimi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımları", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (2), 209-234.

Aslan, A., (2018). "Sistematik Derleme ve Meta-Analizi." *Acta Medica* Alanya, 2(2): 62-63.

Aşık, N. A., (2017). "Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 310-325.

Ata, B. ve Urman, B., (2008). "Sistematik Derlemelerin Kritik Analizi." *TJOD Dergi*, 5: 233-240.

Bayındır, B. ve Önçel, S., (2019). "Üniversite Öğrencilerinin Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Nedenleri: Anadolu Üniversitesi Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3): 1806- 1820.

ÖZLEK YAYINLARI

Bayındır, B. ve Yüncü, H.R., (2020). "Yaşam Tarzının Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Niyeti Üzerine Etkisinin İncelenmesi." *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3137-3151.

Clark, T. (2007). "Starbucked", *Psychology Today*, September/October, 99-102.

Cowan, B.W., (2005). *The Social Life of Coffee: The Emergence of the British Coffeehouse*. New Haven: Yale University Press.

European Coffee Report 2018/2019. https://www.ecf-coffee.org/wp-content/uploads/2020/09/European-Coffee-Report-2018-2019.pdf (Erişim Tarihi: 13.12.2020).

Gülçubuk, B., (2016). "Türkiye'de çayın yerini kahve aldı." https://www.trthaber.com/haber/yasam/turkiyede-cayin-yerini-kahve-aldi-250154.htm (Erişim Tarihi: 23.12.2019).

Gülmez, E., (2017). "Marka Tercihinde Duyuların Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası Markalarının Duyusal Markalama Açısından Karşılaştırılması." *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1): 58-84.

Gürsoy, D., (2007). *Sohbetin Bahanesi Kahvesi*, İstanbul: Oğlak Yayınları.

Hemingway, P. ve Brereton, N., (2009). "What Is a Systematic Review?" Erişim: 10.06.2021. http://www.whatisseries.co.uk/whatis/

Heise, U., (2001)., *Kahve ve Kahvehane*. (çev. M. Tüzel)., Ankara: Dost Kitabevi

Kalyoncuoğlu, S., (2017). "Markaya Duyulan Güven ile Marka Sadakati İlişkisinde Marka Aşkının Aracılık Rolü: Starbucks Markası Üzerine Bir Araştırma", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 383- 402.

Karaman, N., Kılıç, A. ve Avcıkurt, C., (2019). "Tüketicilerin Kahve Kafeleri Ziyaret Eğilimlerinin ve Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi: Geleneksel Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma." *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 612-632.

Kılınç Şahin, S. ve Bekar, A., (2018). "Tüketicilerin Coffee Shoplara Olan Davranışsal ve Duygusal Bağlılığa Neden Olan Faktörlerin Analiz Edilmesi," *International Gastronomy Tourism Studies Congress*, Kocaeli Üniversitesi, Türkiye, 20-22 September 2018.

Kuburlu, C., (2018). "12 Marka 600 Franchise", https://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/12-marka-600-franchise-40751985.

Latif, Ö.B. ve Örs, M., (2018). "İkinci Dalga Kahve Tercihini Etkileyen Faktörler: İçtiğimiz Kahveleri Tanıyor muyuz?", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4): 150- 173.

Moula, P. ve Goodman M., (2009). *Nursing Research*. London: SAGE Publication Ltd.

Nan, Z., (2014). "Coffee Market in China: Trends and Consumer Strategies:A Coffee Industry Market Research of a Traditional Tea-Drinking Country." *Master Thesis, Productos y Servicios*, University Politecnica De Valencia.

Işın, E., (2006). *Tanede Saklı Keyif, Kahve. Kahve ve Kahvehanelerin Toplumsal Tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*, New York: Da Capo Press.

Özdestan, Ö., (2014). "Evaluation of Bioactive Amine and Mineral Levels in Turkish Coffee." *Food Research International*, 61, 167-175.

Özgen, Ö. ve Karabacak, Z.İ., (2013). "Tüketim Mekânlarının Dönüşümünde Görsel İletişimin Rolü: Küresel Kahve Dükkânları." *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 37, 120-149.

OĞLAK YAYINLARI

Sami, K., (2010). "Halk Kültürü Bağlamında Kahvehanelerin Toplumsal ve Mekansal Dönüşümleri Diyarbakır Kent Örneği." *Milli Folklar Dergisi,* 85, 159-172.

Saraçgil, A., (1999). *"Kahvenin İstanbul'a Girişi: 16. ve 17. Yüzyıllar", Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler* (Çev. M. Atik, E. Özdoğan), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Sayımer, İ. ve Uran, A. B., (2014). "Pazarlama İletişiminde Sanal Ortam Temsilleri: Küresel Kahve Markalarının Web Sitesi ve Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma", Yeni Medya Yeni Pratikler Yeni Olanaklar, Umuttepe Yayınları No:118, 1. Basım.

Şahbaz, S., (2007). "Geçmişten Günümüze Kahvehaneler, Kahvehanelerin Sosyal Yaşamdaki Yeri ve Önemi: Aydın Merkez Örneği", *Yüksek Lisans Tezi,* Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi.

Ulusoy, A. ve Şeker, M., (2013). "Türkiye'de Değişen Çay Tüketim Alışkanlıkları Araştırması", https://www.tb.org.tr/dosya/Trabzon_Cay_Kitap.pdf, (Erişim Tarihi: 06.05.2020).

Waxman, L., (2006). "The Coffee Shop: Social and Physical Factors Influencing Place Attachment", *Journal of Interior Design*, 31(3), 35-53.

Yücebalkan, B. ve Yurtsever, Y. (2018). "Osmanlı'da Kahve, Kahvehane Kültürü ve Bir Kurumsallaşma Hikayesi: Kurukahveci Mehmet Efendi." *Turkish Studies (Elektronik)*, 13(16), 293-308.

İnternet Kaynakları

www.mcdonalds.com.tr (20 Aralık 2020)
www.starbucks.com.tr (7 Nisan 2021)
www.kahvedunyasi.com (14 Mart 2021)
www.gloriajeans.com.tr (15 Nisan 2021)

OĞLAK YAYINLARI

ON DOKUZUNCU BÖLÜM
YİYECEK İÇECEK ALANINDA SOUS VIDE PİŞİRME YÖNTEMİ; SİSTEMATİK BİR DERLEME

Öğr. Gör. Dr. Tarih Eren BABÜR[1]

1. GİRİŞ

Sous vide (vakumda pişirme) pişirme yöntemi, geleneksel pişirme yöntemlerine alternatif olarak son yıllarda özellikle otel mutfaklarında ve catering firmaları tarafından tercih edilen yeni nesil pişirme yöntemlerindendir. Çalışmanın temelini oluşturan bu yeni nesil pişirme yöntemi gıda sanayinde uzun yıllardır bir pastörizasyon yöntemi olarak kullanılmakla beraber, günümüzde artık her türlü çorba, sos, sebze ve özellikle et yemeklerinin yapımı için de tercih edilmektedir.

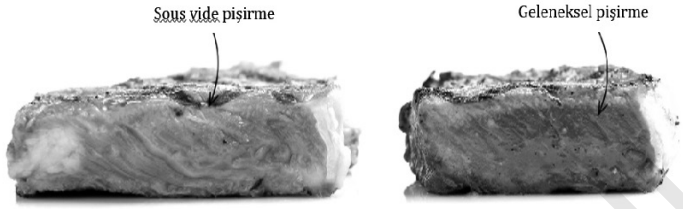
Sous vide teknolojisi ilk olarak 1967 yılında şef aşçı George Pralus tarafından kaz ciğerinin pişirilmesi sırasında besinsel kayıpları azaltmak için kullanılırken daha sonraları Ready (1971) tarafından ürün, vakum poşetler içerisine koyularak pişirilmiş ve oluşturulan teknik üzerinde farklı zaman/sıcaklık uygulamaları denenmiştir. Sous vide yöntemi teknik anlamda ilk olarak Fransa, Belçika, Amerika, Kanada ve Singapur'da kullanılmıştır (Özturan, 2009). Bugün ülkemizde gıda üzerinde sağladığı yüksek organoleptik özellikler ve mikroorganizma gelişimini engelleyici vakumlu ambalajlama prosesiyle sous vide tekniği her geçen gün tanınmakta ve alternatif bir yöntem olarak tercih edilmektedir (Meyer, 2008; Hecer, 2012; Yılmaz, 2014). Özellikle tren, uçak gibi ulaşım araçlarında hizmet veren catering sektörünün yanı sıra, banket hizmeti veren otel, restoran gibi yiyecek içecek işletmelerinde de sous vide pişirme yöntemi yaygın şekilde tercih edilmektedir (Meyer, 2008).

Sous vide tekniği, geleneksel pişirme yöntemlerinden iki açıdan farklılık gösterir. Birincisi, çiğ ürünün ısıya dayanıklı, içine gıda koyulabilir plastik bir poşet içinde vakumlanarak pişirilmesi; ikincisi ise pişirme işleminin tam olarak kontrol edilebilen sıcaklıklarda uygulanmasıdır. Bir tür pastörizasyon işlemi olan sous vide teknolojisi ile gıdalar vakum ambalaj içinde pişirildiğinden sıcaklık, pişirme esnasında gıdanın tamamına homojen olarak dağılmakta ve böylece geleneksel pişirme yönteminde oluşan heterojen sıcaklık ve renk dağılımı, sous vide yönteminde gözlenmemektedir (Resim 1). (Haskaraca ve Kolsarıcı,2013). Geleneksel yöntemde pişirilen et 150-250 °C'lere maruz

1 Fethiye Ali Sıtkı Mefharet Koçman Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, tbabur@mu.edu.tr

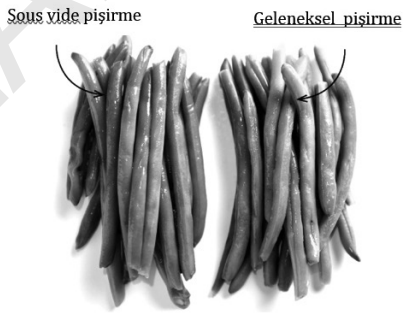
OGLAK YAYINLARI

kalırken iç ısısı ancak 57 -60 °C'lere ulaşmaktadır. Sous vide yöntemi ile pişirilen ette ise ısı ve buna bağlı olarak renk dağılımı da eşittir (England, 2016). Bu nedenle, geleneksel pişirme yöntemlerinde, gıdanın homojen pişmesini sağlamak amaçlı uygulanan çevirme veya karıştırma gibi işlemlere bu yöntemde gerek duyulmamaktadır



Resim 1: Sous vide ve geleneksel pişirme yöntemlerinde renk dağılımı (England, 2016)

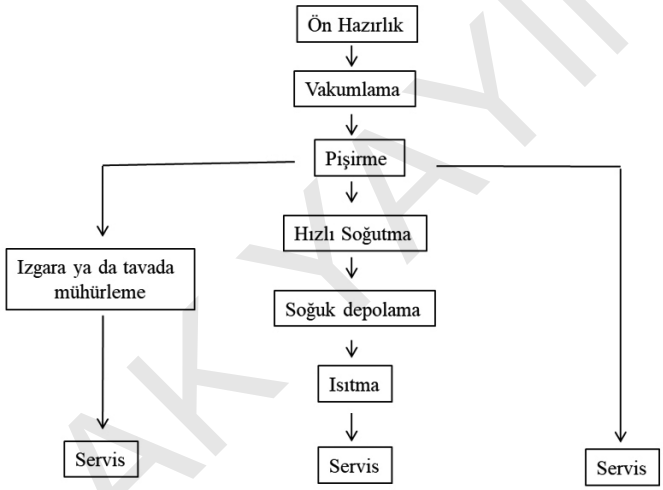
Sous vide tekniğinde gıda, ısıya dayanıklı plastik poşetlerin içine konulup vakumlanarak ağzı kapatılmaktadır. Vakumlanmış poşet, sıcaklığı tam olarak kontrol edilebilen ve içinde su sirkülasyonu olan pişirme kabına konularak uygun sıcaklık-süre parametresine göre pişirilmektedir. Pişirme sonunda ürün sudan çıkartılarak doğrudan ya da ızgara veya tavada kızartılarak servis edilmektedir (Mol ve Özturan, 2009; Haskaraca ve Kolsarıcı, 2013). Sous vide tekniğinde gıda suya temas etmediği için suda çözünme özelliğine sahip bileşenler gıda içerisinde kalarak, besin değeri kaybı en az seviyede gerçekleşmektedir (Özer vd., 2016; Peiretti vd., 2012). Ayrıca, sous vide pişirme yöntemi ile pişirilmiş sebzelerde doğal rengin korunabiliyor olması da mutfak sanatları açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır (Resim 1) (England, 2016).



Resim 1: Sous vide yöntemi ve geleneksel yöntemle pişirilmiş sebzelerdeki renk farklılığı

OĞLAK YAYINLARI

Ülkemizde özellikle et ürünlerini pişirmede tercih edilen bu pişirme yöntemi, tatlıdan çorbaya, turşu yapımından, soslara kadar geniş bir kullanım alanına sahiptir. Sous vide pişirme yönteminde uygulanan işlem basamakları akış şeması, Şekil 1.1'de gösterilmektedir. Düşük ısıda uzun süre pişirme yöntemi (Low temperature long time (LTLT)) olarak da bilinen sous vide tekniği nihai ürüne tüketici isteklerini karşılayıcı nitelikte duyusal özellikler kazandırmaktadır. Ancak bu pişirme yönteminde kullanılan düşük ısı derecelerinin gıda güvenliği açısından belli riskleri de barındırdığını işaret eden çalışmalar da bulunmaktadır (Duan vd., 2016; Mclnytre vd., 2017). Bu sebepten sous vide yöntemi ile pişirilecek ürünlerin hijyenik standartlara uygunluğu ve depolama koşullarında soğuk zincirin korunması gibi noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir (Baltalı ve Akoğlan Kozak, 2021).



Şekil 1**:** Sous vide pişirme yönteminde uygulanan işlemler (Mol ve Özturan 2009)

2. YÖNTEM

Çalışmada, sous vide pişirme yöntemini konu alan son 10 yıl (2011-2021) içerisinde yayınlanmış yerli ve yabancı çalışmalar taranarak değerlendirmeye alınmıştır. Taranacak makalelerin yayın tarihleri, konu kapsamında en güncel bilgilere ulaşmak amacıyla sınırlandırılmıştır. Bulguların elde edilmesi için 8.07.2021 tarihinde akademik veri tabanlarında "sous vide cooking" anahtar kelimesi yazılarak arama gerçekleştirilmiş, ulaşılan makaleler "sistematik derleme" yöntemi kullanılarak incelenmiş ve nitel bir araştırma

OĞLAK YAYINLARI

yapılmıştır. Sistematik olarak taranan makaleler belli kriterler kapsamında elde edilerek analiz edilmiş olup bu çalışmada kullanılan arama kriterleri tablo 1'de gösterilmektedir. Bu derlemede makaleler taranırken öncelikle belirlenen anahtar kelime (sous vide cooking) kullanılarak veri tabanları taranmış ve toplam 3241 makaleye ulaşılmıştır. Tekrar eden ve çalışma kapsamında belirlenmiş arama kriterlerine uymayan makaleler çıkartıldıktan sonra kalan 232 makalenin başlık ve özetleri incelenmiştir.

Tablo1: Sistematik derlemede makale tarama kriterleri

Arama Kriterleri	
Veri tabanları	Taylor Francis, Emerald, Ebscohost, Proquest, Science Di-rect, Scopus, Google Scholar TR Dizin
Anahtar kelime	"Sous vide cooking"
Yayın türü	Derleme ve araştırma makaleleri
Yayın dili	Türkçe, İngilizce
Yayın yılı	2011 - 2021

Sistematik derleme, belirli bir konuda gerçekleştirilen çalışmalardan yararlanılarak çıkarımlarda bulunmayı ve o konu hakkında kavramsal bilgi edinmeyi sağlayan araştırma yöntemidir. Literatür derleme yönteminin sistematik bir şekilde, belirli kriterlere göre gerçekleştirildiği türüdür (Hanley ve Cutts, 2013). Bu tür araştırmalar, özellikle bir bilim alanındaki bilgi birikiminin ve eğilimlerin ortaya konulması, bulguların birleştirilmesi ve sentezlenmesi gibi birçok sebeple önem arz etmektedir (Yılmaz 2021). Son yıllarda turizm ve gastronomi alanlarında da (Shafiee vd., 2019; Ye vd., 2020; Yıldız ve Yılmaz, 2020; Ercan, 2020; Şevik, 2021) sıkça kullanılmaya başlanan sistematik derleme metodu, bu çalışmada da araştırma yöntemi olarak kullanılmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan araştırma soruları şu şekildedir:

1. Sous vide pişirme yöntemi konulu son 10 yıl içerisinde yayınlanmış makalelerin yıllara göre dağılımı nedir?
2. Makalelerde materyal olarak kullanılan gıda maddeleri ve dağılımları nelerdir?
3. Çalışma kapsamında taranan makalelerin veri toplama tekniklerine göre dağılımı nedir?
4. Taranan makalelerin çalışma alanlarına göre dağılımı nedir?

3. BULGULAR

Ülkemizde bir pişirme yöntemi olarak otel, restoran veya catering firmalarına ait mutfaklarda kullanılmaya başlanan sous vide tekniği, bir pastörizasyon yöntemi olarak uzun

OĞLAK YAYINLARI

yıllardır zaten gıda sanayinde kullanılmaktaydı. Bu yöntemin bir pişirme yöntemi şeklinde ev ve restoran mutfaklarında kullanılmaya başlanmasının tarihi ise çok yenidir (Kilibarda vd., 2018). Bu bağlamda çalışmamızda sous vide pişirme yöntemi ile ilgili son 10 yıl içerisinde yapılmış yerli ve yabancı bilimsel makaleler taranarak mevcut gelişmelerin ve eksiklerin tespiti amaçlanmıştır.

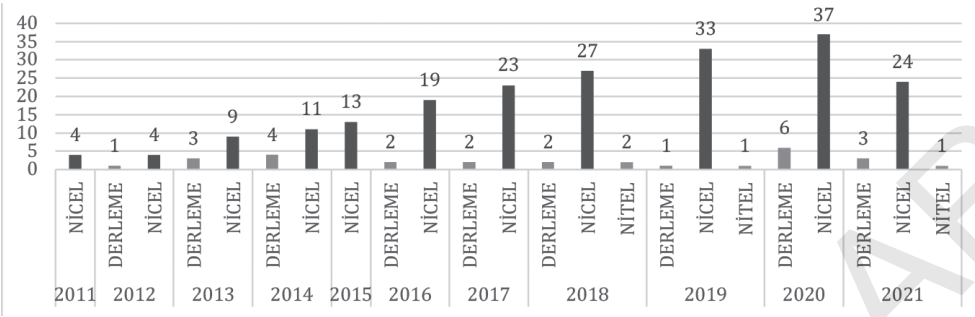
Bu alanda yapılmış ve çalışma kapsamında ulaşılan 232 adet makale veri toplama yönünden incelendiğinde büyük bir bölümünün (%89,7) ampirik veri toplama yöntemleri ile hazırlandığı tespit edilmiştir (Tablo 2). Ampirik çalışmalarda araştırma sorularına yanıt bulabilmek için veri toplama tekniği olarak uygulamalı deney, gözlem, anket ve görüşme gibi yöntemler kullanılırken; ampirik olmayan çalışmalarda ise yazılı dokümanların derlenmesi yöntemiyle verilerin toplanması söz konusudur (Merriam, 2018). Sous vide pişirme yöntemi kapsamında daha önceden yapılmış çalışma sayısının yeterli olmamasına bağlı olarak ampirik olmayan veri toplama yöntemine dayalı bir çalışma üretmek güçleşmektedir. Bu bağlamda, çalışma kapsamında ulaştığımız makalelerin yalnızca %10,3'ünün derleme makale olması, bu görüşü destekler niteliktedir.

Tablo2: Veri toplama yöntemine göre makale dağılımları

Veri toplama yöntemi		**Sayı**	**%**
Ampirik	Nicel	204	87,9
	Nitel	4	1,8
Ampirik olmayan (Derleme)		24	10,3
Toplam		**232**	**100**

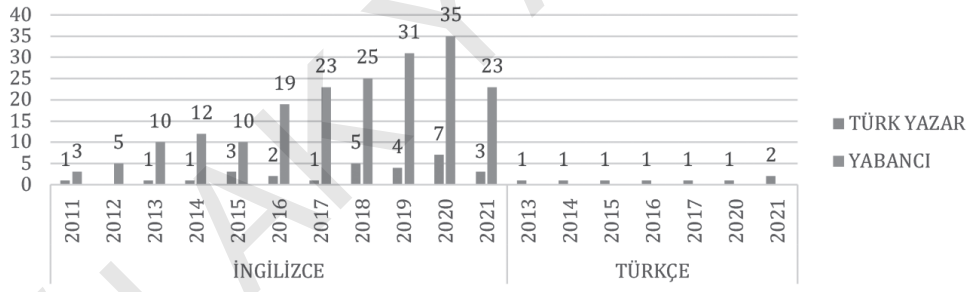
Yapılan çalışmanın amaçlarından biri de sous vide pişirme yöntemi ile ilgili yapılmış çalışmaların yıllara göre dağılımını tespit etmektir. Yıllara göre makale sayılarına bakıldığında (Grafik 1), nicel makalelerin yıl bazında sayısında artış olduğu gözlenirken; nitel yöntemle hazırlanmış makale sayısında aynı paralellik gözlenmemektedir. Grafik 1'e bakıldığında nitel veri toplama yöntemleri kullanılarak hazırlanan sınırlı sayıda çalışma dikkat çekmektedir. Bu nitel çalışmalar incelendiğinde, sous vide pişirme yöntemi ile elde edilen ürünlerin tüketici beklentilerini karşılayabilme becerisi gibi konular kapsamında gerçekleştirildikleri görülmektedir (Baltalı ve Akoğlan Kozak, 2021; Briggs vd., 2019; Grzesińska vd., 2018; Roascio-Albistur ve Gambaro, 2018) (Grafik 5). Bu bağlamda sous vide pişirme yönteminin belirli gıda maddeleri üzerindeki kimyasal, duyusal ve mikrobiyolojik etkilerinin incelenmesinin amaçlanması, özellikle nicel araştırma metotlarının yaygın olarak benimsenmesine neden olmuştur.

OĞLAK YAYINLARI



Grafik 1: Makale sayılarının yıllara göre dağılımı

Makalelerin yayınlandıkları dillere göre dağılımına bakıldığında İngilizce dilinde yayınlanmış 224 makaleye ulaşılırken, Türkçe makale sayısının 8 ile sınırlı kaldığı Grafik 2'de görülmektedir. Toplamda 232 makale içerisinde 36 makalenin Türk yazarlar tarafından yayınlandığı (%15,5), diğer 196 makalenin (% 84,5) ise farklı milletlerden bilim insanlarına ait yayınlar oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca İngilizce yayınlanmış çalışmaların sayısındaki artış dikkat çekmekte ve 2021 yılı verilerinin yılın ilk altı ayına ait olduğu da göz önünde bulundurulduğunda, bu artışın devam edeceği öngörülmektedir.

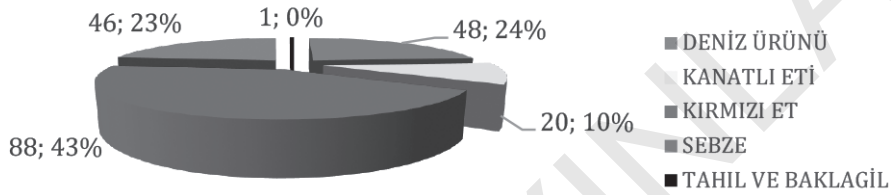


Grafik 2: Makalelerin yayınlandıkları dillere ve yazarlarının milliyetine göre yıllık dağılımı.

Sous vide pişirme yöntemi ile ilgili makaleler tarandığında en dikkat çeken nokta bu pişirme yönteminin sınırlı gıda maddeleri üzerine olan etkilerinin araştırılmış olmasıdır. Grafik 3'e bakıldığında, deneysel olarak tasarlanmış 204 makalenin (Tablo 1) 88'i kırmızı et (%43), 48'i deniz ürünü (%24), 46'sı sebzeler (%23), 20'si kanatlı etleri (%10) ve 1 tanesinin Baklagil ve tahıl ile ilişkilendirilerek gerçekleştirildiği görülmektedir. Uruguaylı tüketicilerin sous vide tekniğiyle hazırlanmış ürün algılarının araştırıldığı Roascio-Albistur ve Gambaro (2018)'nun yaptıkları çalışmada ise spesifik bir besin

OĞLAK YAYINLARI

maddesi araştırma materyali olarak seçilmediğinden, Grafik 3.3'e dahil edilmemiştir. Sous vide pişirme yönteminin sırasıyla kırmızı et, sebze ve deniz ürünleri üzerindeki etkilerinin araştırıldığı çalışmaların yoğunlukta olduğu dikkat çekerken; kanatlı et ürünlerinde bu oranların nispeten daha düşük seviyelerde kaldığı da görülmektedir. Yıldız ve Yılmaz (2020), yapmış oldukları alan yazın taramasında da benzer bir sonuca ulaşmış ve sous vide pişirme yönteminin kırmızı et ürünleri üzerindeki etkilerinin yoğunlukta çalışıldığını belirtmişlerdir.

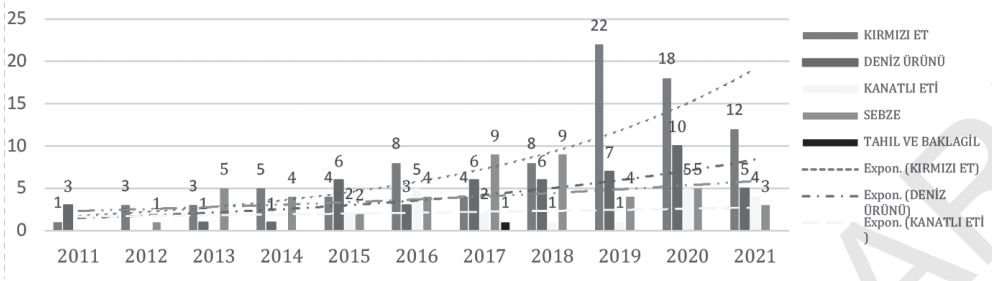


Grafik 3: Sous vide yönteminin üzerine etkisinin araştırıldığı gıda maddeleri.

Grafik 4'e bakıldığında, Yıldız ve Yılmaz (2020)'ın çalışmasında da vurguladığı gibi kanatlı et ürünleri üzerine yapılan çalışmaların oldukça az olduğu görülmektedir. Araştırmamız kapsamında son 10 yıl içerisinde tespit ettiğimiz kanatlı et ürünleri ile yapılmış ilk çalışma 2015 yılına aittir. Can ve Harun (2015) tarafından yapılan bu çalışmada sous vide yöntemi ile hazırlanmış tavuk köftelerinin raf ömürleri incelenmiş olup, 90 °C'de 10 dakika ısıl işlem görmüş tavuk köftelerinin soğuk zincirde 70 gün boyunca tüketici taleplerini karşılar nitelikte kaldığı belirtilmektedir. Kim vd. (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise sous vide usulü işlem görmüş tavuk etlerinin depolanma süreleri içerisindeki renk değişimlerine ilişkin veriler paylaşılmıştır.

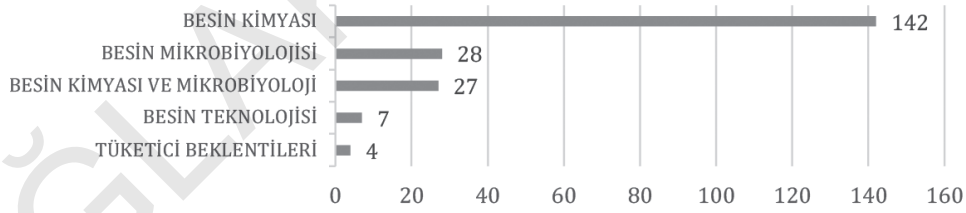
Yıllara göre dağılıma bakıldığında (Grafik 4), kırmızı et ve deniz ürünleri üzerine yapılan çalışmaların sayısında anlamlı oranda artış olduğu gözlenmektedir. Ayrıca, çalışmamızın yapıldığı tarih itibariyle 2021 yılına ait değerlerin yalnızca ilk 6 aya ait olduğunu göz önünde bulunduracak olursak, 2021 yılına ait değerlerin katlanarak artacağı ve bir önceki yılın değerlerini aşacağı öngörülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI



Grafik 4: Sous vide yönteminin üzerine etkisinin araştırıldığı gıda maddelerinin yıllara göre dağılımı.

Grafik 5'e bakıldığında, sous vide pişirme yöntemini konu alan makalelerin büyük bir kısmının bu pişirme yöntemi sonrasında besin maddelerinde oluşan kimyasal değişimleri ele aldıkları gözlenmektedir. Deneysel olarak gerçekleştirilen toplam 208 ampirik makalenin (Tablo 1) 142 si (%68) besin maddesine sous vide tekniğiyle uygulanan ısıl işlemin gıda maddesindeki renk değişimi, sululuk oranı, besinsel içerikler, pişirme kaybı ve gevreklik gibi kriterler üzerindeki kimyasal etkilerini konu almıştır. Sous vide tekniğinin besinlerdeki mikrobiyolojik gelişimi önleyebilme ve gıdanın raf ömrünü uzatabilme etkinliği üzerinde yapılmış 29 makale (%14) bulunmaktadır. Hem kimyasal hem de mikrobiyolojik değişimlerin beraber gözlendiği makale sayısı da (27) eklendiğinde, sous vide pişirme yöntemi üzerine yapılan çalışmaların besin mikrobiyolojisi ve besin kimyası alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir.



Grafik 5: Ampirik makalelerin çalışma konu alanlarına göre dağılımı.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada sous vide pişirme yöntemini konu alan son 10 yıl içerisinde yapılmış bilimsel makaleler derlenerek bu alanda katkı sağlamak amaçlanmıştır. Bir paketleme ve gıda muhafaza yöntemi olarak ortaya çıkan sous vide tekniği üzerine birçok çalışma mevcuttur. Ancak sous vide tekniğinin konu alındığı çalışma sayısının geçmişten günümüze

OĞLAK YAYINLARI

sürekli olarak artış göstermesine karşın, gastronominin ana tema olarak belirlendiği çalışmaların sınırlı kaldığı düşünülmektedir. Alternatif bir pişirme yöntemi olarak artık otel, restoran ve hatta ev mutfaklarında dahi kullanımı yaygınlaşan sous vide tekniği, her geçen gün ülkemizde gastronomi alanında da kabul edilir duruma gelmektedir. Yöresel ve geleneksel Türk mutfağına ait lezzetlerin bu alternatif pişirme yöntemi ile birleştirilerek çeşitlendirilmesi ve inovatif bir yaklaşımla sous vide pişirme yönteminin gastronomi turizmi adına bir fırsat olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yapılan alan yazın taramasında çalışmaların kırmızı et, kanatlı hayvan etleri, deniz ürünleri ve sebzeler gibi birkaç besin gurubu kapsamında gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Kırmızı et ve deniz ürünleri üzerine fazla sayıda çalışma yapılmış olmasına karşın, sous vide pişirme yönteminin kanatlı et ürünleri, sebze ve meyveler üzerine etkilerini ortaya koyacak çalışmaların sınırlı sayıda olduğu da dikkat çekmektedir. Yeni yapılacak çalışmaların farklı besin grupları üzerinde yoğunlaştırılmasının, sous vide tekniğinin bir pişirme yöntemi olarak gastronomi alanında daha yaygın kullanılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Örneğin pastanecilik alanında sous vide tekniğinin kullanımı ile ilgili yapılmış Martinez-Monzo vd. (2013)'e ait çalışmada, sous vide yöntemi ile pişirilmiş meyve soslarının misafirler tarafından daha yoğun tercih edildiği vurgulanırken; geleneksel yöntemle pişirilmiş meyve sosları arasındaki kimyasal, duyusal ve tekstürel farklılıklar da ortaya konmaktadır.

Sous vide pişirme yöntemi geleneksel pişirme yöntemlerinden farklı bir prensiple ürünün pişmesini sağlamaktadır. Nispeten daha düşük ısılarda ve daha uzun zamanda pişirme prensibine sahip olması ve vakum paketler içerisinde besinlerin pişiriliyor olması beraberinde bazı zorlukları da getirmektedir. Bu noktada, çalışma kapsamında taranan makalelerin besin kimyası ve besin mikrobiyolojisi alanlarında yoğunlaşması anlamlı görülmektedir. Pişme esnasında gerçekleşen birçok kimyasal olaydan birisi de etlerde maillard reaksiyonu (MR) oluşumudur. Et yüzeyine uygulanan 110 ^{o}C üzerindeki ısı, pişmiş ette istenen koku ve lezzetin oluşması için önem içeren MR'ye neden olmaktadır (Bejerholm ve Aaslyng, 2003). Ancak sous vide pişirme yönteminde MR oluşumu için gerekli ısı derecelerine ulaşılamadığından şeflerin sous vide pişirme yöntemini geleneksel bir pişirme yöntemiyle (tavada, fırında) beraber kullanmaları gerekmektedir (Ruiz-Carrascal vd., 2019). Bu kapsamda sous vide pişirme yöntemini kullanabilmek için ürüne uygulanacak ısı zaman kombinasyonları ve halk sağlığı açısından önem arz eden muhtemel mikrobiyolojik riskler hakkında belli bir bilgi birikimine sahip olmak gerekmektedir. Bu nedenle otel, restoran ve catering hizmeti sunan işletmelerde şef ve yöneticilerin sous vide pişirme yöntemi hakkındaki bilgi düzeylerinin belirleneceği çalışmaların sayısının daha da artırılması gerektiği düşünülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Gıda maddelerinde sağladığı fiziksel, mikrobiyolojik ve kimyasal avantajlara rağmen, sous vide pişirme yönteminin Avrupa ülkeleri dışında otel ve restoran gibi ticari mutfaklarda kullanımının yaygın olmamasının en temel sebebi, sous vide teknolojisinin yeteri kadar tanınmaması olarak ifade edilmektedir (Briggs vd., 2019). Tüketicilerin sous vide tekniği hakkında yiyeceklerin poşet içerisinde pişirilmesinden kaynaklı olumsuz çağrışımlara sahip olmaları (Roascio-Albistur ve Gambaro, 2018), aşçı ve restoran işletmecilerinin bu alternatif pişirme yöntemi hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olmamaları (Briggs vd., 2019) ve sous vide ürünlerin geleneksel damak tadına uygun olmayacağı algısının (Baltalı ve Akoğlan Kozak, 2021) sous vide tekniğinin bir alternatif pişirme yöntemi olarak yaygınlaşmasını engelleyen başlıca unsurlar olduğu, bu alanda yapılmış çalışmalarla da vurgulanmaktadır. Yukarıda örnekleri verilmiş olan tüketici beklentilerini ve algı düzeylerini belirleyen çalışmaların, gastronomi bilimine önemli veriler sunacağı düşünülerek bu çalışmaların sayılarının artırılmasının, ilgili paydaşlar tarafından kullanılabilir ve geliştirilebilir verilere dönüştürülebileceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Baltalı, B. ve Akoğlan Kozak, M., (2021). "Sous-Vide Tekniğinin Kapsamında Değerlendirilmesi", *Aydın Gastronomi*, 5 (1), 13-33.

Bejerholm, C. ve Aaslyng, M.D., (2003). "The İnfluence of Cooking Technique And Core Temperature On Results of A Sensory Analysis of Pork-Dependingon The Raw Meat Quality", *Food Quality and Preference*, 15, 19-30.

Briggs, B., Papadopoulos, A. ve Wilcock, A., (2019). "Sous Vide Cooking in Restaurants: A Qualitative Study of Ontario Public Health Inspector Knowledge, Experience, Practices and Needs" *Food Protection Trends*, 39 (1), 51-61.

Can, Ö.P. ve Harun, F., (2015). "Shelf Life of Chicken Meat Balls Submitted to Sous Vide Treatment", *Brazilian Journal of Poultry Science*, 17 (2), 137-144.

Duan, Z., Hansen, T.H., Hansen, T.B., Dalgaard, P. ve Knochel, S., (2016). "Predicting Outgrowth and İnactivation Ofclostridium Perfringensin Meatproducts During Low Temperature Long Time Heat Treatment", International *Journal of Food Microbiology*, 230, 45-57.

England, T.N., (2016). *Cooking Sous Vide*, Indiana: Dorling Kindersley Ltd.

Ercan, F., (2020). "Akıllı Turizmde Büyük Veri Kullanımı: Sistematik bir Derleme", *OPUS*, 16(32).

Grzesińska, W., Marzena, T. ve Beata, B., (2018). "The Sous-Vide Technology as A Response To The Needs Of Consumers Of Catering Establishments." *Handel Wewnętrzny*, 2 (373) 158-167.

Hanley, T. ve Cutts, L., (2013). "What is a Systematic Review?". *Counselling Psychological So-ciety*, *28*(4), 3-6.

OĞLAK YAYINLARI

Haskaraca, G. ve Kolsarıcı, N., (2013). "Sous Vide Teknolojisi ve Et Teknolojisinde Uygulama Olanakları", *Akademik Gıda Dergisi*, 11 (2), 94-101.

Hecer, C., (2012). "Et Teknolojisinde Ambalajlama Yöntemleri", *Uludağ* Ünv. *J. Fac. Vet. Med.* 1, 57-61.

Kıral, B., (2020). "Nitel bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi", *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170-189.

Kilibarda, N., Brdar, I., Baltic, B., Markovic, V., Mahmutovic, H., Karabasil, N. ve Stanisic, S., (2018). "The safety and quality of sous vide food", *Meat Technology*, 59 (1), 38-45.

Kim, J.H, Hong, G.E, Lim, K.W, Park, W. ve Lee, C.H., (2015). "Influence of Citric Acid on The Pink Color And Characteristics of Sous Vide Processed Chicken Breasts During Chill Storage", *Korean Journal for Food Science of Animal Resources*, 35 (5), 585.

Martínez-Monzó, J., García-Segovia, P. ve Albors-Garrigos, J., (2013). "Trends and Innovations in Bread, Bakery, and Pastry". *Journal of Culinary Science and Technology*, *11* (1), 56-65.

Mclntyre, L., Jorgenson, V. ve Ritson, M., (2017), "Sous Vide Style Cooking Practices Linked to Salmonella Enteritidis Illnesses", *EHR*, 60 (2), 42-49.

Merriam, S.B., (2018). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Meyer R.A., (2008). "Sous Vide Technology: American Foodservice Markets Discovering The Benefits", *Journal of Reataurant and Foodservice Marketing*, 2, 51-62.

Mol, Ş. ve Özturan, S., (2009). "Sous Vide Teknolojisi ve Su Ürünlerindeki Uygulamalar", *Journal of Fisheries Sci*, 3 (1), 68-75.

Özer Ç, Yetim A, ve Otağ F.B., (2016). "Sous Vide Yöntemi ile Geleneksel Ürünlere İnovatif Yaklaşımlar", *II.Rize Sempozyumu: Turizm Programı, Rize*.

Özturan, S., (2009). "Vakum Ambalajda Pişirilmiş Balıkta Kalite ve Raf Ömrünün Belirlenmesi", *Yüksek lisans tezi, İstanbul* Ünv. *Fen Bil. Enst.*

Peiretti G.P., Medana C., Visentin S., Dal Bello F., ve Meineri G., (2012). "Effect Cooking On Carnosine And Homologues, Pentosidine And Thiobarbituric Acid-Reactive Substance Content In Beef And Turkey Meat", *Food Chem*, 132, 80-85.

Ready, C.A., (1971). "Method of Preparing and Preserving Ready to Eat Foods", *US Patent* 3, 607,312, pp.4.

Roascio-Albistur, A. ve Gámbaro, A., (2018). "Consumer Perception Of A Non-Traditional Market On Sous-Vide Dishes", *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *11*, 20-24.

Ruiz-Carrascal, J., Roldan, M., Refolio, F., Perez-Palacios, T. ve Antequera, T., (2019). "Sous-Vide Cooking Of Meat: A Maillarized Approach", *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *16*, 100-138.

Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A. ve Jahanyan, S., (2019). "Developing A Model For Sustainable Smart Tourism Destinations: A Systematic Review" *Tourism Man-agement Perspectives*, 31, 287-300.

Şevik, H., (2021). "Gıda Güvenliği Alanında Yapılan Tezlerin Sistematik Değerlendirilmesi:1991-2020" *Sosyal Bilimlerde Sistematik Derleme -2*, İksad Yayınevi: Ankara.

OĞLAK YAYINLARI

Ye, B.H., Ye, H. ve Law, R., (2020). "Systematic Review Of Smart Tourism Research", *Sustainability*, 12 (8), 1-15.

Yıldız, M. ve Yılmaz, M., (2020). "Türkçe Alanyazında Sous Vide Yöntemi", *JOTAGS*, 8 (3),2318-2335.

Yılmaz, H., (2014). "Sous Vide Üretim Tekniği Kullanılarak Hazırlanan Macar Gulaş Yemeğinde Mikrobiyolojik Kalitenin Değerlendirilmesi", *Yüksek Lisans Tezi, Gazi* Ünv. Ankara.

Yılmaz, K., (2021). "Sosyal Bilimlerde ve Eğitim Bilimlerinde Sistematik Derleme, Meta Değerlendirme ve Bibliyometrik Analizler", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10,2.

OĞLAK YAYINLARI

YİRMİNCİ BÖLÜM
ŞARAP TEMALI GASTRONOMİ TURİZMİ ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA

Öğr. Gör. Dr. Tuba Şahin Ören[1]

1. GİRİŞ

Son yıllarda şarabın ve gastronominin seyahat etmek için bir motivasyon kaynağı olduğu görülmektedir (Millan vd., 2021). Rech ve Migliorati (2021) yaptıkları çalışmada, şarap ve gastronomi deneyiminin önemli bir seyahat motivasyonu olduğunu tespit etmektedir. Şarap ve gastronomi deneyiminin turistlerin harcamalarında etkili olduğu (Reis vd., 2021), turistik bağ kurmak amacıyla şarap ve gastronomi unsurlarının kullanıldığı (Cristófol vd., 2021), zeytin turizmi gibi turizm ürünlerinin gelişiminde rol oynadığı (Moral Cuadra vd., 2017) görülmektedir.

Bununla birlikte şarap ve gastronomi, destinasyonlar içinde önemli bir turizm ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Portekiz hükümeti tarafından şarap ve gastronomi, ulusal destinasyon yönetimi organizasyonu tarafından birinci sınıf yemek turizmi ürünü olarak belirlenmektedir (Mendes vd., 2021). Şarap deneyiminin destinasyonların imajını ve marka değerini etkilediği (Madeira vd., 2019), şarap ve gastronomi konseptinin birçok sektöre katkı sağladığı ya da sağlayabileceği (Tafel ve Szolnoki, 2019), şarap ve gastronomi aracılığıyla bir destinasyonun çekim merkezi haline gelebileceği (Grimstad vd., 2019), yerel ekonomiler için gelir kaynağı olabileceği (Hernandez Rojas vd., 2018), şarap ve gastronomi kavramının artan popülerliği sonucunda ulusal şarap imalathanelerinin uluslararası şarap tüketicileri pazarlarında yer alabileceği (Duarte Alonso, 2017) bilinmektedir.

Şarap ve gastronomi turizmi arasında turizm paydaşları açısından güçlü ve paralel bir ilişki olduğu görülmektedir. Söz konusu ilişkinin alanyazın ışığında farklı boyutlarda ve destinasyonlar açısından irdelenmesi oldukça önemlidir. Bu önem doğrultusunda, akademisyenler tarafından şarap ve gastronomi turizmi kapsamında incelemeye tabi tutulmuş çalışmaların sistematik bir şekilde değerlendirilmesi, şarap ve gastronomi turizminin hangi açılardan eksik kaldığının tespit edilmesi önemlidir. Ancak bu sayede şarap ve gastronomi turizmi aracılığıyla turizm paydaşlarının ekonomik, kültürel ve çevresel beklentileri karşılanabilecek ve bu turizm olayının gelişimi sağlanabilecektir. Bu

1 Öğr. Gör. Dr. Tuba ŞAHİN ÖREN, Uşak Üniversitesi, tuba.sahin@usak.edu.tr, https://orcid.org/ 0000-0003-0899-9421

OĞLAK YAYINLARI

çalışmada, sistematik derleme aracılığıyla şarap ve gastronomi turizminin alanyazındaki durumunu incelemek, ortaya koymak amaçlanmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Turizm, özetle para kazanma amacı gütmeden kısa süreli yer değiştirme hareketi olarak kabul edilmektedir. Kitlelerin, kısa süreli yer değiştirme hareketinin temel motivasyonu ise farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Yeni yerler görmek, farklı insanlarla etkileşim içinde olmak gibi amaçlarla birlikte sadece şarabı tanımak, anlamak, bilgi edinmek gibi nedenlerle de turistler turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Gastronomi turizmi unsurlarından biri olarak kabul edilen "Şarap ve Gastronomi Turizmi" ilişkisinin akademik çalışmalar aracılığıyla ortaya çıkarılması, söz konusu bu ilişkiye bütüncül bir bakış açısını getirecek olması nedeniyle önem arz etmektedir. Bu önem doğrultusunda bu çalışmada, şarap ve gastronomi turizmi ile ilişkili akademik çalışmalar aracılığıyla tümevarım yaklaşımıyla incelenmesi sonucunda bilinmeyen, yeni ve farklı sonuçlara ulaşmak amaçlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle araştırmanın temel sorusu, "şarap ve gastronomi turizmi ilişkisi akademik çalışmalar aracılığı ile bütüncül bir şekilde ortaya çıkarılabilir mi?" şeklindedir. Çalışmanın temel amacına ulaşabilmek ve araştırma sorusunu cevaplayabilmek için araştırmanın çerçevesi ve araştırmanın soruları şu şekilde oluşturulmuştur;

2.1 Araştırmanın Çerçevesi;

- Değerlendirmeye, şarap ve gastronomi ilişkisi üzerine gerçekleştirilen akademik çalışmalar dahil edilmektedir.
- Söz konusu akademik çalışmaların tamamına ulaşmak gerçekçi bir yaklaşım olmayacağı için çalışma evrenini oluşturmak amacıyla şarap ve gastronomi ilişkisi, "*Scopus akademik çalışma arama motoru*" üzerinden incelenmektedir. Bu durum çalışmanın temel kısıtını oluşturmaktadır.
- Çalışma konusu inceleme alanına kısıt getirilerek oluşturulan ve "Gastronomi ve Şarap" anahtar kelimesi kapsamında çalışma evreni, toplamda 30 akademik makaleden oluşmaktadır.
- Çalışma evreni içerisinde bulunan akademik makalelerin hepsinin ulaşılabilir durumda olması nedeniyle ayrıca bir örnekleme stratejisi kullanılmamaktadır.
- Çalışma konusu kapsamında veriler, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman incelemesi yöntemiyle toplanmaktadır.
- Elde edilen veriler, sistematik derleme yöntemiyle sentezlenmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

2.2 Araştırma Soruları;

- Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makaleler veri elde edilen destinasyon açısından incelenebilir mi?
- Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makaleler yayım yılı ve atıf sayısı kapsamında değerlendirilmesi mümkün müdür?
- Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
- Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin konu başlıklarına ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?
- Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makalelerde kullanılan veri toplama tekniğine ilişkin bir değerlendirme yapılabilir mi?

Şarap ve gastronomi turizmi üzerine doküman analizi yöntemiyle elde edilen bulgular, sistematik bir şekilde derlenerek araştırma sorularına yanıt aranacaktır.

2.3 Evren ve Örneklem

Araştırma evrenini, "Şarap ve Gastronomi Turizmi" ilişkisini ortaya çıkarmak üzere ampirik ve ampirik olmayan yöntemle gerçekleştirilen akademik makaleler oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırma konusu ile ilgili yapılan çalışmaların tespitinin, diğer ifadeyle evrenin genişliğinin belirlenebilmesinin zor olması nedeniyle araştırmacı tarafından çalışma evreni oluşturulmuştur. Karasözen vd., (2011) tarafından yapılan çalışmada, Scopus veri tabanı, bölgesel ve özgün yayın anlamında daha zengin olması nedeniyle söz konusu veri tabanı çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Araştırmanın örnekleme stratejisi ise nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan amaçlı örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, Scopus veri tabanı arama motoruna, çalışma konusu ile ilgili "Şarap ve Gastronomi Turizmi" anahtar kelimeleri birlikte girilmiş, arama sınırları sadece makaleler ve İngilizce yayınlar olacak şekilde limit girilmiştir.

2.4 Veri Toplama ve Analizi

Bu çalışma, şarap ve gastronomi turizmi ilişkisini akademik çalışmalar aracılığı ile bütüncül bir şekilde ortaya çıkarmak amacıyla sistematik derleme yöntemi aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, çalışmada veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışma evreni olarak belirlenen Scopus veri tabanı üzerinden anahtar kelimeler (Şarap ve Gastronomi Turizmi/ Wine and Gastronomy Tourism) aracılılığıyla çalışma konusu ile ilgili makalelere ulaşılmış ve veri seti oluşturulmuştur.

OĞLAK YAYINLARI

Çalışmanın temel problemine ulaşmayı ve çalışma amacına uygunluğu sağlamak için doküman türünde "makale" kısıtı getirilerek bir tane dışlama kriteri oluşturulmuştur. Bu çerçevede yapılan alanyazın incelemesinden sonra toplamda çalışma konusu ile ilgili otuz makaleye ulaşılmıştır. Sistematik derleme kapsamında elde edilen otuz makale, doküman analizi tekniği ile analiz edilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

Şarap ve gastronomi turizmi ilişkisi akademik çalışmalar aracılığı ile bütüncül bir şekilde ortaya çıkarmak amacıyla sistematik derleme yöntemi ile desenlenen çalışmada araştırma sorularını cevaplayabilecek şekilde doküman analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda elde edilen bulgular araştırma soruları kapsamında tablolara yansıtılmış ve yorumlanmıştır. Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin, veri elde edilen destinasyon açısından dağılımının incelenmesi amacıyla Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1: Veri elde edilen destinasyon açısından dağılımı

Veri Elde Edilen Destinasyon	f	%
İspanya	8	26,6
Portekiz	4	13,3
İtalya	3	10
Amerika	2	6,6
Avustralya	2	6,6
Almanya	2	6,6
Kanada	2	6,6
Uruguay	1	3,3
İsviçre	1	3,3
Çin	1	3,3
Yeni Zelanda	1	3,3
Şili	1	3,3
Türkiye	1	3,3
Kanada ve İspanya	1	3,3
Toplam	30	100

Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yapılan çalışmalara ilişkin veri elde edilen destinasyonların incelenmesi, şarap temalı gastronomi turizmi üzerine inceleme yapılmamış ya da az sayıda inceleme yapılmış destinasyonların ortaya çıkarılarak bu alanda akademik açıdan gelişimin sağlanabilmesi açısından önemlidir. Tablo 1'e göre şarap ve

OĞLAK YAYINLARI

gastronomi turizmi arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması bağlamında en fazla veri toplanan destinasyon "İspanya" olarak görülmektedir.

Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlamış makaleler, yayım yılı ve atıf sayısı kapsamında, diğer bir ifadeyle alana katkısı açısından değerlendirilmesi için Tablo 2 oluşturulmuştur.

Tablo2: Alana katkı: Yayım yılı ve atıf sayısı açısından dağılımı

Makalenin Adı	**Yazar**	**Yayım Yılı**	**Atıf Sayısı**
Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions	Sparks, B.	2007	295
The potential for marrying local gastronomy and wine: The case of the 'fortunate islands'	Alonso, A.D.	2011	28
Profile and motivations of European tourists on the Sherry wine route of Spain	López-Guzmán, T.	2014	26
Wine travel in the United States: A profile of wine travellers and wine tours	Garibaldi, R.	2017	16
Connecting Oenological and gastronomical tourisms at the Wine Roads, Veneto, Italy, for the promotion and development of agrotourism	Bitsani, E.	2012	16
Tannat: The positioning of a wine grape as symbol and 'referent' of a nation's gastronomic heritage	Duarte Alonso, A.	2013	14
Food and beverage flavour pairing: A critical review of the literature	Spence, C.	2020	12
Effects of social media on enotourism. Two cases study: Okanagan Valley (Canada) and Somontano (Spain)	Cristófol, F. J.	2020	6
Wine lovers: their interests in tourist experiences	Crespi-Vallbona, M.	2020	5
An exploration of Cava wineries: a resource-based approach	Duarte Alonso, A.	2017	5
Modelling wine tourism experiences	Madeira, A.	2019	4
The territorial redefinition of the Vineyard Landscape in the sherry wine region (Spain)	Foronda-Robles, C.	2018	4
Relevance and challenges of wine tourism in Germany: a winery operators' perspective	Tafel, M. C.	2021	2
Sustainable economy and development of the rural territory: Proposal of wine tourism itineraries in La Axarquía of Malaga (Spain)	Zamarreño-Aramendia, G.	2021	1
Tourists' spatiotemporal behaviors in an emerging wine region: A time-geography perspective	Gu, Q.,	2021	1
The bleisure tourism trend and the potential for this business-leisure symbiosis in Porto	Pinho, M.	2021	1
Segmenting tourists in german wine regions by travel motivation and wine activities	Tafel, M.	2019	1
Creating a little bit of la Dolce Vita'. Explaining resilience and transformation in the Hunter Valley wine region, NSW, Australia	Grimstad, S.	2019	1

OSMAK YAYINLARI

Tablo 2'de şarap ve gastronomi turizmi açısından alanyazına katkı sağlayan makaleler gösterilmektedir. Şarap ve gastronomi turizmi açısından alana katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen araştırma kapsamındaki toplamda otuz makalenin on sekizinin atıf aldığı, Tablo 2'de görülmektedir. Atıf almayan makalelerin (Rech vd., 2021; Vicente, vd., 2021; Güzel vd., 2021; Nave, vd., 2021; Wen vd., 2021; Torres vd., 2021; Serra-Cantallops vd., 2021; Zainurin vd, 2021; Robinson, 2021; Milan vd., 2021; Reis vd., 2021; Scander vd., 2021) tamamının (12) yayım yılının 2021 olması nedeniyle alana katkı sağlayamadığı düşünülmektedir.

Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine ve veri analiz tekniğine ilişkin makalelerin dağılımı, Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo3: Araştırma yöntemleri ve veri toplama tekniğine ilişkin dağılım

	Veri Toplama Tekniği		
Araştırma Yöntemleri	Ampirik	Nicel	16
		Nitel	9
		Karma	2
	Ampirik Olmayan	Alanyazın Tarama	3
Toplam			**30**

Tablo 3'e göre şarap ve gastronomi turizmi arasındaki ilişkiyi inceleyen makalelerin çoğunluğu (16) nicel araştırma yöntemi aracılığıyla çalışmalarını desenlemektedir. Ampirik çalışmalar boyutunda diğer makaleler değerlendirildiğinde nicel araştırma yöntemini, nitel araştırma yöntemi (9) ve karma araştırma yönteminin (2) takip ettiği görülmektedir. Şarap ve gastronomi turizmi ilişkisini inceleyen üç ampirik olmayan çalışmanın verileri ise alanyazın tarama aracılığıyla elde edilmektedir.

Şarap temalı gastronomi turizmi üzerine yayımlanmış makalelerin konu başlıkları bakımından gerçekleştirilen inceleme sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo4: Konu başlıklarına göre dağılımı

	2021	2020	2019	2018	2017	2014	2013	2012	2011	2007	2006	Toplam	
Konu												f	%
Gastronomi ve şarap deneyimi	1											1	2,3
Şarap Rotası	1				1	1		1				4	9,5
Şarap İmalathanesi	6		1		1							8	19,0
Şarap Turisti	4	2	2			1		1		1		11	26,8
Marka	1								1			2	4,7
Ekonomik Sürdürülebilirlik	2											2	4,7
Kültürel Sürdürülebilirlik	1											1	2,3
Şarap Turizmi	2	1	1	1	1							6	14,2
Şarap Deneyimi	3		1									4	9,5
Şarap ve Yemek İle Evlilik İmajı									1			1	2,3
Gastronomik kimlik											1	1	2,3
Şarap Üzümleri Kültürel Miras							1					1	2,3
Şarap Garsonları / Sommeliers		1											2,3

Tablo 4'e göre şarap ve gastronomi ilişkisini inceleyen makalelerin çoğunluğunun (11), şarap turisti konu başlığı ile ilgili araştırma problemlerini geliştirdikleri görülmektedir. Şarap turistlerinin deneyimlerinden daha çok sosyal medyanın söz konusu turizm davranışı üzerindeki etkisi, seyahat motivasyonu, şarap destinasyonu belirleme süreci gibi konulara yoğunlaşan çalışmalar olduğu görülmektedir. Şarap turisti konu başlığını sırasıyla şarap imalathanesi (8), şarap turizmi (6), şarap deneyimi (4), şarap rotası (4) gibi konular oluşturmaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Şarap ve gastronomi arasındaki ilişki seyahat motivasyonu ve turizm olayı gerçekleştirmede yadsınamayacak derecede önemlidir. Bu bağlamda şarap temalı gastronomi turizmi olayı hem destinasyon yöneticileri hem de akademisyenlerin ilgi alanı içinde yer almaktadır. Söz konusu bu ilgi ve önem doğrultusunda hem destinasyon yöneticilerine hem de akademisyenlere şarap ve gastronomi ilişkisini ortaya koymak, alan yazında eksikleri ortaya çıkarmak ve derinlemesine irdelenmesi sağlamak amacıyla sistematik derleme yöntemiyle bu çalışma gerçekleştirilmektedir.

Çalışma, şarap ve gastronomi turizmi ilişkisini alan yazın ışığında incelemek, sistematik hale getirmek ve çalışma evreni içerisinde hangi boyutlarda eksiklerinin olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu çerçevede, şarap ve gastronomi turizmi ilişkisini yordayan

OĞLAK YAYINLARI

makalelerin araştırma kapsamının hangi destinasyonları içerdiği, hangi konuların derinlemesine irdelendiği, alana katkısı, araştırma yöntemi ve veri toplama tekniklerinin ne olduğu sistematik bir şekilde derlenerek ortaya çıkarılması sonucunda çeşitli bulgular elde edilmektedir.

Şarap söz konusu olduğunda kuşkusuz ki öncü ülkelerden biri Fransa olmasına rağmen çalışma bulgularında Fransa'ya ilişkin herhangi bir makaleye rastlanmamaktadır. Öncelikli olarak çalışma evreni kısıtı nedeniyle ilgili makalelere ulaşılamamış olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte şarap ve gastronomi turizmi konusunu içeren çalışmaların ağırlıklı olarak son yıllarda gerçekleştirilmiş olması, bu durumu ortaya çıkarmış olabilir. Çalışma kapsamında irdelenen makalelere ilişkin veri toplama destinasyonlarının ağırlıklı olarak İspanya olduğu belirlenmektedir.

Şarap ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilen çalışmaların alana katkılarının görece az olmasının en önemli nedeninin makalelerin yayım yıllarının ağırlıklı olarak içinde bulunduğumuz yıl yayımlanmış olması düşünülmektedir. Çalışma konusu ile ilgili yayımlanan makalelerin araştırma yöntemlerinin ve veri toplama tekniklerinin çoğunlukla nicel araştırma yöntemleri olduğu bir diğer çekici sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. İncelenen makaleler konu başlıkları kapsamında değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak şarap turisti, şarap imalathaneleri, şarap turizmi, şarap rotaları şeklinde olduğu görülmektedir. Ekonomik ve kültürel sürdürülebilirlik, gastronomik kimlik, kültürel miras veya marka boyutlarında yeterince irdelenmediği belirlenmektedir.

KAYNAKLAR

Alonso, A. D., ve Liu, Y. (2011). "The Potential For Marrying Local Gastronomy And Wine: The Case Of The 'Fortunate Islands", *International Journal of Hospitality Management*, 30 (4), 974-981. doi:10.1016/j.ijhm.2011.02.005

Bitsani, E., ve Kavoura, A. (2012). "Connecting Oenological and Gastronomical Tourisms at the Wine Roads, Veneto, Italy, For the Promotion and Development of Agrotourism", *Journal of Vacation Marketing*, 18 (4), 301-312. doi:10.1177/1356766712460738

Crespi-Vallbona, M., ve Mascarilla-Miró, O. (2020). "Wine Lovers: Their Interests in Tourist Experiences", *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 14 (2), 239-258. doi:10.1108/IJCTHR-05-2019-0095

Cristófol, F. J., Aramendia, G. Z., ve de-San-Eugenio-Vela, J. (2020). "Effects of Social Media on Enotourism. Two Cases Study: Okanagan Valley (Canada) And Somontano (Spain), *Sustainability (Switzerland)*, 12 (17) doi:10.3390/SU12176705

Cristófol, F. J., Cruz-Ruiz, E., ve Zamarreño-Aramendia, G. (2021). "Transmission Of Place Branding Values Through Experiential Events: Wine Bc Case Study", *Sustainability (Switzerland)*, 13(6) doi:10.3390/su13063002

OĞLAK YAYINLARI

Duarte Alonso, A. (2013). "Tannat: The Positioning Of A Wine Grape as Symbol and 'Referent' Of A Nation's Gastronomic Heritage", *Journal of Heritage Tourism*, 8 (2-3), 105-119, DOI: 10.1080/1743873X.2013.767806

Duarte Alonso, A. (2017). "An Exploration Of Cava Wineries: A Resource-Based Approach", *International Journal of Wine Business Research*, 29 (1), 20-36. doi:10.1108/IJWBR-11-2015-0050

Foronda-Robles, C. (2018). "The Territorial Redefinition of the Vineyard Landscape in the Sherry Wine Region (Spain)", *Miscellanea Geographica*, 22 (2), 95-101. doi:10.2478/mgrsd-2018-0010

Garibaldi, R., Stone, M. J., Wolf, E., ve Pozzi, A. (2017). "Wine Travel In The United States: A Profile of Wine Travellers and Wine Tours", *Tourism Management Perspectives*, 23, 53-57. doi:10.1016/j.tmp.2017.04.004

Grimstad, S., Waterhouse, J., ve Burgess, J. (2019). "Creating A Little Bit Of La Dolce Vita'. Explaining Resilience and Transformation In The Hunter Valley Wine Region, NSW, Australia", *International Journal of Globalisation and Small Business*, 10 (4), 359-380. doi:10.1504/IJGSB.2019.103589

Gu, Q., Zhang, H., Huang, S. S., Zheng, F., ve Chen, C. (2021). "Tourists' Spatiotemporal Behaviors in an Emerging Wine Region: A Time-Geography Perspective", *Journal of Destination Marketing and Management*, 19, doi:10.1016/j.jdmm.2020.100513

Güzel, Ö., Ehtiyar, R., ve Ryan, C. (2021). "The Success Factors Of Wine Tourism Entrepreneurship for Rural Area: A Thematic Biographical Narrative Analysis in Turkey", *Journal of Rural Studies*, 84, 230-239. doi:10.1016/j.jrurstud.2021.04.021

Harrington, R. J. (2006). "Defining Gastronomic Identity: The Impact Of Environment And Culture On Prevailing Components, Texture And Flavors In Wine And Food, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3), 129-152. doi:10.1300/J385v04n02_10

Hernandez Rojas, R. D., Cava Jiménez, J. A., ve Dancausa Millán, G. (2018). "Wine Tourism In Southern Spain: A Case Study", *Espacios*, 39 (13), Retrieved from www.scopus.com

Karasözen, B., (Gökkurt) Bayram, Ö., ve Zan, B. U. (2011). "WoS ve Scopus Veri Tabanlarının Karşılaştırması", *Türk Kütüphaneciliği* 25 (2), 238-260.

López-Guzmán, T., Vieira-Rodríguez, A., ve Rodríguez-García, J. (2014). "Profile and Motivations Of European Tourists On The Sherry Wine Route Of Spain", *Tourism Management Perspectives*, 11, 63-68. doi:10.1016/j.tmp.2014.04.003

Madeira, A., Correia, A., ve Filipe, J. A. (2019). "Modelling Wine Tourism Experiences", *Anatolia*, 30 (4), 513-529. doi:10.1080/13032917.2019.1642922

Mendes, T., Liberato, P., Liberato, D., ve Barreira, H. (2021). "Food Tourism, an Exploratory Study in the Portuguese Context", *Journal of Tourism and Development*, 2021(36), 33-50. doi:10.34624/rtd.v1i36.24544

Millan, M. G. D., De la Torre, M. G. M. V., ve Rojas, R. H. (2021). "Analysis of the Demand for Gastronomic Tourism in Andalusia (Spain)", *PLoS ONE*, 16 (2 February), doi:10.1371/journal.pone.0246377.

Moral Cuadra, S., López-Guzmán, T., Orgaz Agüera, F., ve Cañero Morales, P. (2017). "Motivation And Satisfaction of Olive Oil Tourists in Spain, The Case of Andalucía", *Espacios*, 38(58) Retrieved from www.scopus.com

Nave, A., Laurett, R., ve do Paço, A. (2021). "Relation between Antecedents, Barriers and Consequences of Sustainable Practices in the Wine Tourism Sector", *Journal of Destination Marketing and Management*, 20 doi:10.1016/j.jdmm.2021.100584

ÖĞRENCİ YAYINARI

Pinho, M., ve Marques, J. (2021). "The Bleisure Tourism Trend and the Potential for This Business-Leisure Symbiosis in Porto", *Journal of Convention and Event Tourism*, doi:10.1080/15470148.2021.1905575

Rech, G., ve Migliorati, L. (2021). "Social Representations About Cultural Tourism In The Time Of Covid-19: A Case Study Of Langhe, Monferrato And Roero (Italy)", *Sustainability (Switzerland)*, 13 (11) doi:10.3390/su13116301.

Reis, A. M., Vieira, E. P., ve Borges, A. P. (2021). "Determinants Of Tourist Expenditure: The Role of Tourists' Experiences in the City Of Porto", *International Journal of Tourism Policy*, 11(1), 73-87. doi:10.1504/IJTP.2021.114457.

Robinson, D. (2021). "Rural Food And Wine Tourism In Canada's South Okanagan Valley: Transformations For Food Sovereignty?", *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1-19. doi:10.3390/su13041808

Scander, H., Neuman, N., Tellström, R., ve Yngve, A. (2020). "Acquiring Competence: Sommeliers On 'Good' Food and Beverage Combinations", *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 20 doi:10.1016/j.ijgfs.2020.100199

Serra-Cantallops, A., Ramón-Cardona, J., ve Vachiano, M. (2021). "Increasing Sustainability through Wine Tourism in Mass Tourism Destinations. The Case of the Balearic Islands", Sustainability *(Switzerland)*, 13(5), 1-21. doi:10.3390/su13052481

Sparks, B. (2007). "Planning a Wine Tourism Vacation? Factors That Help To Predict Tourist Behavioural Intentions", *Tourism Management*, 28(5), 1180-1192. doi:10.1016/j.tourman.2006.11.003

Spence, C. (2020). "Food And Beverage Flavour Pairing: A Critical Review of the Literature", *Food Research International*, 133 doi:10.1016/j.foodres.2020.109124

Tafel, M. C., ve Szolnoki, G. (2021). "Relevance And Challenges Of Wine Tourism In Germany: A Winery Operators' Perspective", *International Journal of Wine Business Research*, 33(1), 60-79. doi:10.1108/IJWBR-11-2019-0059

Tafel, M., ve Szolnoki, G. (2019). "Segmenting Tourists in German Wine Regions by Travel Motivation and Wine Activities", *Mitteilungen Klosterneuburg*, 69 (3), 196-207. Retrieved from www.scopus.com

Torres, J. P., Barrera, J. I., Kunc, M., ve Charters, S. (2021). "The Dynamics of Wine Tourism Adoption in Chile", *Journal of Business Research*, 127, 474-485. doi:10.1016/j.jbusres.2020.06.043

Vicente, G. V., Barroso, V. M., ve Jiménez, F. J. B. (2021). "Sustainable Tourism, Economic Growth and Employment—The Case of the Wine Routes of Spain", *Sustainability (Switzerland)*, 13 (13) doi:10.3390/su13137164

Wen, H., ve Leung, X. Y. (2021). "Virtual Wine Tours And Wine Tasting: The Influence of Offline and Online Embodiment Integration on Wine Purchase Decision", *Tourism Management*, 83 doi:10.1016/j.tourman.2020.104250

Zainurin, F., Neill, L., ve Schänzel, H. (2021). "Considerations Of Luxury Wine Tourism Experiences In The New World: Three Waiheke Island Vintners", *Journal of Revenue and Pricing Management*, doi:10.1057/s41272-021-00334-x

Zamarreño-Aramendia, G., Cruz-Ruiz, E., ve De La Cruz, E. R. -. (2021). "Sustainable Economy And Development Of The Rural Territory: Proposal Of Wine Tourism Itineraries In La Axarquía Of Malaga (Spain)", *Economies*, 9 (1) doi:10.3390/economies9010029

OGÜK YAYINLARI

YİRMİ BİRİNCİ BÖLÜM
GASTRONOMİ TURİZMİ VE FESTİVALLER ÜZERİNE SİSTEMATİK BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üy. Veli Erdinç ÖREN[1]

1. GİRİŞ

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre günümüzde Covid-19 pandemisi nedeniyle yaşanılan seyahat sınırlamaları, 2020 yılında uluslararası seyahat edenlerin sayısında 500 milyonluk bir düşüş yaratmıştır. Ancak 2019 verilerine göre, genellikle her geçen yıla göre bir artış yaşanarak dünyada 1,5 milyar turistin seyahat ettiği belirtilmektedir (https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals, Erişim Tarihi: 03.08.2021). Sürekli olarak bir değişim ve çeşitlenme yaşanan turizm sektöründe turizm destinasyonları, ziyaret eden turist sayılarını ve turizm gelirlerini artırmak için yoğun bir rekabet içerisine girmektedir. Bu rekabet piyasasında destinasyonlar çekiciliklerini artırmak amacıyla destinasyon pazarlamasında gastronomi turizmini turistik ürün olarak kullanmaktadırlar. TÜRSAB Gastronomi Turizmi raporuna göre dünyada seyahat eden turistlerin %88,2 si yemeğin destinasyon tercih etmede çok önemli olduğunu vurgulamaktadır (https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf, Erişim Tarihi: 03.08.2021).

Gastronomi turizmi kapsamında turistlerin, yiyecekleri mevsiminde tüketmek için yiyeceklerin zamanına göre planlamalarını yapıp yeni yiyecekleri keşfetmek, tatmak, deneyimlemek, yiyecek ve içecek ile ilgili çeşitli faaliyetlere katılmak, ünlü veya yeni bir yiyecek mekanını ziyaret etmek, yemek festivallerine katılmak amacıyla seyahat ettikleri bilinmektedir (Küçükkömürler vd., 2018). Festivaller ve özel etkinlikler hem yerel halk hem de ziyaretçiler için önemli faaliyetler sunması ve harcama ve kazanç alanları sağlamasının yanında destinasyon imajını geliştirmesi açısından gastronomi turizmi kapsamında önemli bir rol oynamaktadır. Mevcut ekonomik piyasada festivallerin, kültürel ve ekonomik kalkınmaya önemli ölçüde katkıda bulunarak destinasyonlara yönelik kültür turizminin gelişimi üzerinde büyük etkisi olduğu düşünülmektedir. (Blešić vd., 2014). Yapılan araştırmalar festivallerin turizmin gelişmesine katkı sağladığını, turistler açısından alışverişi teşvik edici bir unsur olduğunu, destinasyonların çekiciliğini artırdığını ve elde edilen gelire katkı sağladığını göstermektedir. Yemek müzelerinin

1 Uşak Üniversitesi, erdinc.oren@usak.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-7614-644X

ÖĞLAK YAYINLARI

oluşturulması, yemek festivallerinin düzenlenmesi veya bir şarap üretim merkezinde müzik festivallerinin düzenlenmesi, şarap festivalleri, tematik çeşitli festivaller gibi faaliyetler birleştirici bir unsur olarak sadece destinasyonların çekiciliği artırtmakla kalmamakta aynı zamanda marka imajını oluşturarak paydaşlara da katkı sağlamaktadır (Blešić vd., 2014; Garibaldi ve Pozzi, 2018; Kosulnikova vd., 2020). Yerel kültürün bir parçası, turistik bir cazibe, turistik bir ürün ve deneyim olarak yemek, bir destinasyonun hem çekiciliğini hem de imajını oluşturan önemli bir unsurdur. Yerel gastronomi, bazı turistler için bir destinasyonun somut olmayan kültürel mirasını anlamak için anahtar bir rol oynamakta ve destinasyonu ziyaret etmesini sağlayan önemli bir çekicilik unsuru olmaktadır (López-Guzmán vd., 2017).

Etkinlikler, turizmin önemli bir motive edici unsurudur ve birçok turistik destinasyonun gelişiminde önem arz etmektedir. Festival de bir etkinlik türüdür. Bu kapsamda festivaller, son yıllarda en fazla büyüme gösteren ve yerel ekonomi üzerinde önemli bir etkiye sahip olan turistik cazibe oluşturan özel etkinlik türlerinden biridir. Bu bağlamda yemek festivallerinin turistik ürün olarak analiz edilerek ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan yarattığı etkiyi, turistlerin motivasyonunu ve sadakatini ölçen çalışmalar yapılmaktadır (Getz, 2008; Smith ve Costello, 2009; Henderson 2009; Ma ve Lew, 2012; Marchini vd, 2016; López-Guzmán vd., 2017).

Yemek festivallerin tasarlanmasında tat, yer ve gelenek olmak üzere üç unsur yer almaktadır (Organ vd., 2015). Festivaller, yerel halkın ürünlerini sergilemesine izin verir ve yerel kimliği güçlendirmek için iyi bir fırsattır (Hubbard vd., 2012). Destinasyonların, geliştirilen kültürel politika hedefleriyle ilgili festivaller düzenlemesi ve bu festivallerde sunulan gastronomik ürünlerin yerel gastronomi kimliğini yansıtan kaliteli ürünler olmasını sağlamaları gerekmektedir (López-Guzmán vd., 2017).

Yeni yiyeceklerin tadına bakmak, düzenlenen etkinliklerden zevk almak, günlük rutinden kaçmak, aile bireyleri ile vakit geçirmek gibi farklı motivasyonlar turistlerin yemek festivallerine katılmalarını sağlamaktadır. Festivallerin, turist çekmek için iyi bir yol olmasından dolayı son yıllarda önemli sayıda turistik destinasyon, turizmi geliştirmek için yemek festivali düzenlemektedir (Horng vd., 2013). Uluslararası yazın taraması yapıldığında ABD, İngiltere, Çin, Sırbistan, Almanya, Avustralya gibi ülkelerde yemek festivalleri düzenlendiği görülmektedir (López-Guzmán vd., 2017).

Bir yemek festivali, turistler için yerel mutfağın tadını çıkarmak ve yeni deneyimler yaşamak için her zaman iyi bir fırsat ve aynı zamanda destinasyon için de tanıtım ve pazarlama şeklidir (Wu vd., 2014). Diğer bir ifadeyle yemek festivallerinin, gastronomi destinasyonları ve tüm turizm paydaşları için önem arz ettiği açıktır. Bu noktadan hareketle gastronomi turizmi kapsamında yemek festivalleri konusuyla ilgili alan yazında

OĞLAK YAYINLARI

yapılan çalışmaların sistematik derleme ile incelenerek ortaya konulması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Son yıllarda gastronomi turizmi ön plana çıkmakta ve somut olmayan kültürel miras olarak değerlendirilen yemek kültürü ve bu kapsamda destinasyonların yerel değerleri, düzenlenen etkinlikler turistler için cazibe merkezi haline gelmektedir. Gastronomi turizminin ekonomik olarak önemli katkı sağladığı ve istihdam sağlama açısından da önem arz ettiği bilinmektedir. Uluslararası Mutfak Kültürü Derneğine göre gastronomi turizmi sadece lüks restoranlar, pahalı yiyecekler ve şarap ile ilişkilendirilmemelidir. Gastronomi turizmi yiyecek ve içecek deneyimlerinin yanı sıra gerçekleştirilen etkinlikler kapsamında da değerlendirilmelidir. Bu bağlamda yapılan çalışmada, bu etkinlikler içerisinde yiyecek ve içecek festivalleri ve gastronomi turizmi ile ilişkili akademik çalışmaların incelenmesi, elde edilen verilerin sistematik derleme yöntemiyle sentezlenmesi amaçlanmaktadır.

Araştırma evrenini, "Festivaller ve Gastronomi Turizmi" kapsamında gerçekleştirilen akademik makaleler oluşturmaktadır. Scopus veri tabanının bölgesel ve özgün yayın anlamında daha zengin olması nedeniyle (Karasözen vd., 2011) söz konusu veri tabanında yer alan çalışmalar, çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan, amaçlı örnekleme stratejisi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, Scopus veri tabanı arama motoruna çalışma konusu ile ilgili "Gastronomy (Gastronomi) ve Festivals (Festivaller)" anahtar kelimeleri birlikte girilerek çalışmalara ulaşılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak doküman inceleme yöntemi kullanılan araştırmada, otuz altı çalışmaya ulaşılmış ancak çalışma amacına uygunluğu sağlamak için doküman türünde "makale" kısıtı getirilerek yirmi üç makale değerlendirmeye alınmıştır. Makaleler değerlendirilirken her ne kadar anahtar kelimeler aracılığıyla tarama yapılmış olsa da altı makalenin konu bütünlüğüne uymadığı düşünülerek çıkarılmış ve toplamda on yedi makale değerlendirilmiştir. Sistematik derleme kapsamında elde edilen on yedi makale, doküman analizi tekniği ile analiz edilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

"Festivaller ve Gastronomi Turizmi" kapsamında gerçekleştirilen akademik makaleler, sistematik derleme ile incelenerek elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Araştırmaya konu olan makalelerin verileri hangi destinasyondan elde ettikleri Tablo 1' de yer almaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo1: Veri elde edilen destinasyonların dağılımı

DESTİNASYONLAR	FREKANS (f)	YÜZDE (%)
Sırbistan	3	17,6
Ekvador	3	17,6
Çek Cumhuriyeti	2	11,8
İspanya	2	11,8
Japonya	1	5,9
Çin	1	5,9
Fransa	1	5,9
Arjantin	1	5,9
Ukrayna	1	5,9
Endonezya	1	5,9
İtalya	1	5,9
TOPLAM	17	100,0

Gastronomi turizmi ve festivaller konuları kapsamında yapılan makalelerin daha çok Sırbistan, Ekvador, Çek Cumhuriyeti ve İspanya destinasyonlarından veri sağladığı Tablo 1'de görülmektedir. Yapılan çalışmalara ilişkin veri elde edilen destinasyonların incelenmesi, inceleme yapılmamış ya da az sayıda inceleme yapılmış destinasyonların ortaya çıkarılarak bu alanda tespit edilen destinasyonlarda yeni çalışmaların yapılması, akademik açıdan gelişimin sağlanabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Araştırma konusu kapsamında yayımlanan makalelerin adı, yazar bilgisi, yayım yeri ve yılı ile atıf sayıları Tablo 2' de özetlenmektedir.

Tablo2: Makalelerin yayım yeri, yılı ve atıf sayısı açısından dağılımı

MAKALENİN ADI	YAZAR (LAR)I	YAYIM YERİ	YAYIM YILI	ATIF SAYISI
Gastronomic festivals: attitude, motivation and satisfaction of the tourist	López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C.P., Pérez Gálvez, J.C., Ríos Rivera, I.	British Food Journal	2017	44
Connecting Oenological and gastronomical tourisms at the Wine Roads, Veneto, Italy, for the promotion and development of agrotourism	Bitsani, E., Kavoura, A.	Journal of Vacation Marketing	2012	17
Local cuisines and destination marketing: cases of three cities in Shandong, China	Okumus, B., Xiang, Y., Hutchinson, J.	Asia Pacific Journal of Tourism Research	2018	13

OĞLAK YAYINLARI

Cultural events as part of Cultural tourism development. Case study: Sombor and Apatin (Serbia)	Blešić, I., Pivac, T., Đorđević, J., Stamenković, I., Janićević, S.	Acta Geographica Slovenica	2014	11
Differences in Motivation of Food Festivals Visitors - A View from the Czech Republic	Krajíčková, A., Šauer, M.	Geographica Pannonica	2018	4
Urban gastronomic festivals—Non-food related attributes and food quality in satisfaction construct: A pilot study	Dimitrovski, D.	Journal of Convention and Event Tourism	2016	4
From commercial to cultural: The role of the festival "Firatast una fira bonissima" in the promotion and appreciation of Catalan cuisine	Meneguel, C.R.D.A., Mundet i Cerdan, L., Vidal Casellas, M.D.	Journal of Convention and Event Tourism	2019	3
Working day gastronomic tourism in the Community of Madrid*	Feo Parrondo, F.	Cuadernos de Turismo	2014	2
Sociodemographic profile, evaluation of attributes and level of satisfaction: Case study of gastronomy festivals in Guayaquil, Ecuador*	López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C.P., Muñoz-Fernández, G., Ríos Rivera, I.	Revista Venezolana de Gerencia	2017	2
Relationship between sociodemographic aspects, Satisfaction and loyalty in gastronomic festivals	Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Villagómez-Buele, C.	Geojournal of Tourism and Geosites	2020	1

* *Makalelerin sadece özet metnine ulaşılabilmiştir.*

Gastronomi turizmi ve festivaller kapsamında yayımlanan makaleler arasında alanyazına katkı sağlayan çalışmalar diğer bir ifadeyle atıf alan makaleler Tablo 2' de yer almaktadır. Tablo 2 incelendiğinde araştırma kapsamına dahil olan on yedi makaleden on makalenin atıf aldığı görülmektedir. Atıf almayan makalelere bakıldığında makalelerin genel olarak 2020 ve 2021 yıllarında yayımlandığı, yayım dilinin ngilizce olmadığı, sadece özet metne ulaşılabildiği (Winter, 2021; Nesterchuk vd., 2021; Zelený vd., 2021; Hendriyani vd., 2020; Marcilhac ve Moriniaux, 2018; Findlay ve Yeoman, 2015; Vujicic vd., 2012) dikkat çekmektedir. Bu nedenle henüz atıf almadığı ve alana katkı sağlamadığı söylenebilir. Ayrıca yazar sayıları açısından makalelerin büyük bir çoğunluğunun (14 makale) ortak yazarlı çalışma olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında yayımlanmış makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine ve veri analiz tekniğine ilişkin makalelerin dağılımı Tablo 3'te görülmektedir.

OĞLAK YAYINLARI

Tablo3: Araştırma yöntemleri ve veri toplama tekniğine ilişkin dağılım

ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ	**VERİ TOPLAMA TEKNİĞİ**		
	Ampirik	Nicel	8
		Nitel	5
		Karma	2
	Ampirik Olmayan	Alan Yazın Tarama	0
TOPLAM			**15**

Tablo 3 incelendiğinde makalelerin (15 makale) ampirik çalışmalar boyutunda yer aldığı tespit edilmektedir. İki makalenin sadece özet metnine ulaşılabildiğinden dolayı araştırma yöntemleri ile ilgili kesin bir bilgi verilememektedir. Makalelerin çoğu (8 makale) nicel araştırma yöntemi aracılığıyla çalışmalarını desenlemektedir. Ampirik çalışmalar boyutunda diğer makaleler değerlendirildiğinde nicel araştırma yöntemini, nitel araştırma yöntemi (5 makale) ve karma araştırma yöntemi (2 makale) takip etmektedir.

Gastronomi turizmi ve festivaller üzerine yayımlanmış makalelerin, konu başlıkları bakımından gerçekleştirilen inceleme sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo4: Konu başlıklarına göre dağılımı

KONU	**2012**	**2014**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**f**	%
Festivaller ve yerel halkın tutumu		1							1	5,9
Festivaller ve katılma motivasyonu	1			1	1			1	4	23,5
Festivaller, gıda kıtlığı				1					1	5,9
Festivaller ve destinasyon pazarlama	1	1			1	1			4	23,5
Festivaller ve yerel kalkınma					1			1	2	11,8
Festivaller ve turistlerin tutumları			2				2		4	23,5
Festivaller ve kültür turizmi								1	1	5,9
TOPLAM									**17**	**100**

Tablo 4'e göre gastronomi ve festivallerin ilişkisini inceleyen çalışmalar, festivaller ve turistlerin katılma motivasyonu (4 makale), tutumları (4 makale) ve destinasyon pazarlama (4 makale) konularıyla ilişkilendirilmiş olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, festivallerin memnuniyet üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu ve bu memnuniyet düzeyinin turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etme kararını etkilediği belirtilmiştir. Ayrıca destinasyonların kültürel miraslarını tanıtma ve korumada da etkisi olan festivallerin destinasyon pazarlamasında avantaj sağladığı ancak, potansiyeli olan destinasyonların bu ilişkiyi başarılı bir şekilde kullanamadıkları tespit edilmiştir. Festivallerin yerel

OĞLAK YAYINLARI

kalkınmaya etkisi (2 makale), yerel halkın tutumu (1 makale), kültür turizmi kapsamında festivaller (1 makale) ve gıda kıtlığı (1 makale) da çalışmalarda incelenen konular arasındadır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Son yıllarda turistlerin seyahat motivasyonlarına bakıldığında gastronominin büyük bir motivasyon olduğu görülmektedir. Hızlı bir gelişme gösteren gastronomi turizmi farklı etkinliklerle de çeşitlendirilmektedir. Avrupa destinasyonları incelendiğinde yoğun olarak gastronomi turlarının Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda gibi ülkelere olduğu bilinmektedir. Yerel yemekleri tatmak, deneyimlemek ve festivallere katılmak amacıyla seyahat eden turistlerin sayısının artmasıyla bu kapsamda yapılan akademik çalışmaların artması da doğru orantılıdır. Bir diğer ifadeyle gastronomi turizmi akademisyenlerin ilgisini çekmektedir. Bu bağlamda yapılan bu çalışmada gastronomi turizmi kapsamında festivallerin ele alınması, alanyazında yayımlanmış makalelerin irdelenmesinin sistematik derleme yöntemiyle yapılması amaçlanmıştır.

Çalışmanın temel kısıtını, aramanın sadece "Scopus" akademik çalışma arama motoru aracılığıyla yapılmış olması oluşturmaktadır. Ayrıca arama sonucunda elde edilen tüm dokümanlarda doküman türüne makale kısıtı getirilerek çalışma evrenine ulaşılmıştır. Bu çerçevede, gastronomi turizmi ve festivaller kapsamında yayımlanan makalelerin; hangi destinasyonları içerdiği, yayım yılı, alana katkısı, araştırma yöntemi ve veri toplama tekniklerinin ne olduğu sistematik bir şekilde derlenerek çeşitli bulgular elde edilmiştir.

Araştırma kapsamında gastronomi turizmi ve festivaller konusunda yayımlanmış makaleler incelendiğinde, bu makalelerin veri setlerini daha çok Sırbistan, Ekvador, Çek Cumhuriyeti ve İspanya destinasyonlarından elde ettiği görülmektedir. Gastronomi turizmi ve yemek festivallerinin başarılı bir şekilde yapıldığı Fransa, İtalya, Arjantin gibi destinasyonlarda az makaleye rastlanmıştır. Ancak çalışma evreni kısıtı nedeniyle ilgili makalelere ulaşılamamış olabilir. Bu nedenle bundan sonraki çalışmalarda daha geniş kapsamlı makale taraması yapılabilir. Bir diğer kısıt olan doküman türü kısıtı da kaldırılarak farklı türdeki dokümanlar da sınıflandırılabilir. Bununla birlikte gastronomi turizmi ve festivaller konusunu içeren çalışmaların ağırlıklı olarak son yıllarda gerçekleştirilmiş olması, bu durumu ortaya çıkarmış olabilir. Ayrıca bu durum gastronomi turizmi ve festivaller konusuna olan ilginin araştırmacılar tarafından da arttığının bir göstergesi olabilir.

Araştırma kapsamındaki makalelerin son yıllarda yayımlanmış olması, alana olan katkılarının az olmasının nedeni olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bazı çalışmaların

OĞLAK YAYINLARI

yayım dilinin farklı olması ve sadece özet metne ulaşılabilmesi nedeniyle bu duruma etkisinin olduğu düşüncesi vurgulanmalıdır. Çalışma konusu ile ilgili yayımlanan makalelerin araştırma yöntemlerinin ve veri toplama tekniklerinin çoğunlukla nicel araştırma yöntemleri olduğu bir diğer çekici sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle, araştırma kapsamında yayımlanan makalelerde ampirik olmayan alanyazın tarama tekniğinin kullanılmadığı da dikkat çekicidir.

Makalelerde incelenen konulara bakıldığında turistlerin motivasyonu ve tutumları ile festivaller arasında olumlu bir ilişki olduğu vurgulanmaktadır. Bu çalışmaların önceki yıllardan günümüze kadar yapılıyor olması talebin nabzının tutuluyor olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu olumlu ilişkiden yola çıkarak destinasyonların pazarlama aracı olarak festivalleri kullanabilecekleri belirtilmektedir. Bu makaleler ışığında yiyecek ve turizm arasında son derece önemli bir ilişki olduğu ve destinasyonun festivalleri pazarlama aracı olarak kullanarak etkin bir şekilde gastronomi turizmini teşvik edeceği düşünülebilir.

KAYNAKLAR

Bitsani, E. ve Kavoura, A., (2012). "Connecting Oenological and gastronomical tourisms at the Wine Roads, Veneto, Italy, for the promotion and development of agrotourism", *Journal of Vacation Marketing,* 18(4): 301-312.

Blešić, I., Pivac, T., Đorđević, J., Stamenković, I. ve Janićević, S., (2014). "Cultural events as part of cultural tourism development. Case study: Sombor and Apatin (Serbia)", *Acta Geographica Slovenica,* 54(SPL. 2): 381-390.

Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W. ve Villagómez-Buele, C., (2020). "Relationship between sociodemographic aspects, satisfaction and loyalty in gastronomic festivals", *Geojournal of Tourism and Geosites,* 32 (4): 1324-1329.

Dimitrovski, D., (2016). "Urban gastronomic festivals—Non-food related attributes and food quality in satisfaction construct: A pilot study", *Journal of Convention and Event Tourism,* 17 (4): 247-265.

Feo Parrondo, F., (2014). "Working day gastronomic tourism in the Community of Madrid", *Cuadernos de Turismo,* (33): 31-58.

Findlay, K. ve Yeoman, I., (2015). "Dr Spock's Food Festival", *Journal of Tourism Futures,* 1 (2): 148-151.

Garibaldi, R. ve Pozzi, A., (2018). "Creating tourism experiences combining food and culture: an analysis among Italian producers", *Tourism Review,* 73(2): 230-241.

Getz, D., (2008). "Event tourism: definition, evolution, and research", *Tourism Management*, 29(3): 403-428.

Henderson, J.C., (2009). "Food tourism reviewed", *British Food Journal,* 111(4): 317-326.

OĞLAK YAYINLARI

Hendriyani, I.G.A.D., Budiarsa, M.A., Antara, M.A. ve Sudiarta, N., (2020). "The loyalty model of foreign tourists consuming traditional balinese food", *Global Business and Finance Review*, 25 (3): 34-48.

Horng, J.S., Su, C.S. ve So, SI.A., (2013). "Segmenting food festival visitors: applying the theory of planned behavior and lifestyle", *Journal of Convention & Event Tourism*, 14 (3): 193-216.

Hubbard, K.W., Mandabach, K.H., McDowall, S. ve Vanleeuwen, D.M., (2012). "Perceptions of quality, satisfaction, loyalty, and approximate spending at an American wine festival", *Journal of Culinary Science & Technology*, 10 (4): 337-351.

Karasözen, B., (Gökkurt) Bayram, Ö. ve Zan, B. U., (2011). "WoS ve Scopus Veri Tabanlarının Karşılaştırması", *Türk Kütüphaneciliği*, 25 (2): 238-260.

Kosulnikova, T., Sizeneva, L., Sharapov, D. ve Semenova, M., (2020). "Cluster approach to development of wine and gastronomy tourism in Volgograd region", *E3S Web of Conferences*, 175,10017.

Krajíčková, A. ve Šauer, M., (2018). "Differences in motivation of food festivals visitors - A view from the Czech Republic", *Geographica Pannonica*, 22 (3): 189-200.

Küçükkömürler, S.,Şırvan, N. B. ve Sezgin, A. C., (2018). "Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi", *International Journal of Tourism, Economic and Business Sciences*, 2(2): 78-85.

López-Guzmán, T., Uribe Lotero, C.P., Pérez Gálvez, J.C. ve Ríos Rivera, I., (2017). "Gastronomic festivals: attitude, motivation and satisfaction of the tourist", *British Food Journal*, 119(2): 267-283.

Ma, L. ve Lew, A.A., (2012). "Historical and geographical context in festival tourism development", *Journal of Heritage Tourism*, 7(1): 13-31.

Marchini, A., Rigonelly, C. ve Diokallevi, F., (2016). "The success factors of food events: the case study of Umbrian extra virgin olive oil", *Journal of Food Products Marketing*, 22 (2): 147-167.

Marcilhac, V. ve Moriniaux, V., (2018). "The tourist promotion of ordinary places based on gastronomy festivals", *Bulletin d'Association de Geographes Francais*, 95 (3): 544-567.

Meneguel, C.R.D.A., Mundet i Cerdan, L. ve Vidal Casellas, M.D., (2019). "From commercial to cultural: The role of the festival "Firatast una fira bonissima" in the promotion and appreciation of Catalan cuisine", *Journal of Convention and Event Tourism*, 20 (2): 108-128.

Nesterchuk, I., Osipchuk, A., Bondarenko, E., Ivanenko, V. ve Chyzhevska, L., (2021). "Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the right-bank polissia gastronomy potential", *Geojournal of Tourism and Geosites*, 34 (1): 170-176.

Okumus, B., Xiang, Y. ve Hutchinson, J., (2018). "Local cuisines and destination marketing: cases of three cities in Shandong, China", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(6): 584-599.

Organ, K., Koening-Lewis, N., Palmer, A. ve Probert, J., (2015). "Festivals as agents for behaviour change: a study of food festival engagement and subsequent food choices", *Tourism Management*, 48: 84-99.

Smith, S. ve Costello, C., (2009). "Segmenting visitors to a culinary event: motivations, travel behavior and expenditures", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(1): 44-67.

Vujicic, M., Ristic, L. ve Vujicic, M., (2012). "Development strategy for festival-based food tourism in the Republic of Serbia", *Actual Problems of Economics*, 132 (6): 351-359.

OĞLAK YAYINLARI

Winter, C.P., (2021). "Heritage and tourism processes in the Sweet Milk Provincial Fest in Cañuelas, Argentina", *Revista Iberoamericana de Viticultura Agroindustria y Ruralidad*, 8 (23): 153-170.

Wu, H.C., Wong, J.W.C. ve Cheng, C.C., (2014). "An empirical study of behavioural intentions in the food festivals: the case of Macau", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19 (11): 1278-1305.

Zelený, J., Studnička, P. ve Vinš, Z., (2021). "Qualitative Photo-Based Analysis of Product Innovations in Culinary Tourism: Case of Traditional Food at Czech Culinary Events", *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 209: 421-433.

https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf, (Erişim Tarihi: 03.08.2021).

https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals, (Erişim Tarihi: 03.08.2021).

OĞLAK YAYINLARI

YİRMİ İKİNCİ BÖLÜM
MUTFAK ÇALIŞANLARI: SİSTEMATİK BİR DERLEME

Dr. Öğr. Üyesi Yener OĞAN[1]

1. GİRİŞ

Yiyecek içecek hizmetleri alanı, insan emeğine yoğun olarak ihtiyaç duyulan ve konuk beklentilerinin karşılanma düzeyi yüksek olan bir sektördür. Yiyecek içecek hizmeti sunan kuruluşlarda ise servis, bar ve mutfak bölümü olmak üzere ana bölümler yer almaktadır. Servis, bar ve mutfak ana bölümlerinin en önemli özelliği, yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ve sunulması süreçleri ile ilgili tüm işlemleri oluşturması olarak ifade edilebilir. Özellikle yiyecek içecek hizmeti sunan kuruluşların başarısında doğrudan etki eden bölümlerin başında, yiyeceklerle ilgili ürünlerin hazırlandığı alan olan mutfaklar gelmektedir. Mutfaklardaki iş ve işlem basamaklarının kusursuz bir şekilde gerçekleşmesinde ise mutfakta çalışan bireylere önemli görevler düşmektedir (Doğdubay ve Karan, 2017; Oğan, 2021). Bu sebeple, çalışma kapsamında yiyecek içecek hizmeti sunan kuruluşlarda görevli mutfak çalışanları ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların sistematik derleme yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. MUTFAK ÇALIŞANLARI

Mutfak, çeşitli yiyecek içecek ürünlerinin tedarik edildiği, depolandığı, hazırlandığı, pişirildiği ve sunumunun yapıldığı yer olarak tanımlamak mümkündür (Pulluk 2020). Dolayısıyla yiyecek ve içeceklerin hazırlanması ve sunulması ile ilgili tüm süreçler yiyecek içecek işletmelerinin mutfak organizasyonu bünyesinde gerçekleştirilmektedir. Bu süreçler satın alma, depolama, hazırlama, sunum, yıkama şeklinde sıralanan iş basamakları olarak sıralanabilmektedir. İş basamaklarının başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi için mutfak ortamının uygun ekipmanlarla donatılması gerekmekte olup, mutfakta çalışan bireylere ise önemli görevler düşmektedir (Sak, 2014). Dolayısıyla mutfak organizasyonunda görevli çalışanlarının işlerini doğru yapması ve sorumluluk sahibi olması gerekmektedir (Gisslen, 2019).

Mutfak organizasyonunda çalışan bireylerin özellikleri, yiyecek içecek işletmesini başarıya götürmede belirleyici bir faktördür (Çakır, 2010). Yine mutfak organizasyonunda çalışan bireylerin görevleri incelendiğinde ise aşçı başı, aşçı başı yardımcısı, şef aşçı,

1 Artvin Çoruh Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, oganyener@gmail.com, Orcid: 0000-0002-1523-8498

OĞLAK YAYINLARI

aşçı, kalfa, çırak, stajyer vb. pek çok farklı pozisyon bulunmakta olup, ekip çalışmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple mutfaklarda gerçekleşen yiyecek ve içeceklerin üretiminin her aşamasında standartlara uygunluğunun sağlanabilmesinde mutfak çalışanları ile ilgili görev dağılımı, sağlık bilgisi, iletişim, eğitim gibi pek çok konuda çalışmaların yapılması önem arz etmektedir.

3. YÖNTEM

Yiyecek içecek hizmeti sunan kuruluşlarda görevli mutfak çalışanları ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan sistematik derleme tekniğinden yararlanılmıştır. Dolayısıyla çalışmada incelenen konuya ilişkin bilgi ve belgeler birbiriyle uyumlu hale getirilerek anlamlı bir şekilde sunulmaya çalışılmıştır. Araştırma kapsamına, 2010 yılından itibaren "Tr Dizin" ve "Scopus" veri tabanlarında mutfak çalışanları ile ilgili yer alan çalışmalar dâhil edilmiştir. Sistematik derlemeye konu olan çalışmaların sosyal bilimler alanında yapılmış olması göz önünde bulundurulmuştur. Veri tabanlarında "mutfak", "çalışan", "personel", "aşçı", "şef", "culinary", "cuisine", "kitchen", "employees", "staff", "worker", "cooker" ve "chef" gibi anahtar sözcükler kullanarak ilgili çalışmalara ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan çalışmaların amaç, yöntem ve sonuç ile ilgili kısımları kendi içerisinde gruplandırılarak, sistematik açıdan derlenmektedir.

4. BULGULAR

4. 1. Tr Dizin Kapsamında Yer Alan Çalışmalar

Akgündüz (2013), konaklama işletmelerinde iş doyumu, yaşam doyumu ve öz yeterlilik arasındaki ilişkiyi çalışanlara anket uygulayarak incelemiştir. Çalışmada yapısal eşitlik modeli ile verileri analiz ederek iş doyumu, yaşam doyumu ve öz yeterlilik arasında anlamlı ilişkiler sonucuna ulaşmıştır. Akgündüz ve arkadaşları (2014), otel işletmelerinde çalışan iş görenlerin sosyal aylaklık (kaytarma) davranışlarına, işten ayrılma niyetleri ve aşırı rol yükü algılarının etkisini belirlemek amacıyla çalışanlara anket uygulamıştır. Verileri açıklayıcı faktör ve regresyon analizleri sonucunda aşırı rol yükü- zaman yetersizliği- algısının ve işten ayrılma niyetinin, çalışanların sosyal aylaklık davranışını artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Kılıç, Boz ve Koç (2016) çalışmalarında, Bodrum'da konaklama sektörü işletmelerinde çalışan personelin depresyon seviyeleri ve işten ayrılma niyetlerini incelemiştir. Anket tekniği uyguladıkları çalışmada, mutfak personelinin depresyon ve işten ayrılma niyetlerinin yüksek olduğunu tespit etmiştir. Yılmaz ve Sezgin (2017) çalışmalarında, Konya ilindeki mutfak çalışanlarının iş tatmin düzeylerini anket tekniğiyle ölçerek, istatistiki olarak analiz etmiştir. Çalışmada, beş yıldızlı otellerin

OĞLAK YAYINLARI

mutfak bölümünde çalışan personelin iş tatmini düzeylerinin, üç ve dört yıldızlı otellerin mutfak bölümünde çalışan personele göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Unur ve Pekerşen (2017) çalışmalarında, Türkiye'de faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan aşçıların, iş stresi ile toksik davranışları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Anket tekniğiyle topladıkları verilerin analizi sonucunda, iş stresinin toksik davranışlar ile pozitif yönlü anlamlı ilişki içinde olduğunu tespit ediliştir. Cankül, Kılıç ve Doğantekin (2018), yiyecek içecek işletmesi çalışanlarının algılamış oldukları örgütsel güven düzeylerinin örgütsel vatandaşlık ve iş performansı üzerinde etkisini incelemiştir. Araştırmada veriler anket tekniğiyle toplanmıştır. Çalışmada örgütsel güvenin, örgütsel vatandaşlık ve iş performansını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Baraz ve Atik (2018), anket uygulamasından yararlandıkları çalışmalarında otel işletmesinde çalışan bireylerin kariyer stratejilerini ve kariyer beklentilerini belirlemişlerdir. Çalışma kapsamında, personelin kariyer beklentilerinin stratejilerine olumlu yönde etki ettiği tespit edilmiştir. Kılıçhan ve Çalhan (2018) çalışmalarında, mutfak şeflerinin çalışma ortamından kaynaklı gerginlikleri ile iş-aile çatışmaları arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Çalışmada faktör, korelasyon ve doğrusal regresyon analizlerinden faydalanılmış olup, mutfak şeflerinin çalışma ortamı gerginlikleri ile iş-aile çatışmaları arasında pozitif bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Çetin, Boyraz ve Özer (2019) çalışmalarında, otel çalışanların iş motivasyonlarındaki farklılıkların belirlemiştir. Çalışma kapsamında ön büro ile mutfak çalışanları arasında motive olmama ve servis ile mutfak çalışanları arasında içe yansıtılan, bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Kurnaz (2019), çalışmasında mutfak çalışanlarının kronizm algısı ile iş tatmini ve işten ayrılma niyeti değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma verilerini korelasyon ve regresyon analizi ile test etmiş olup, kronizmin işten ayrılma niyeti ile pozitif yönlü bir ilişki, iş tatmini boyutu ile de negatif yönlü bir ilişki içinde olduğu sunucuna ulaşılmıştır. Aydemir ve Keleş (2019) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının algıladıkları liderlik davranışlarının sosyal kaytarma davranışları üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırmada verileri anket tekniğiyle toplanmış olup, her bir liderlik davranışının sosyal kaytarma davranışı üzerinde negatif yönlü anlamlı bir etki oluşturduğu tespit edilmiştir. Can ve Aykaç (2020) çalışmalarında, mesleki bağlılığın prososyal motivasyon davranışı üzerindeki rolünün incelemiştir. Verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmış olup, bağımsız örneklem t testi, Anova testi ve Tukey testlerinden yararlanılarak veriler analiz edilmiştir. Çalışma kapsamında mesleki bağlılığın prososyal motivasyon davranışı üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kendir (2020) çalışmasında, yiyecek-içecek departmanı çalışanlarında iş stresinin işten ayrılma niyetine etkisini incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladığı çalışmada, çalışanların iş stresi ve işten ayrılma

OGLAK YAYINLARI

niyeti arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Kaplan ve Bezirgan (2020) çalışmalarında, yemek firmalarında çalışan personele uygulanan personel güçlendirme faaliyetlerinin, personel memnuniyetine, kurum aidiyetine ve kurum içi imaja olan etkilerini incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları çalışmada, kurumsal aidiyet, personel memnuniyeti, genel kurum içi imaj ile pozitif ve anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Yukarıda bahsedilen çalışmalar incelendiğinde konaklama, otel veya yiyecek içecek işletmesinde çalışan bireyleri kapsadığı görülmektedir. Çalışmalara konu olan işletmelerde mutfak personeli örneklem gruplarının tamamı veya büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla mutfak bölümünde çalışan bireylerin örneklem grubu olarak seçilmesi mutfak bölümünün işletmelerin önemli bir parçası olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. Çalışmalarda anket formlarının kullanılması en sık tercih edilen veri toplama tekniği olarak dikkat çekmektedir. Anket formları yardımıyla mutfak personelinin, örgütsel faaliyetler ile ilişkisi ve etkisi gibi durumlar ölçülmektedir. Çalışmaların kapsamını ise mutfak personelinin iş ortamındaki rol, iş tatmini, motivasyon, liderlik, aidiyet, depresyon, stres, güven, çatışma, işten ayrılma, kariyer, mesleki bağlılık, imaj gibi örgütsel faaliyetler oluşturmaktadır.

Köse ve Bilici (2016) çalışmalarında, Ankara'da devlet üniversitesi yemekhanelerinde çalışan personelin geçirmiş olduğu iş kazaları ve maruz kaldıkları meslek hastalıklarını belirlemenin yanı sıra bireylerin beslenme durumunun iş stresi ile ilişkisini tespit etmiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları çalışmada, bireylerin bir kısmının solunuma bağlı ve alerjik semptomlar geçirdiği, ellerinde egzama ile ilgili semptomlar bulunduğu ve kas iskelet sistemi ağrıları yaşadığını belirlenmiştir. Ayrıca bireylerin iş yükü ile günlük toplam enerji alımı, protein ve yağ arasında anlamlı negatif yönde korelasyon bulunmuştur. Özçakmak ve Gül (2016), Samsun ilinde yemek üretim ve dağıtımı yapan işletmelerde mutfak çalışanı ve yöneticilere anket uygulayarak, mevcut koşulları ve çalışan personelin iyi hijyen uygulamaları profilini belirlemiştir. Çalışma kapsamında temizlik, hijyen, sanitasyon gibi konularda eksikliklerin olduğu ve mevcut durumun iyileştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir. Ayrıca etkin bir gıda güvenliği yönetim sistemi kurulması ile tehlike ve risk faktörlerinin kontrol altına alınmasının gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır. Başer, Abubakirova, Şanlıer ve Çil (2016) çalışmalarında, Türkiye ve Kazakistan'daki 4-5 yıldızlı otellerde çalışan servis ve mutfak personelinin gıda güvenliğine ilişkin bilgi düzeylerini, tutum ve davranışlarını incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları çalışmada çalışanların gıda güvenliği genel bilgi düzeyi açısından fark olmadığı ancak Türkiye'de personelin gıda güvenliğine ilişkin tutum ve davranışının daha olumlu

OĞLAK YAYINLARI

olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Taştan ve Göksal (2020) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının iş sağlığını ve güvenliğini etkileyen psikososyal riskleri incelemiştir. Çalışmada veriler görüşme tekniğinden yararlanılarak toplanmıştır. Çalışanların iş ortamındaki fiziksel, kimyasal ve biyolojik risklerin farkında olduklarını ancak psikososyal risklerin farkındalıklarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Kemer ve Etyemez (2020) çalışmalarında, şef aşçı pozisyonundaki bireylerin mutfak çalışanlarının kişisel hijyen uygulamalarını nasıl yönettiklerini belirlemiştir. Görüşme yöntemi kullanılarak veri topladıkları çalışmada el ve tırnak hijyeni (eldiven kullanımı), sakal tıraşı, saç bakımı, banyo, kıyafetlerin temizliği ve kullanılan önlüğün temizliği gibi unsurların kişisel hijyen yönetiminde en çok dikkat edilen hususlar olduğu belirtilmiştir.

Yukarıda gruplandırılan çalışmaların ortak özellikleri dikkate alındığında mutfak personelinin gıda güvenliği, hijyen uygulamaları, iş güvenliği, kişisel hijyen gibi sağlık ile ilgili yönlerini araştırdığı görülmektedir. Verilerin toplanmasında anket tekniği ve görüşme yöntemine başvurulmuştur. Çalışmalar kapsamında personelin tutum ve davranışları, bilgi düzeyleri, meslek hastalıkları gibi yönleri ele alınmıştır.

Erdem ve Kemer (2016), dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan mutfak personeli ve aşçılık alanında yükseköğrenim gören öğrencilerin, moleküler gastronomi konusundaki bilgi ve görüşlerini belirledikleri çalışmalarında anket uygulaması yapmıştır. Öğrencilerin mutfak çalışanlarına oranla moleküler gastronomi konusunda bilgi ve görüşlerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sipahi ve Pekerşen (2020) çalışmalarında, Bursa ilinde beş yıldızlı otellerde çalışan aşçıların moleküler gastronomi konusundaki bilgi ve görüşlerini incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları çalışmada, aşçıların moleküler mutfak ile ilgili bilgi sahibi oldukları, moleküler gastronomiye yönelik tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Her iki çalışmada da veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışmaların yeni bir akım olarak kabul edilen moleküler gastronomi alanı ile ilgili mutfak personelinin bilgi düzeyinin ölçülmesine yönelik olduğu görülmektedir.

Seçilmiş, Kodaş ve Kodaş (2017) çalışmalarında, Eskişehir ilindeki mutfak çalışanları özelinde örgütsel öğrenme yetenekleri ile yaratıcılık süreci aşamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada veriler anket tekniği ile toplanmış olup, mutfak çalışanlarının örgütsel öğrenme yetenekleri yaratıcılık süreçlerini olumlu etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bayındır ve Demir (2019), mutfak şeflerinin yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörleri belirlemiştir. Araştırmada mutfak şeflerine anket tekniği uygulanarak veriler elde edilmiş ve açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda

OĞLAK YAYINLARI

yönetsel uygulama, teknolojik araç ve konuk beklenti faktörlerinin yenilikçi davranış arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmalar incelendiğinde, mutfak organizasyonundaki yenilikçi ve yaratıcılık unsurlarına yönelik olduğu görülmektedir. Verilerin anket tekniği ile toplandığı bu çalışmalarda mutfak personelinin yaratıcılık düzeyinin ve yenilikçi davranışlarının önemli olduğu görülmektedir.

Cankül, Temizkan ve Cankül (2017), çalışmalarında, kadın mutfak çalışanlarının işte var olamama (presenteeism) düzeyleri belirlenmiş ve demografik özelliklere göre farklılıkları tespit etmiştir. Anket tekniğiyle topladıkları verilere bağımsız örneklem t testi ve varyans analizi (anova) uygulamıştır. Çalışma sonucunda kadın mutfak çalışanlarının işte var olamama (presenteeism) düzeyleri ile demografik değişkenler arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup, işte var olamama (presenteeism) düzeyinin artmasında en fazla örgütsel faktörlerin etkili olduğuna ulaşılmıştır. Çelik ve Şahingöz (2018) çalışmalarında, kadın mutfak çalışanların çalışma ortamında yaşadığı temel sorunların belirlenmesi ve çözüm önerilerinin getirilmesini amaçlamıştır. Türkiye Aşçılar Federasyonuna (TAFED) üye olan kadın aşçılara anket uygulayarak topladıkları verilere ki-kare analizi yapılmıştır. Çalışmada kadın mutfak çalışanlarına yönelik ön yargılı ve ayrımcı bir yaklaşım sergilendiği ve daha düşük işlerde çalıştırıldıkları tespit edilmiştir.

Bu çalışmaların ortak özelliğini kadın mutfak personeli oluşturmaktadır. Kadın mutfak personellerinden anket tekniğiyle çalışma verileri toplanmıştır. Çalışma kapsamında kadın mutfak personelinin iş ortamında yaşadığı sorunların olduğu ifade edilmektedir.

Özel ve Cömert (2015), Ankara ilinde beş yıldızlı otellerin mutfağında çalışan bireyler üzerine yaptığı çalışmalarında mutfak çalışanlarının mutfak planlaması konusuna göstermiş oldukları önemi ve mutfak konusundaki bilgi düzeylerini tespit etmiştir. Anket tekniği yardımıyla topladıkları verilerin analizinde tek yönlü varyans analizi ve bağımsız gruplarda t-testi uygulamıştır. Mutfak çalışanlarının algı puanlarında yaşa göre anlamlı bir fark olduğu, cinsiyet ve eğitim durumlarına göre ise anlamlı bir fark bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kayış ve Yaman (2018) çalışmalarında, anket tekniği ile sektör temsilcilerinden verileri toplayarak, turizm sektöründe yabancı peynirlere alternatif bir ürün olarak geleneksel Türk peynirlerinin yer alma durumunu incelemiştir. Çalışmada yerel peynirlerin kültürel, lezzet ve sunum açısından tercih edilmesi ile ilgili olumlu görüşlerin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hazarhun ve Koçak (2019) çalışmalarında, mutfak şeflerinin menü planlaması konusundaki düşüncelerini incelemiştir. Çalışmada veriler yüz-yüze görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Çalışmada menü planlama sürecinin önemli

OĞLAK YAYINLARI

olduğu, maliyet ve satışların menü planlamayı etkilediği ve menü planlamada konuk isteklerinin dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Aslan ve Pekerşen (2019) çalışmalarında, sektör başarısı ile aşçılık eğitimine yönelik düşünceleri ilişkilendirerek incelemiştir. Çalışma kapsamında veriler anket tekniği yardımıyla elde edilmiştir. Çalışmada, aşçılık eğitiminin sektör başarısında olumlu yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Arıkan, Arman ve Şahin (2019) çalışmalarında, mutfak departmanında çalışan bulaşıkhane personeli ile mesleğin yapısı ve mesleki engeller üzerine görüşmeler yaparak çözüm önerileri getirmeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında bulaşıkhane şefleri ile görüşmeler yapılmış olup, içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada bulaşıkhane çalışanlarının eğitimli olması gerektiği tespit edilmiştir. Yine çalışanların mesleğe personel kabulünün kolay, hizmet içi eğitim ve denetiminin yetersiz olduğu ve toplumsal statüye ilişkin algının da düşük olduğu çıktıları elde edilmiştir. Atasağun (2020) çalışmasında, aşçıların üniforma tercihlerini ve şef ceketlerinin performans ve konfor özelliklerinden memnuniyetlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Anket tekniğiyle ile verilerin toplandığı çalışmada pamuklu, beyaz renkli, uzun kollu, çıtçıt kapamalı ve mandarin yakalı ceketlerin daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Aşçıların ceket tercihinde kumaşın kaşındırmamasının ve giyip çıkarma kolaylığının önemli olduğu ancak koruyuculuk, kirlenme dayanımı, emicilik ve esneklik durumlarından memnuniyet düzeyinin düşük olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Yukarıda bahsedilen çalışmaların aşçılık eğitimi, menü planlama, mutfak planlaması, bulaşıkhane görevlileri, aşçıların üniforma tercihi ve mutfak personellerinin çeşitli yönlerine vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmaların ortak özellikleri ise verilerin toplanmasında anket tekniğinin tercih edilmesidir.

4. 2. Scopus Kapsamında Yer Alan Çalışmalar

Young ve Corsun (2010) çalışmalarında, aşçıların işten ayrılma davranışlarını incelemiştir. Anket tekniği kullanarak topladıkları çalışmada mutfak koşulları, iş talepleri, yönetimin beklentileri, iş tatmini ve iş kazalarının, işten ayrılmada etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Suhairom ve arkadaşları (2017) çalışmalarında, bireylerin mezuniyetten sonra çalışma ortamındaki deneyimlerini incelemiştir. Çalışmada beş yıl ve altı mesleki deneyime sahip olan çalışanlardan, mülakat tekniği ile veriler toplanmıştır. Çalışma kapsamında okul hayatından sonra iş hayatında zorluklarla karşılaşıldığı ve okul ortamında iş hayatına hazırlığın etkin bir şekilde yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Deeb ve arkadaşları (2020) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının iş performansı ile iş baskısı, kariyer yapma, çalışma ortamı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Anket tekniği ile toplanan verilere, regresyon analizi uygulamıştır. Çalışmada mutfak çalışanlarının

OGLAK YAYINLARI

performansını ve konuk memnuniyetini artırabilecek en iyi çalışma ortamının sağlanması gerektiğini belirtmiştir. Gray ve Farrell (2021) çalışmalarında, konaklama işletmelerindeki mutfak çalışanları eksikliğini incelemiştir. Anket ve görüşme tekniği ile verileri topladıkları çalışmada, mesleki eğitim faydaları ve şef çırak ilişkisinin önemli olduğunu belirtmiştir. Farrer (2021) çalışmasında, göçmenlerin aşçılık mesleği alanı arasındaki durumunu ile bağlantısı etnografik olarak incelemiştir. Çalışmada mutfakla ilgili işlerin göçmenler için fırsatlar yarattığı ve kariyerlerinde etkili olabileceği ifade edilmektedir. Yeh ve Huan (2017) çalışmalarında, mutfak çalışanlarında yaratıcılığı etkileyen faktörleri incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları çalışmada, işletmelerin mutfak çalışanlarının yaratıcılığı konusunda destekleyici ve yardımcı olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmaların konuları incelendiğinde mutfak personeli ile ilgili işten ayrılma, mesleki deneyim, kariyer, iş performansı, yaratıcılık, stres gibi örgütsel kaynaklı yönleri şeklinde olduğu görülmektedir. Çalışmalarda anket, görüşme, etnografik gibi farklı tekniklerle veriler toplanılmasına başvurulmuştur. Dolayısıyla verilerin toplanma şekillerine bağlı olarak çalışmalarda farklı analiz teknikleri uygulanarak çeşitli sonuçlara ulaşılmaya çalışmıştır.

Gleeson (2012) çalışmasında, restoran çalışanlarının hastalık, yaralanma gibi sağlık konusundaki tutumlarını incelemiştir. Çalışma kapsamında mutfak personelinin koruyucu ekipman kullanımı, ekonomik ihtiyaçları, iş ortamındaki özerklikleri ve hastalık-yaralanma durumlarına karşı korunma şekli ile ilgili tutumları tespit edilmiştir. Lee ve Kim (2014) çalışmalarında, okul yemekhanelerinde HACCP uygulamalarını anket tekniğiyle incelemişlerdir. Çalışma kapsamında okullardaki mutfak çalışanlarının eğitimi ile bilgi düzeyi arasında olumlu ilişki olduğu ve okullardaki hijyen uygulamalarının geliştirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Subramaniam ve Murugesan (2015) çalışmalarında, erkek mutfak çalışanlarının eklem rahatsızlıklarını incelemiştir. Araştırmaya katılan mutfak çalışanlarının çalışma ortamının ergonomik açıdan uygun olmadığı ve eklem rahatsızlıkları açısından tehlikeli bir ortamın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Jeong (2015) çalışmasında, mutfak çalışanlarının pişirme işlemlerinden kaynaklı yaralanmalarını incelemiştir. Pişirme işlemleri ile yaralanmaları tasnifleyerek analizini yaptığı vakalar sonucunda, sistematik önleyici politikalar oluşturularak pişirme işlemine göre kazaların azaltılabileceğini ifade etmiştir. Oliveira ve arkadaşları (2020) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının pişirme esnasındaki dumana maruz kalmalarını incelemiştir. Çalışmada bu dumanlara maruz kalan mutfak çalışanlarının, yüksek düzeyde sağlık riskleri ile karşı karşıya oldukları belirtilmiştir. Park, Lee ve Lee (2021) çalışmalarında, eklem rahatsızlıklarının sıklıkla

OĞLAK YAYINLARI

görüldüğü mutfak çalışanlarını incelemiştir. Çalışmada eklem rahatsızlıklarını önlemek için dinlenme molalarının daha sık ve fazla verilmesi gerekliliği sonucuna varılmıştır. Eren ve arkadaşları (2021) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının gıda alerjisi ile ilgili tutum ve davranışlarını incelemiştir. Anket tekniği ile verileri topladıkları araştırmada, mutfak çalışanlarının gıda alerjisine olumlu tutum ve davranışların olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada gıda alerjisi konusunda eğitsel faaliyetlerin gerekliliğine dikkat çekmişlerdir.

Yukarıda yer alan çalışmaların ortak yönleri, mutfak personelinin sağlığı ile ilgili unsurları incelemesidir. Bunlar sağlık tutumu, hijyen bilgisi, eklem rahatsızlıkları, iş kazaları gıda alerjisi olarak sıralamak mümkündür. Çalışmalarda anket, vaka analizi gibi tekniklerle verilere toplanmıştır. Çalışma sonuçlarından anlaşılacağı üzere mutfak personeli ve sağlık ile ilgili konular arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır.

Haddaji ve arakadaşları (2017) çalışmalarında, kadın mutfak çalışanlarının zorlukları ve başarı faktörlerini incelemiştir. Çalışma kapsamında kadınların karşılaştığı engel ve zorluklar, toplumsal cinsiyet algıları ve iş-yaşam dengesi olarak öne çıkmıştır. Gvion (2019) çalışmasında, etnik ve profesyonel kimliklikleri incelemiştir. Çalışmada, Filistinli şeflerin etnik kimliklerinin profesyonel kimlikten daha fazla önem verildiği ve etnik kimliğin mesleki olarak engel olduğu yönlerine vurgu yapılmaktadır. Gvion ve Leedon (2019) çalışmalarında, İsrailli kadın mutfak çalışanlarının profesyonel aşçılığı nasıl yorumladıklarını incelemiştir. Kadınların erkeklere oranla daha iyi aşçı olabileceği; saygı, empati ve duygusal açıdan güçlü yönleri ile profesyonel aşçılığa katkısı olacağını belirtmiştir.

Bu çalışmaların kadın mutfak personeli ve etnik kimlik üzerine olduğu görülmektedir. Dolayısıyla çalışmalarda kadınlar ile etnik kimliklerinin çalışma ortamındaki sorunlar, engeller, zorluklar ile ilgili durumları ifade edilmektedir.

Dallinger ve Magnini (2017) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının hazır gıda ürünlerinin kullanımına yönelik görüşlerini incelemiştir. Çalışma kapsamında veriler anket tekniğiyle toplanmış olup, hazır gıda ürünlerinin kullanımının getirdiği zaman ve işçilik maliyet tasarruflarının avantajlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öztürk ve Akoğlu (2020) çalışmalarında, yiyecek içecek işletmelerin yerel gıdalar ile ilgili uygulamaları incelemek amacıyla mutfak çalışanlarının görüşlerine yer vermiştir. Çalışmada işletmelerin yerel gıdalara yer verdikleri ancak bunu sürdürülebilir gıda bilinciyle yapmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmaların ortak yönü verilerin anket tekniğiyle toplanılması olup, mutfak personelinin hazır gıda ve yerel gıda ürünlerine yönelik görüşlerinin incelenmesi oluşturmaktadır.

OĞLAK YAYINLARI

Mabaso ve Hewson (2018) çalışmalarında, mutfak çalışanlarının mutfaklardaki gıda israfına bakışını incelemiştir. Vaka çalışması yönteminden yararlandıkları çalışmada, otellerde gıda israfının yönetiminde faydalı ve uygulanabilir olabilecek bir kavramsal çerçeve önerilmektedir. Ko ve Lu (2020), gıda israfı ile ilgili yapmış oldukları çalışmada sırasıyla gıda israfında mutfak çalışanlarının tutum, bilgi ve becerilerinin etkili olduğunu tespit etmiştir. Her iki çalışmanın ortak özelliği gıda israfı konusu ile ilgili olmasıdır.

Çalışmalarda vaka incelemesi ve anket tekniği gibi farklı yöntemler uygulanmıştır. Son yıllarda gıdaların israfı önemli konuların başında gelmektedir. Dolayısıyla ilgili çalışmalarda gıda israfı farklı yönleriyle ele alınmakta ve gıdalarda israfın önlenmesini amaçlanmaktadır.

Moore ve arkadaşları (2012) çalışmalarında, yiyecek içecek servisi çalışanlarının işe başlamadan önce, iş esnasında ve iş sonrasındaki alkol kullanım durumlarını görüşmeler yaparak incelemiştir. Çalışma kapsamında iş sonrasında alkol kullanımının yaygın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma ise diğer çalışmalardan konu özelinde farklı olup, mutfak personelinin alkol kullanımı ile çalışma saatleri arasındaki durumu incelenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacını, yiyecek içecek hizmeti sunan kuruluşlarda görevli mutfak çalışanları ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların sistematik derleme yöntemiyle incelenmesi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamına 2010 yılından itibaren "Tr Dizin" ve "Scopus" veri tabanlarında mutfak çalışanları ile ilgili yer alan çalışmaların amaç, yöntem ve sonuç ile ilgili kısımları kendi içerisinde gruplandırılarak sistematik açıdan derlenmiştir. Araştırma kapsamında ulaşılan sonuç ve öneriler aşağıda ifade edilerek açıklanmaktadır.

Veri tabanlarında çalışmaların amaç bakımından önemli bir bölümünü; iş tatmini, motivasyon, liderlik, aidiyet, depresyon, stres, güven, çatışma, işten ayrılma, kariyer, mesleki bağlılık, mesleki deneyim, imaj gibi örgütsel faaliyetler oluşturmaktadır. Örgütsel faaliyetleri gıda güvenliği, iş güvenliği, iş sağlığı, hijyen uygulamaları gibi sağlık ile ilgili konuları takip etmektedir. Çalışmalarda kadınlar, gıda israfı, moleküler gastronomi, mutfak planlaması, gıda ürünleri ile ilgili birden çok çalışma yer almaktadır. Ayrıca bulaşıkhane görevlisi, aşçı üniforması, mutfak personelinin alkol kullanımı gibi spesifik konular ile ilgili çalışmalar yer almaktadır. Dolayısıyla çalışmaların büyük bir bölümü belirli konular üzerine yoğunlaşmakta iken bazı konular üzerine ise sınırlı sayıda çalışmalar bulunmaktadır. Bu sebeple amaç bakımından farklı ve çeşitli konular üzerine çalışmaların yapılması gerektiği düşünülmektedir.

OSLAK YAYINLARI

Veri tabanlarında yer alan çalışmalarda yöntem olarak en fazla anket tekniği ile verilerin toplandığı gözlenmektedir. Anket tekniğini ise görüşme yöntemi tekniği takip etmektedir. Yine etnografik, vaka incelenmesi gibi farklı yöntemlerle verilerin toplandığı çalışmalar da yer almaktadır. Verilerin analizinde ise en fazla regresyon, korelasyon gibi etki ve ilişki düzeylerini ölçmeye yönelik testler tercih edilmiştir. Dolayısıyla çalışmalarda anket tekniğinin fazla kullanılması ve benzer analiz tekniklerinin kullanılması, çalışmalarda birbirine yakın sonuçlara ulaşılmasını sağlamaktadır. Bu sebeple çalışmalarda farklı veri toplama teknikleri ile analiz yöntemlerinden faydalanması, çalışmaların farklı yönleri ortaya çıkararak daha etkili sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

Veri tabanlarında yer alan çalışmaların sonuçları incelendiğinde en fazla mutfak çalışanlarının bilgi düzeyleri, tutumları, davranışları, sorunları üzerine odaklandığı görülmektedir. Dolayısıyla mutfak çalışanlarının görüşleri çalışmalarda önemli bir yer tutmaktadır. Mutfak çalışanları görüşlerinin yanı sıra çalışmalarda örnek olay incelemesi, karşılaştırmalar yapılması gibi durumlara yer verilerek daha güvenilir sonuçlara ulaşılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Akgündüz, Y., (2013). "Konaklama İşletmelerinde İş Doyumu, Yaşam Doyumu ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkinin Analizi". *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 180 - 204.

Akgündüz, Y., Akdağ, G., Güler, O. ve Sünnetçioğlu, S., (2014). "Işten Ayrılma Niyeti ve Aşırı Rol Yükünün Otel Çalışanlarının Sosyal Aylaklık Davranışlarına Etkisi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(4), 515 - 536.

Arıkan, E., Arman, A. ve Şahin, S., (2019). "Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Mutfağında Çalışan Bulaşık Personeli Yöneticilerinin Mesleklerine İlişkin Algıları ve Mesleğin Profesyonelleşmesine Yönelik Bir Değerlendirme". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(2), 1042 - 1056. Doi: 10.21325/jotags.2019.407

Aslan, N. ve Pekerşen, Y., (2019). "Aşçılık Eğitimi ve Sektör Başarısı Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Çalışan Aşçılar Üzerine Bir Araştırma". *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 93 - 122. Doi: 10.18026/cbayarsos.472843

Atasağun, H. G., (2020). "Perspectives of Chefs on Performance and Comfort Properties of Their Chef Jackets". *Tekstil ve Mühendis*, 27(118), 91 - 97. Doi: 10.7216/1300759920202711805

Aydemir, K. Ve Keleş, Y., (2019). "Lider Davranışlarının Sosyal Kaytarma Üzerindeki Etkisi: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Departmanı Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3303 - 3317. Doi: 10.21325/jotags.2019.530

Baraz, A. B. Ve Atik, E., (2018). "Otel Çalışanlarının Kariyer Beklentilerinin Kariyer Stratejilerine Etkisi ve Pozitif İlişkisel Yönetim İle İlişkisi". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Der-*

OGEK YAYINLARI

gisi, 0(32), 1-17.

Başer, F., Abubakirova, A., Şanlıer, N. ve Çil, B., (2016). "4-5 Yıldızlı Otellerdeki Servis ve Mutfak Personellerinin Gıda Güvenliğine İlişkin Bilgi, Tutum ve Davranışları: Türkiye ve Kazakistan Karşılaştırması". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(3), 23 - 37.

Bayındır, M. S. ve Demir, M., (2019). "Otel İşletmelerinde Mutfak Şeflerinin Yenilikçi Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Antalya Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1689 - 1710. Doi: 10.21325/jotags.2019.443

Can, M. ve Aykaç, E., (2020). "Mesleki Bağlılığın Prososyal Motivasyon Davranışı Üzerindeki Rolü: Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1836 - 1854. Doi: 10.21325/jotags.2020.637

Cankül, D. Kılıç, İ. ve Doğantekin, A., (2018). "Restoran Çalışanlarının Algılamış Oldukları Örgütsel Güven Düzeylerinin Örgütsel Vatandaşlık ve İş Performansına Etkisi: Eskişehir Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 372 - 389. Doi: 10.21325/jotags.2018.193

Cankül, D., Temizkan S. P. ve Cankül, I., (2017). "Yiyecek İçecek İşletmelerinde İşte Varolamama (Presenteeism)". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 326 - 346.

Çakır, M., (2010), "Otel İşletmelerinin Mutfak Bölümünde İstihdam Edilen Personelin Eğitim Sürecinin Değerlendirilmesi: İstanbul'daki 5 Yıldızlı Zincir Otellere Yönelik Bir Alan Çalışması", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Çelik, M. ve Şahingöz, S. A., (2018). "İş Yaşamında Cinsiyet Ayrımcılığı: Kadın Aşçılar Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 0(3), 370 - 383. Doi: 10.21325/jotags.2018.261

Çetin, A., Boyraz, M. ve Özer, S., (2019). "Otel Çalışanların İş Motivasyonu ve Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşması: Denizli Şehir Otellerinde Bir Araştırma". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 601 - 614.

Dallinger, I., ve Magnini, V. P., (2017). "Chefs' Perceptions of Using Convenience Food Products Versus Scratch Cooking". *Journal of Foodservice Business Research*, *20*(1), 34-49. doi:10.1080/15378020.2016.1192892

Deeb, A., Alananzeh, O. A., Tarhini, A. ve Masa'deh, R., (2020). "Factors Affecting Job Performance: The Case of Jordanian Hotels' Kitchen Staff". International *Journal of Public Sector Performance Management*, 6(3), 340-360. doi:10.1504/ijpspm.2020.107766

Doğdubay, M. ve Karan, İ., (2017). "Otel Mutfaklarında Sistematik İşyeri Düzenleme Planı (SİDP) Modelinin Uygulanması". *Aydın Gastronmy Dergisi*, 1 (1).

Erdem, Ö. ve Kemer, A. K., (2016). "Mutfaktaki Yeni Eğilimlerden Olan Moleküler Gastronomi Konusunda Ankara İlindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Mutfak Personeli ile Aşçılık Alanında Yükseköğrenim Gören Öğrencilerin Bilgi ve Görüşlerinin Belirlenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 3 - 16.

Eren, R., Çetin, M., Eren, A., ve Çetin, K., (2021). "Food Allergy Knowledge, Attitude, and Practices of Chefs in Resort Hotels in Turkey". International *Journal of Gastronomy and Food Science*, *24* doi:10.1016/j.ijgfs.2021.100345

Farrer, J., (2021). "From Cooks to Chefs: Skilled Migrants in A Globalising Culinary Field". *Journal of*

OGLAK YAYINLARI

Ethnic and Migration Studies, 47(10), 2359-2375. doi:10.1080/1369183X.2020.1731990

Gisslen, W., (2019). Profesyonel Aşçılık. (Ed: Denizci, E.), 8. Baskı, Nobel Yaşam, Ankara.

Gleeson, S., (2012). Leveraging Health Capital At The Workplace: An Examination Of Health Reporting Behavior Among Latino İmmigrant Restaurant Workers In The United States. *Social Science and Medicine. 75*(12), 2291-2298. doi:10.1016/j.socscimed.2012.08.031

Gray, E., ve Farrell, K. G., (2021). "Perceptions of Culinary Education and Chef Apprenticeships in Ireland". *Higher Education, Skills and Work-Based Learning, 11*(1), 228-240. doi:10.1108/HESWBL-06-2019-0083

Gvion, L., (2019). "Why Can't Palestinian Chefs Penetrate The Boundaries Of Upscale Dining İn Israel?" *Ethnicities, 19*(6), 1082-1100. doi:10.1177/1468796819840748

Gvion, L. ve Leedon, N., (2019). "Incorporating The Home into The Restaurant Kitchen: The case of Israeli Female Chefs". *Food and Foodways, 27*(4), 296-315. doi:10.1080/07409710.2019.1673013

Haddaji, M., Albors-Garrigós, J. ve García-Segovia, P., (2017). "Women Chefs' Experience: Kitchen Barriers and Success Factors". International *Journal of Gastronomy and Food Science, 9*, 49-54. doi:10.1016/j.ijgfs.2017.06.004

Hazarhun, E. ve Koçak, Y., (2019). "Manisa İlindeki Otel İşletmelerinde Otel Şeflerinin Menü Planlamasına Bakış Açılarının Değerlendirilmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1549 - 1572. Doi: 10.21325/jotags.2019.435

Jeong, B. Y., (2015). "Cooking Processes and Occupational Accidents in Commercial Restaurant Kitchens". *Safety Science, 80*, 87-93. doi:10.1016/j.ssci.2015.07.014

Kaplan M. A. ve Bezirgan, M., (2020). "Toplu Yemek Firmalarında Uygulanan Personel Güçlendirmenin, Personel Memnuniyeti, Kurum Aidiyeti ve Kurum İçi İmaja Olan Etkisinin Belirlenmesi". İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(1), 413 - 428. Doi: 10.20491/isarder.2020.852

Kayış, V. ve Yaman, H., (2018). "Turizm Sektöründe Yabancı Menşeili Peynirlere Alternatif Olarak Geleneksel Türk Peynirlerinin Yer Almasına İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 105 - 124. Doi: 10.21325/jotags.2018.177

Kemer E. ve Etyemez, S., (2020). "Otel İşletmeleri Mutfaklarında Kişisel Hijyen Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Çalışma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 1787 - 1801. Doi: 10.21325/jotags.2020.634

Kendir, H., (2020). "Otel İşletmesi Çalışanlarında İş Stresinin İşten Ayrılma Niyetine Etkisinde Görev Yapılan Departmanın Moderatör Rolü". İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(4), 3421 - 3432. Doi: 10.20491/isarder.2020.1049

Kılıç, R., Boz, H. ve Koç, E., (2016). "Depression and Turnover Intention Among Hotel Employees". *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi,* 14(1), 318 - 331.

Kılıçhan, R. ve Çalhan, H., (2018). "Mutfak Şeflerinin İşten Kaynaklı Gerginlikleri ile İş-Aile Çatışmaları Arasındaki İlişki". *Tarihin Peşinde Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 20(20), 463 - 476.

Ko, W. ve Lu, M., (2020). "Evaluation of the Professional Competence of Kitchen Staff to Avoid Food Waste Using The Modified Delphi Method". *Sustainability (Switzerland), 12*(19), 1-11.

OĞLAK YAYINLARI

doi:10.3390/su12198078

Köse, S. ve Bilici, S., (2016). "Mutfak ve Yemekhane Çalışanlarında İş Sağlığı ve Güvenliği Risklerinin Değerlendirilmesi". *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 44(3), 239 - 247.

Kurnaz, A. (2019). "Mutfak Departmanında Kronizmin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Marmaris Örneği". Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 3(3), 453 - 470. Doi: 10.26677/TR1010.2019.172

Lee, Y. J. & Kim, S. H. (2014). "Survey on Sanitary Knowledge Level and Degree of HACCP Practice in Culinary Staff Employed in ELementary, Middle, and High Schools in Chungnam Province". *Journal of Nutrition and Health*, 47(4), 300-312. doi:10.4163/jnh.2014.47.4.300

Mabaso, C. H., ve Hewson, D. S., (2018). Employees' Perceptions of Food Waste Management İn Hotels". *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4) Retrieved from www.scopus.com

Moore, R. S., Ames, G. M., Duke, M. R. ve Cunradi, C. B., (2012). "Food Service Employee Alcohol Use, Hangovers And Norms During And After Work Hours". *Journal of Substance use*, 17(3), 269-276. doi:10.3109/14659891.2011.580414

Oğan, Y., (2021). "Mutfak Çalışanlarının Yaratıcılık Algı Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma". *Fiscaoeconomia*, 5(2), 756-768. doi: 10.25295/fsecon.891984

Oliveira, M., Capelas, S., Delerue-Matos, C., Pereira, I. B., ve Morais, S., (2020). "*Assessment of urinary 1-hydroxypyrene and 3-hydroxybenzo(a)pyrene in barbecue grill workers*" doi:10.1007/978-3-030-41486-3_38

Özçakmak, S. ve Gül, O., (2016). "Samsun'da Catering Hizmet Sektörünün İyi Hijyen Uygulamaları Profili". *Türk Tarım* - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, 4(11), 1031 - 1038.

Özel, K. ve Cömert, M., (2015). "Otel İşletmeleri Mutfak Çalışanlarının Mutfak Planlaması İle İlgili Bilgi Düzeylerinin Belirlenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 48 - 55.

Öztürk, S. B. Ve Akoğlu, A., (2020). "Assessment of Local Food Use in The Context Of Sustainable Food: A Research in Food and Beverage Enterprises in İzmir, Turkey". International *Journal of Gastronomy and Food Science*, *20* doi:10.1016/j.ijgfs.2020.100194

Park, S., Lee, J., ve Lee, J., (2021). "Insufficient Rest Breaks at Workplace and Musculoskeletal Disorders Among Korean Kitchen Workers". *Safety and Health at Work*, doi:10.1016/j.shaw.2021.01.012

Pulluk, E., (2020). Mutfak Bilgisi. (Ed: Yener Oğan) Yiyecek İçecek Hizmetleri. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Sak, G., (2014). "Mutfak Tasarımında Modüler Sistemlerin Kullanıcı Ergonomisi Açısından Değerlendirilmesi *(Basılmamış Yüksek Lisans Tezi)"*. İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Seçilmiş, C., Kodaş, B. ve Kodaş, D., (2017). "Örgütsel Öğrenme Yeteneği ve Yaratıcılık Süreci İlişkisi: Eskişehir'deki Mutfak Çalışanları Üzerine Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 150 - 167.

Sipahi, O. R. ve Pekerşen, Y., (2020). "Bursa İli 5 Yıldızlı Şehir Otellerinde Çalışan Aşçıların Moleküler Gastronomi Konusundaki Görüşlerinin Belirlenmesi". Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), 181 - 201. Doi: 10.26677/TR1010.2020.307

OĞLAK YAYINLARI

Subramaniam, S. ve Murugesan, S., (2015). "Investigation of Work-Related Musculoskeletal Disorders Among Male Kitchen Workers in South India". International *Journal of Occupational Safety and Ergonomics, 21*(4), 524-531. doi:10.1080/10803548.2015.1096063

Suhairom, N., Musta'amal, A. H., Ismail, S., Wahid, N. H. A., Hamid, M. Z. A., Ali, D. F. ve Jambari, H., (2017). "A Qualitative Study Of School-To-Work Transition Experience Of New Culinary Graduates Towards A Sustainable Growth İn The Profession". Advanced *Science Letters, 23*(8), 7407-7411. doi:10.1166/asl.2017.9486

Unur K. ve Pekerşen, Y., (2017). "İş Stresi İle Toksik Davranışlar Arasındaki İlişki: Aşçılar Üzerinde Bir Araştırma". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 108 - 129.

Taştan, H. ve Göksal, S., (2020). "Turizm Endüstrisinde Çalışan Mutfak Personellerinin Algıladıkları Psikososyal Risklerin Tespit Edilmesi: Mersin Otellerinde Bir Araştırma". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 1016 - 1032. Doi: 10.21325/jotags.2020.593

Yeh, S.. ve Huan, T., (2017). "Assessing the Impact of Work Environment Factors on Employee Creative Performance Of Fine-Dining Restaurants". *Tourism Management, 58*, 119-131. doi:10.1016/j.tourman.2016.10.006

Yılmaz, M. ve Sezgin, A. E. C., (2017). "Konya İlinde Faaliyet Gösteren Üç, Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Mutfak Personelinin İş Tatmin Düzeyinin İncelenmesi". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 160 - 171

Young, C. A. ve Corsun, D. L., (2010). "Burned! The Impact of Work Aspects, Injury, and Job Satisfaction on Unionized Cooks' Intentions to Leave the Cooking Occupation". *Journal of Hospitality and Tourism Research, 34*(1), 78-102. doi:10.1177/1096348009349816

OĞLAK YAYINLARI

Adem ARMAN

1984 Bolu-Mengen doğumlu olan Adem Arman, 1995 yılında Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'nde öğrenimine başladı. 2002 yılında mezun olduktan sonra aynı yıl Abant İzzet Baysal Üniversitesi Mengen Meslek Yüksekokulu yiyecek içecek işletmeciliği ön lisans programında aşçılık eğitimine devam etti. Ardından Abant İzzet Baysal Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nda turizm ve otel işletmeciliği alanında lisans eğitimini tamamladı. Eğitim hayatı boyunca birçok işletmede profesyonel meslek hayatını devam ettiren Arman, mezunu olduğu Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'nde 2008-2010 yılları arasında görev yaptı. Turizm işletmeciliği alanında 2010 yılında yüksek lisans, 2019 yılında doktora programını bitirdi. 2010-2016 yılları arasında Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde görev yaptıktan sonra Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümüne geçiş yaptı. Halen Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde bölüm başkanı ve anabilim dalı başkanlığı görevlerini yürütmektedir.

Özkan ERDEM

1987 Karabük doğumlu olan Özkan Erdem ilköğrenimini tamamladıktan sonra 1999 yılında Mengen Anadolu Aşçılık Meslek Lisesi'ne başladı. 2004 yılında mezun olduktan sonra Gazi Üniversitesi Aile Ekonomisi ve Beslenme Öğretmenliği bölümüne başladı. 2008 yılında mezun olduktan sonra Mengen Aşçılar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde Yiyecek-Hizmetleri Öğretmeni olarak görev yapmaya başladı. 2014 yılında Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi yüksek lisans programını bitirdi. 2015 yılı itibariyle Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları Meslek Yüksek Okulunda öğretim görevlisi olarak görev yapan Özkan Erdem, halen Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları anabilim dalında doktora eğitimine devam etmektedir. Lisans ve ön lisans düzeyinde temel yemek pişirme, dünya mutfakları, Türk mutfağı, beslenme ilkeleri gibi uygulamalı ve teorik dersler vermektedir. Evli ve bir çocuk babasıdır.

OĞLAK YAYINLARI