2ND INTERNATINAL BEYŞEHİR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS

April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye
Beysehir Ali Akkanat Vocational School
SELCUK UNIVERSITY

(THE PROCEEDINGS BOOK)

EDITORS
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA
Lect. İbrahim AKDAĞ
Lect. Dr. S. Caner KUZUCU



ISBN: 979-8-89695-068-4

http://www.iksadkongre.com/gastronomy

2nd International Beyşehir Gastronomy Culture And Tourism Congress

April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye

Beysehir Ali Akkanat Vocational School
SELCUK UNIVERSITY

EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA
Lect. İbrahim AKDAĞ
Lect. Dr. S. Caner KUZUCU

Date: 21.05.2025

Liberty Publishing House
Water Street Corridor New York, NY 10038
www.libertyacademicbooks.com
+1 (314) 597-0372

ALL RIGHTS RESERVED NO PART OF THIS BOOK MAY BE REPRODUCED IN ANY FORM, BY PHOTOCOPYING OR BY ANY ELECTRONIC OR MECHANICAL MEANS, INCLUDING INFORMATION STORAGE OR RETRIEVAL SYSTEMS, WITHOUT PERMISSION IN WRITING FROM BOTH THE COPYRIGHT OWNER AND THE PUBLISHER OF THIS BOOK.

© Liberty Academic Publishers 2025

The digital PDF version of this title is available Open Access and distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Non-Commercial 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) which permits adaptation, alteration, reproduction and distribution for noncommercial use, without further permission provided the original work is attributed. The derivative works do not need to be licensed on the same terms.

adopted by Mariam Rasulan

ISBN: 979-8-89695-068-4

CONGRESS ID

CONGRESS TITLE

2nd INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS

DATE and PLACE

April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye

ORGANIZATION

IKSAD INSTITUTE
iksadinstitute.org
iksad.org.tr
iksadyayinevi.com
Selcuk Unıversıty

COORDINATOR

Gönül EDEŞLER
Aslıhan ADA

NUMBER of ACCEPTED PAPERS - 114
NUMBER of REJECTED PAPERS - 32

PARTICIPANTS COUNTRY

Türkiye-51, Algeria-8, Albanıa-1, Bangladesh-2, Canada-1, Chennai-1, Georgia-2, India-9, Indonesia-3, Iran-2, Jordan-1, Kosovo-4, Morocco-4, Nigeria-8, Pakistan-5, Romania-8, Slovakia-2, Vietnam-2

ORGANISING COMMITTEE

Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ- Selçuk University
Dr. Mustafa Latif EMEK- President of IKSAD, Congress Honor Commıttee
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA- Chief Tax Inspector of the Ministry of Treasury and Finance, IKSAD High Commission Member CONGRESS CO-CHAIR
Lect. İbrahim AKDAĞ- Director of the Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selçuk University CONGRESS CO-CHAIR
Lect. Dr. S. Caner KUZUCU- Beysehir Ali Akkanat Vocational School Selçuk University CONGRESS CO-CHAIR
Prof. Dr. Erkan AKGÖZ - Selçuk University
Prof. Dr. Onur KÖKSAL - Selçuk University
Prof. Dr. Mehmet DEMİREL - Konya Necmettin Erbakan University
Prof. G.I. Mukhamedov - Rector of Chirchik State Pedagogical University
Assoc. Prof. Dr. Vuqar NEZEROV - Azerbaijan Tourism and Management University
Assoc. Prof. Dr. Camal HACIYEV - Azerbaijan Tourism and Management University
Assoc. Prof. Dr. Fatih VAROL - Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Yüksel GÜRSOY - Selçuk University
Lect. Dr. Serhat KURT - Selçuk University
Lect. Dr. Seyfettin Caner KUZUCU - Selçuk University
Lect. Dr. Ferhat ÖZCAN - Selçuk University
Lect. Vedat EKEN - Selçuk University
Lect. Emine Derya AKYÜZ - Selçuk University
Berk AYDIN - Selçuk University

CONGRESS SCIENTIFIC AND ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Haldun SOYDAL - Selçuk University
Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU - Selçuk University
Prof. Dr. Ahmet AK - Selçuk University
Prof. Dr. Eray TULUKÇU - Selçuk University
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR - Selçuk University
Prof. Dr. Mete SEZGİN - Selçuk University
Prof. Dr. Ümit Süleyman ÜSTÜN - Selçuk University
Prof. Dr. Bünyamin AYHAN - Selçuk University
Prof. Dr. İrfan YAZICIOĞLU - Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Burçin Cevdet ÇETİNSÖZ - Alanya Alaaddin Keykubat University
Prof. Dr. Hakan KOÇ - Sivas Cumhuriyet University
Prof. Dr. Manole COJOCARU - "Titu Maiorescu" University, Bucharest, Romania
Prof. Dr. Ali MEYDAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Prof. Dr. Jabbor Usarov - Chirchik State Pedagogical University
Prof. Dr. Dustnazar Khimmataliev - Chirchik State Pedagogical University
Prof. Dr. Akbar VALADBIGI - Elmi Korbordi University
Prof. Dr. Petra Pelletier - University of Paris
Assoc. Prof. Dr. Ali Şamil HÜSEYİNOĞLU - Azerbaijan National Academy of Science, Folklore Institute
Assoc. Prof. Dr. Tudora ARNAUT - Taras Şevçenko University
Assoc. Prof. Dr. Birsen Bulut SOLAK - Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Gülçin Algan ÖZKÖK - Selçuk University
Assoc. Prof. Dr. Mustafa Sabır BOZOĞLU - Konya Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Recep Bozyiğit - Konya Necmettin Erbakan University
Assoc. Prof. Dr. Vuqar NEZEROV - Azerbaijan Tourism and Management University
Assoc. Prof. Dr. Camal HACIYEV - Azerbaijan Tourism and Management University
Assoc. Prof. Dr. Gulbaxar Tavaldieva - Tashkent Institute of Chemical Technology, Uzbekistan
Assoc. Prof. Dr. Alina Solnyshkina - Oles Honchar Dnipro National University
Dr. Damla KILIÇ - Antalya Belek University
Dr. Samson A. OYEYINKA - Johannesburg University
Dr. Violla MAKHZON - Islamic University of Lebanon
Dra. Felipa Sánchez Pérez - Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México
Dr. Germán Martínez Prats - Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México
Dr. Rafael Ricardo Renteria Ramos - Universidad Abierta y a Distancia UNAD, Colombia
Dr. Ragif Huseynov - Managing Director of Khazar Educational Center, Azerbaijan
Dr. Ekaterina LOMIA - Tbilisi, Georgia

2nd INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS

April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye

Beysehir Ali Akkanat Vocational School
SELCUK UNIVERSITY

CONGRESS PROGRAM

Join Zoom Meeting

Meeting ID: 883 9498 5602
Passcode: 252625
https://us02web.zoom.us/j/88394985602?pwd=RikdDwlDHfvsH6F3kaBrtndHdYzNub.1

PARTICIPANT COUNTRIES (16):
Türkiye, Algeria, Albania, Bangladesh, Canada, Chennai, Georgia, India, Indonesia, Iran, Jordan, Kosovo, Morocco, Nigeria, Pakistan, Romania, Slovakia, Vietnam

Önemli, Dikkatle Okuyunuz Lütfen

- Kongremizde Yazım Kurallarına uygun gönderilmiş ve bilim kurulundan geçen bildiriler için online (video konferans sistemi üzerinden) sunum imkanı sağlanmıştır.
- Online sunum yapabilmek için https://zoom.us/join sitesi üzerinden giriş yaparak "Meeting ID or Personal Link Name" yerine ID numarasını girerek oturuma katılabilirsiniz.
- Zoom uygulaması ücretsizdir ve hesap oluşturmaya gerek yoktur.
- Zoom uygulaması kaydolmadan kullanılabilir.
- Uygulama tablet, telefon ve PC'lerde çalışıyor.
- Her oturumdaki sunucular, sunum saatinden 5 dk öncesinde oturuma bağlanmış olmaları gerekmektedir.
- Tüm kongre katılımcıları canlı bağlanarak tüm oturumları dinleyebilir.
- Moderatör – oturumdaki sunum ve bilimsel tartışma (soru-cevap) kısmından sorumludur.

Dikkat Edilmesi Gerekenler - TEKNİK BİLGİLER

- Bilgisayarınızda mikrofon olduğuna ve çalıştığına emin olun.
- Zoom'da ekran paylaşma özelliğini kullanabilmelisiniz.
- Kabul edilen bildiri sahiplerinin mail adreslerine Zoom uygulamasında oluşturduğumuz oturuma ait ID numarası gönderilecektir.
- Katılım belgeleri kongre sonunda tarafınıza pdf olarak gönderilecektir.
- Kongre programında yer ve saat değişikliği gibi talepler dikkate alınmayacaktır.

Important, Please Read Carefully

- To be able to attend a meeting online, login via https://zoom.us/join site, enter ID "Meeting ID or Personal Link Name" and solidify the session.
- The Zoom application is free and no need to create an account.
- The Zoom application can be used without registration.
- The application works on tablets, phones and PCs.
- The participant must be connected to the session 5 minutes before the presentation time.
- All congress participants can connect live and listen to all sessions.
- Moderator is responsible for the presentation and scientific discussion (question-answer) section of the session.

Points to Take into Consideration - TECHNICAL INFORMATION

- Make sure your computer has a microphone and is working.
- You should be able to use screen sharing feature in Zoom.
- Attendance certificates will be sent to you as pdf at the end of the congress.
- Requests such as change of place and time will not be taken into consideration in the congress program.

***

Zoom'a giriş yapmadan önce lütfen örnekteki gibi salon numaranızı, adınızı ve soyadınızı belirtiniz
Before you login to Zoom please indicate your hall number, name and surname

exp. H-1, Gamze TURAN

-Opening Ceremony-

Date: 25.04.2025
Time: 09:30-10:20
Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selcuk Unıversity

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA
Chief Tax Inspector of the Ministry of Treasury and Finance, IKSAD High Commission Member
CONGRESS CO-CHAIR

Lect. Dr. Serhat KURT
Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selçuk University
AL-FARABI CONGRESS CO-CHAIR

Lect. Dr. S. Caner KUZUCU
Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selçuk University
GASTRONOMY CONGRESS CO-CHAIR

Lect. İbrahim AKDAĞ
Director of the Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selçuk University
GASTRONOMY CONGRESS CO-CHAIR

Dr. Mustafa Latif EMEK
President of the IKSAD INSTITUTE
HONORARY BOARD

Assoc. Prof. Dr. Rano SALOMOVA
Member of the Surhanderya State Assembly, Member of Parliament, Uzbekistan

Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ
Rector of the Selcuk University
HONORARY BOARD

-Panel Speach-

Date: 25.04.2025
Time: 10:30-11:30
Beysehir Ali Akkanat Vocational School, Selcuk Unıversity

Prof. Dr. Mehmet ZENGİN
Selcuk University, Türkiye

Assoc. Prof. Dr. Doğan BOZDOĞAN
Tokat Gaziosmanpaşa University, Türkiye

-Lunch Break-

12:00-13:30

FACE TO FACE
25.04.2025 / Session-1 / Hal-1

Ankara Time
$13^{30} : 15^{30}$

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Haktan KAPLAN

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Cavit ARSLAN	*SelçukUniversity*	MEALS MADE FROM GOOSE MEAT
Haktan KAPLAN	*SelçukUniversity*	FOOD AND BEVERAGE IN KONYA LEGENDS
Gönül REYHANOĞLU Ömer İlyas DELİBEKİR	*Hatay Mustafa Kemal University*	GAME MEAT IN TRADITIONAL CUISINE: HASSA EXAMPLE
Beyzagül ARSLAN Hasan Hüseyin KARA	*Necmettin Erbakan University*	THE FUTURE OF SPACE FOOD: FROM ASTRONAUT NUTRITION TO GLOBAL SOLUTIONS
Burçe AKCAN Arzu KAZAZ	*Başkent University*	THE VEGAN FOOD INDUSTRY FROM SHELF TO SCREEN: A CULTURAL COMPARISON
Selçuk PEKER	*Necmettin Erbakan University*	PRODUCTION AND PRESENTATION OF MEAT TARHANA CONSUMED AS A CEREMONIAL MEAL IN EREĞLİ AND HALKAPINAR DISTRICTS OF KONYA

FACE TOFACE
25.04.2025 / Session-1 / Hal-2

Ankara Time
13^{30} : 15^{30}

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Şafak ÜNÜVAR

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Şafak ÜNÜVAR Baki ÖNAL Muhammed Fatih YILDIRIM	*Selçuk University*	EVALUATION OF ALTINEKIN CULINARY CULTURE IN TERMS OF SUSTAINABLE GASTRONOMY
Tuğçe Nur AKÇALI SEZEK Birsen BULUT SOLAK	*Selcuk University*	DETERMINATION OF FOOD SAFETY KNOWLEDGE LEVELS OF STUDENTS AT THE FOOD AND BEVERAGE SERVICES PROGRAM IN SECONDARY EDUCATION
Aylin ULU Betül ORAL Kerem İLASLAN	*Bahçeşehir University*	MODIFIED SAUCE FORMULATIONS WITH AEGEAN HERBS: REINTERPRETING PESTO AND RANCH RECIPES
İlayda BAYLAN Ali ŞEN	*Karamanoğlu Mehmetbey University* *Selcuk University*	THE ROLE OF GASTRONOMY, PASTRY AND BAKERY IN FUNCTIONAL FOOD PRODUCTION
Enes DEĞİRMENCİOĞLU Birsen BULUT SOLAK	*Selcuk University*	BOZA FROM TRADITION TO TODAY: HISTORY, TASTE AND CREATIVITY
Gülçin Algan ÖZKÖK Hasan Hüseyin AYCAN	*Selcuk University*	EVALUATION OF TRADITIONAL FOODS IN THE CONTEXT OF HEALTHY NUTRITION: CULTURAL, NUTRITIONAL AND SUSTAINABLE PERSPECTIVES
Yaşar Ayşegül OĞUZ	*Selcuk University*	THE INTERACTION BETWEEN FOREIGN TRADE AND GASTRONOMY: THE ROLE OF LOCAL FLAVORS IN THE GLOBAL MARKET

FACE TO FACE
25.04.2025 / Session-1 / Hal-3

Ankara Time
13^{30} : 15^{30}

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Birsen BULUT SOLAK

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Asilhan Semih MUTLU Hülya MUTLU	*Afyon Kocatepe University*	CONTENT EVALUATION OF INTRODUCTORY PRACTICAL KITCHEN COURSES IN GASTRONOMY AND CULINARY ARTS DEPARTMENTS
Hülya MUTLU Asilhan Semih MUTLU	*Afyon Kocatepe University*	THE ROLE OF GASTRONOMY MUSEUMS IN PRESERVING AND PROMOTING CULINARY CULTURE: A CASE STUDY OF AFYONKARAHİSAR, A UNESCO CREATIVE CITY OF GASTRONOMY
Muhammed Furkan BİLGİN Ayşegül TUNCER Birsen BULUT SOLAK Fatih VAROL	*Selcuk University*	NEUROGASTRONOMY: THE EFFECT OF MUSIC GENRES ON FLAVOR PERCEPTION
Naime ALDEMİR Birsen BULUT SOLAK Yeliz PEKERŞEN	*Selcuk University* *Necmettin Erbakan University*	KONYA'S EXISTING DARK TOURISM POTENTIAL IN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE TOURISM
Eyüp SAYAN Birsen BULUT SOLAK	*Selcuk University*	HERBAL TEA USE IN KONYA/BEYŞEHIR REGION: AN ETHNOBOTANICAL INVESTIGATION
Mine ŞEN Birsen BULUT SOLAK	*Selcuk University*	TRADITIONAL KELLE CHEESES PRODUCED IN TURKEY AND EXAMINATION OF SOME THEIR QUALITY CHARACTERISTICS
E.Derya AKYÜZ	*Selcuk University*	THE ROLE OF TOURIST GUIDES IN DISCOVERING GASTRONOMIC HERITAGE: THE INTEGRATION OF FLAVORS WITH LOCAL CULTURES
İhsan Devlet ATABEY	*Selcuk University*	ASSESSING THE ECONOMIC IMPACT OF HOUSEHOLD PURCHASING POWER ON FOOD AND BEVERAGE SECTOR REVENUES IN TOURISM DESTINATIONS

FACE TO FACE
25.04.2025 / Session-2 / Hal-1

Ankara Time
15^{30} : 17^{30}

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Vesile ALBAYRAK SAK

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Erva Aişe KANDEMİR Yeliz PEKERŞEN	*Necmettin Erbakan University*	A QUALITATIVE STUDY ON WORK STRESS CAUSED BY WORKAHOLISM IN COOKS
Fatih VAROL Ahmet İNCE	*Selcuk University*	RESTAURANTS OF THE FUTURE: THE IMPACT OF AUTONOMOUS KITCHENS WITH 3D PRINTER ON TOURISM SECTOR
Muhammet ERBAY Ümmü Seleme YILDIRIM	*Selcuk University*	WHEN FOOD MEETS PIXELS: THE DIGITAL GASTRONOMY REVOLUTION AND THE FUTURE OF DINING
Ümmü Seleme YILDIRIM Birsen BULUT SOLAK Muhammet ERBAY	*Selcuk University*	INNOVATIVE APPROACHES IN GASTRONOMY: FLAVOR JOURNEY WITH HOT CHILI PEPPER AND SOME FUNCTIONAL FOODS
Gülçin Algan ÖZKÖK Ramazan GÜN	*Selcuk University*	THE PLACE OF MEVLÂNA CANDY IN KONYA CULTURE AS A LOCAL PRODUCT AND INVESTIGATION OF ITS GASTRONOMIC POTENTIAL
Vesile ALBAYRAK SAK	*Necmettin Erbakan University*	ONE SULTAN, TWO TABLES: ELEMENTS OF OTTOMAN AND FRENCH CUISINE IN CEM SULTAN'S TURKISH DIWAN
Ali İhsan UYGUN Yaşar SEVİMLİ	*Karamanoğlu Mehmetbey University*	A STUDY ON THE EVALUATION OF KESKEKS WITH GEOGRAPHICAL INDICATION AND GEOGRAPHICAL INDICATION POTENTIAL

FACE TO FACE
25.04.2025 / Session-2 / Hal-2

Ankara Time
$15^{30} : 17^{30}$

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Semih BÜYÜKİPEKCİ

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Sedat YILDIRIM Elif Erim ERTEKİ Fatih VAROL	*Selcuk University*	A RESEARCH ON NATURE-BASED RECREATION ACTIVITIES: THE CASE OF BEYŞEHİR
Hüsniye KOÇ	*Akşehir Municipality Directorate of Culture and Social Affairs*	TANGIBLE AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN AKŞEHİR EFFECTIVE USE IN CONTRIBUTING TO CITY TOURISM
Semih BÜYÜKİPEKCİ Şevval ÖZDEMİR Medine ÖZSOY	*Selcuk University*	THE ROLE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN PRESERVING LOCAL HERITAGE: A CASE STUDY OF KONYA PROVINCE
Tuğçe ERTABAK Numan ARSLAN	*Konya Metropolitan Municipality Ministry of Culture and Tourism*	ÇATALHÖYÜK PROMOTION AND WELCOME CENTER: NEW GENERATION VISITOR INTERACTION
Zedef YILDIRIM	*Selcuk University*	MARKET CONCENTRATION IN THE TURKISH HOTEL SECTOR: AN ANALYSIS WITH THE HERFINDAHL-HIRSCHMAN INDEX
Elif Merve ERTURAN	*Konya Technical University*	ARCHITECTURAL AND ARTISTIC VALUE OF EŞREFOĞLU MOSQUE

FACE TO FACE
25.04.2025 / Session-2 / Hal-3

Ankara Time
15^{30} : 17^{30}

Selcuk University Beysehir Ali Akkanat Vocational School -Beysehir Ali Akkanat Campus Bademli District Bademli Street No:99/B Beysehir Konya 42700

HEAD OF SESSION: Yüksel GÜRSOY

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
İbrahim AKDAĞ	*SelçukUniversity*	CONSUMPTION OF ULTRA PROCESSED FOODS IN GASTRONOMY
Kasım TATLILIOĞLU	*Bingöl University*	MENTAL HEALTH AND NUTRITION
Talha KUĞU Şule İpek BAŞBAYRAKTAR	*Selcuk University*	HEALTHY SNACK PRODUCTION WITH FUNCITIONAL FOODS: ALTERNATIVE PESTIL WITH HAMBELES AND TURKISH
Yüksel GÜRSOY	*Selcuk University*	A STUDY ON CURRENT TOURIST GUIDE EDUCATION IN TÜRKİYE
Tuğçe ÜNALAN YILMAZ Rabia Berna DEMİREL Damla EVRENDİREK	*Eskişehir Anadolu University* *Eskişehir Technical University* *Eskişehir Şehit Hasan Önal Vocational Technical and Anatolian High School*	EVALUATING THE IMPACT OF STEAM-ASSISTED COOKING ON BREAD AND MEAT QUALITY

25.04.2025

Ankara Time
09^{00} : 11^{00}

Session-1
Hall-1

HEAD OF SESSION: Dio Samudra

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Dio Samudra	*UIN KH. Abdurrahman Wahid*	GASTRONOMY AS A DRIVER OF TOURISM: BRIDGING CULTURES THROUGH CULINARY EXPERIENCES
Habil. Cristina Raluca Gh. Popescu	*University of Bucharest*	GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: TÜRKIYE AND THE CLOSE RELATIONSHIP WITH SUSTAINABILITY PRINCIPLES
Aliza Naeem Bushra Niaz Farhan Saeed Muhammad Bilal Hussain Muhammad Afzaal	*Government College University Faisalabad*	BASIL (OCIMUM BASILICUM): A CULINARY HERB WITH THERAPEUTIC POTENTIAL AND NUTRITIONAL EXCELLENCE
GRAA Amel DIOUANI Hela	*Djillali Liabes University*	ROOTED IN FLAVOR: BUILDING RESTAURANT BRANDS THROUGH STORIES OF CULINARY HERITAGE
Satish Kumar Singh	*Central University of Punjab*	HARMONIZING FOOD SAFETY LAWS AND CULINARY TOURISM: A JURIDICAL EXAMINATION OF TENSIONS BETWEEN REGULATORY COMPLIANCE AND CULTURAL AUTHENTICITY
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	*Mohamed Khider Biskra University* *Blida University*	TASTING SPACE: EXPLORING SPATIAL STORYTELLING IN CULINARY TOURISM ARCHITECTURE
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	*Mohamed Khider Biskra University* *Blida University*	FOOD AS URBAN FABRIC: INTEGRATING CULINARY SYSTEMS INTO SUSTAINABLE CITY DESIGN
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	*Mohamed Khider Biskra University* *Blida University*	FOOD, SPACE, AND MEMORY: THE ARCHITECTURE OF GASTRONOMIC HERITAGE SITES
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	*Mohamed Khider Biskra University* *Blida University*	TERRITORIAL GASTRONOMY AND ARCHITECTURAL FORM: SHAPING CULTURAL FOODSCAPES

25.04.2025

Ankara Time
11^{30} : 13^{30}

Session-2
Hall-1

HEAD OF SESSION: Daniela MATUŠÍKOVÁ

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Daniela MATUŠÍKOVÁ Tünde DZUROV VARGOVÁ	*University of Prešov in Prešov*	DIGITALIZATION OF TOURISM PERFORMANCE
Daniela MATUŠÍKOVÁ Tünde DZUROV VARGOVÁ	*University of Prešov in Prešov*	ENVIRONMENTAL INITATIVES OF TOURISM BUSINESSES
Farhana Naz	*Lahore College for Women University*	BRIDGING THE URBAN DIVIDE: SMART TECHNOLOGIES FOR A SUSTAINABLE LAHORE
K.R.Padma K.R.Don M.Reshma Anjum M.Sankari M.Swetha	*Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's) University*	UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP OF TOURISM AND HEALTH: CURRENT ISSUES AND FUTURE CONCERNS
Semija Medunjanin Alberta Tahiri Anita Cucovic	*University "Haxhi Zeka" Pejë*	THE ROLE OF MARKETING IN THE SUCCESS OF TOURISM
Alberta Tahiri Idriz Kovaçi	*University "Haxhi Zeka" Pejë* *University of Applied Sciences in Ferizaj*	THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN KOSOVO
Selvije Lajqi Alberta Tahiri Soreja Adzajlic	*University "Haxhi Zeka"*	CULTURAL TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF PEJA AND RUGOVA
Mizanur Rahman	*Gopalganj Science and Technology University*	THE ROLE OF TOURISM IN CONFLICT ZONES: A STUDY OF RESILIENCE AND DIPLOMACY
Satish Kumar Singh	*Central University*	GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN CULTURAL TOURISM: A LEGAL FRAMEWORK FOR THE PROTECTION AND PROMOTION OF REGIONAL FOOD IDENTITIES
Snehal Salunkhe Darshan Mali Bhagyashri Gondkar Pradnya Sawat Jyoti Yadav	----	AGRO TOURISM AS A BUSINESS MODEL-EXPLORE HOW FARMERS CAN GENERATE ADDITIONAL REVENUE THROUGH TOURISM

25.04.2025

Ankara Time
14^{00} : 16^{00}

Session-3
Hall-1

HEAD OF SESSION: Irina-Ana DROBOT

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Desi SIANIPAR Sozanolo TELAUMBANUA Abigael Santi J. LOHO	*Universitas Kristen Indonesia*	THE ENCULTURATION OF BAKAR BATU CULTURE IN STRENGTHENING THE SOCIAL IDENTITY OF PAPUAN SOCIETY THROUGH CHRISTIAN RELIGIOUS EDUCATION
Ioana BOLOHAN Roxana LAZAR Bianca Maria MADESCU Madalina Alexandra DAVIDESCU Ioana POROSNICU Paul-Corneliu BOISTEANU	*Iasi University of Life Sciences*	CULINARY TOURISM IN ROMANIA: A SYNTHESIS OF GASTRONOMIC HERITAGE, CULTURAL IDENTITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT
GRAA Amel BECHELAGHEM Khadidja	*Djillali Liabes University*	CULTURAL STORIES IN THE SPOTLIGHT: HOW FOLKLORE ENHANCES BRAND ADVERTISING
Irina-Ana DROBOT	*Technical University of Civil Engineering Bucharest*	CULTURAL SIGNIFICANCE OF TEA AND COFFEE
Gideon A. Adeyemi	*University of Ibadan*	REVITALIZING YORUBA CULTURAL HERITAGE THROUGH ART MUSIC MUSIC COMPOSITION, "I□□ L'OÒGÙN ÌṢẸ́"
Abbas Eghbal Mehran Kosar Adibankhah	*Shahid Chamran University* *Payam Noor University*	ANCIENT SPORTS IN GREECE: A LINK BETWEEN CULTURE, RELIGION, AND COMPETITION
Saloni Sharma Suhani Sharma	*Deemed to be University* *Jamia Hamdard University*	CULINARY TOURISM: EXPLORING THE ROLE OF FOOD IN CULTURAL IDENTITY AND DESTINATION BRANDING
Sakineh Sojoodi Shabnam Khajehei	*University of Tabriz*	A SYSTEMATIC REVIEW OF FACTORS INFLUENCING THE REVISIT INTENTION IN HEALTH TOURISM
Ananda Majumdar	*University of Alberta*	THE BENEFITS AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF AGRITOURISM
Mohammed Waheeb Faisal Hussein	*Hashemite University*	TOURISM MARKETING BETWEEN TURKEY & ARAB WORLD TOWARD A COMPREHENSIVE ASSESSMENT

25.04.2025

Ankara Time
$16^{30} : 18^{30}$

Session-4
Hall-1

HEAD OF SESSION: Pratibha Singh

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Shashi Mathur Pratibha Singh	*Manav Rachna International Institute of Research and Studies*	CHRONIC LUNG DISEASES: IMPACT OF NATURAL FOODS
Aliza Naeem Bushra Niaz Farhan Saeed Muhammad Bilal Hussain Muhammad Afzaal Shahariyar Tahir	*Government College University*	THE IMPACT OF INSECT-BASED FOODS ON SUSTAINABILITY
Porosnicu Ioana Davidescu Madalina Madescu Bianca-Maria Bolohan Ioana	*"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University*	MYCOTOXINS AND FOOD SAFETY: A CHALLENGE FOR MODERN GASTRONOMY
Madalina Alexandra DAVIDESCU Claudia PANZARU Ioana POROSNICU Ioana BOLOHAN Marius Gheorghe DOLIS Alexandru USTUROI	*Ion Ionescu de la Brad" Iasi University*	METHODS FOR IDENTIFYING ANIMAL SPECIES IN MEAT PRODUCTS
Tasawar Iqbal	*University of Agriculture*	EDIBLE MUSHROOMS IN MODERN MEDICINE: A GLOBAL REVIEW OF THEIR PHARMACOLOGICAL APPLICATIONS
Halima DAIF Imane HADDOU Ghizlane BENADDI Mohamed ELAYACHI Rekia BELAHSEN	*Chouaib Doukkali University*	IMPACT OF RAMADAN ON FOOD INTAKE AND ANTHROPOMETRIC PARAMETERS AMONG SUB-SAHARAN IMMIGRANTS RESIDING IN EL JADIDA, MOROCCO
Demir Lima Venet Shala Hamdi Hoti	*University of Prizren*	CULTURAL DIVERSITY AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTERNATIONAL BUSINESS
Major Gheorghe Giurgiu Med Manole Cojocaru SciRes I, EuSpLM	*Titu Maiorescu University*	GUT MICROBIOTA MEDIATES THE IMMUNOMODULATOR EFFECT OF DIETARY CAPSAICIN
Nwafor Lilian C.	*University of Abuja*	FROM FOOD SECURITY TO WELLNESS: UNPACKING NIGERIA'S HEALTH LANDSCAPE

26.04.2025

Ankara Time
09^{00} : 11^{00}

Session-1
Hall-1

HEAD OF SESSION: Babita Gupta

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Tamar Gogoladze	*Gori State teaching University*	GEORGIAN CUISINE AND GASTROTOURISM
R.Thiruchelvi P.Saravanan M.Chamundeeswari	*St. Joseph's College of Engineering*	DIFFERENT TYPES OF NANOMATERIALS COMMONLY USED IN FOOD PACKAGING, FILM FORMATION TECHNIQUES, AND RECENT ADVANCES IN THEIR APPLICATIONS
Babita Gupta	*Institute of technology and Management*	THERMAL-SENSITIVE FOOD PRODUCTS FOR THERAPEUTIC APPLICATIONS
SHEHU Rukayya Aliyu	*Ahmadu Bello University*	NUTRITIONAL COMPOSITION, PHYSICAL PROPERTIES AND ACCEPTABILTY OF TOMATOE PASTE ENHENCED WITH POTASH, BAKING POWDER AND ASH WATER
Miftakul Ulum	*UIN K.H Abdurrahman Wahid*	THE IMPACT OF HALAL FOOD ON THE HEALTHY LIFESTYLE OF MUSLIM COMMUNITIES
Madalina Alexandra DAVIDESCU Marius Gheorghe DOLIS Alexandru USTUROI Claudia PANZARU Bianca Maria MADESCU Ioana BOLOHAN	*"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University*	INTELLIGENT PACKAGING IN THE FOOD INDUSTRY: INNOVATIONS, BENEFITS, AND CHALLENGES
Tinatin Mshvidobadze	*Gori State University*	DIGITAL CULINARY IN CULTURAL COMMUNICATION
Bianca-Maria MADESCU Madalina Alexandra DAVIDESCU Ioana BOLOHAN (ACORNICESEI) Ioana Poroşnicu Paul Corneliu BOISTEANU	*"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University*	INNOVATIONS IN THE PRODUCTION AND PROCESSING OF ANIMAL-DERIVED FOODS: INTEGRATING SUSTAINABILITY AND TECHNOLOGY IN CONTEMPORARY GASTRONOMY

26.04.2025

Ankara Time
$11^{30} : 13^{30}$

Session-2
Hall-1

HEAD OF SESSION: Nilüfer ŞAHİN PERÇİN

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Gizem Esra ÇELİK	*Şişli Vocational School*	EATING HABITS BASED ON SENSORY EXPERIENCE
Ersun ERSOY	*Selçuk University*	EVALUATION OF THE EFFECT OF LOCAL GASTRONOMY ON THE NUTRITION OF LICENSED SOCCER PLAYERS
Saniye POLAT Safak UNUVAR Birsen BULUT SOLAK	*Selcuk University*	FOOD SAFETY IN THEORETICAL FRAMEWORK
Beyza İNAN Eyüp UYANIK Mehmet ESKİOCAK	*Siirt University*	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS ON GASTRONOMY AND INNOVATION
Durmuş BULDUR Alican AKÇİÇEK	*Kocaeli University*	REVIEW OF CURRENT STUDIES ON THE USE OF THREE-DIMENSIONAL PRINTERS IN FOOD PRODUCTION
Esra ÖZCANLAR	*Nişantaşı University*	CLIMATE CHANGE AND FOOD SECURITY: SUSTAINABLE AGRICULTURE SOLUTIONS
Serap ÜNAL Ayşe Melike BİRCAN	*Süleyman Demirel University*	A HERITAGE FROM THE PAST TO THE PRESENT: CLAY VESSELS IN GASTRONOMY CULTURE
Betül DEMİRELMA	*Selçuk University*	CULTURAL CONTINUITY AND CULINARY HERITAGE: KEŞKEK IN THE CONTEXT OF SOCIAL RITUALS
Esra DEMİRCİOĞLU YILMAZ Nilüfer ŞAHİN PERÇİN	*Nevşehir Hacı Bektaş Veli University*	FROM TRADITION TO MODERNITY: AN EVALUATION ON THE CONCEPT OF INHERIVATION IN GASTRONOMY
Özkan DEMİR	*Balıkesir University*	ANALYSIS OF POSTGRADUATE THESES ON OTTOMAN CUISINE
Rasim ALDANMAZ	*Mersin Bar Association*	CONSUMER PROBLEMS AND CONSUMER RIGHTS IN TOURISM
Emine AKSAN ALDANMAZ	*Mustafa Kemal University*	ARTIFICIAL MEAT: PRODUCTION, FOOD SAFETY AND CONSUMER ACCEPTANCE

26.04.2025

Ankara Time
$14^{00} : 16^{00}$

Session-3
Hall-1

HEAD OF SESSION: R.VIDHYALAKSHMI

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Oluwasheyi, O. Akintunde, O.E. Olaomi, A.A. Agada, I.M. Audu, J.O. Adomokhe, I.S. Abdulrasheed, O.H. Mufutau, Y.A. Olowoniwa, C.M. James, D.S.	*University of Ibadan* *Federal University Lokoja*	ANTIFUNGAL EFFICACY OF SECONDARY METABOLITES (TERPENOIDS, SAPONINS, ALKALOIDS AND FLAVONOIDS) OF Lantana camara AGAINST TOXIGENIC FUNGI ISOLATED FROM NIGERIA LOCAL RICE
M'hamed Majji Abdelhak Talha Brahim Aouziou Rachid Benkirane Hamid Benyahia	*University Ibn Tofail*	EVALUATING NEW CITRUS ROOTSTOCK SENSITIVITY TO PHYTOPHTHORA THROUGH IN VITRO STEM INOCULATION
Akintunde, O.E. Oluwasheyi, O. Adomokhe, I.S. Abdulrasheed, O.H. Mufutau, Y.A. James, D.S.	*University of Ibadan* *Federal University Lokoja*	ANTIFUNGAL POTENTIALS OF Anogeissus leiocarpus (AFRICAN BIRCH) METHANOL EXTRACT AGAINST GRAIN MOLD DISEASE OF Sorghum bicolor
Hasna JINNOU Said ARIF Mohamed Achraf HASNAI	*Sultan Moulay Slimane University*	THE CONTRIBUTION OF MULTISPECTRAL DRONES TO PRECISION AGRICULTURE IN THE TADLA PLAIN : EFFICIENCY, BENEFITS, AND CHALLENGES
Maha Atiq Muhammad Bilal Hussain Farhan Saeed Bushra Niaz Marwa Waheed Nida Kanwal	*Government College University* *Riphah International University*	CARDAMOM: A REVIEW OF ITS NUTRITIONAL VALUE, THERAPEUTIC EFFECTS AND FOOD APPLICATIONS
Nguyen Thi Huynh Phuong Nguy□n Th□ Bé Ba Lý M□ Tiên Lê Th□ T□ Quyên	*Hue University* *Can Tho University*	FACTORS AFFECTING AGRITOURISM DEVELOPMENT IN THOT NOT DISTRICT, CAN THO CITY, VIETNAM
Nguyen Thi Huynh Phuong Hoang Th□ Dieu Thuy	*Hue University* *Can Tho University*	RESIDENTS' PARTICIPATION IN AGRITOURISM DEVELOPMENT: THEORY AND APPLICATION
R.VIDHYALAKSHMI K.RAJAGANAPATHY	*BHARATH INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION AND RESEARCH*	BOTANICAL SOLUTIONS FOR INFLAMMATION AND OXIDATIVE DAMAGE: A REVIEW OF MEDICINAL PLANTS
Seloua Essaih Belkassem El Amraoui et Rekia Belahsen1	*Chouaib Doukkali university* *Ibn Zohr University*	VALORIZATION OF TRADITIONAL RECIPES FOR DIFFERENT USES OF WILD EDIBLE PLANTS AMONG THE TAOUNAT POPULATION

26.04.2025

Ankara Time
$16^{30} : 18^{30}$

Session-4
Hall-1

HEAD OF SESSION: MARCELA MELE

AUTHOR(S)	ORGANISATION	TOPIC TITLE
Chigozie Jude ODUM	*University of Nigeria*	ECOTOURISM AND INDIGENOUS TOURISM: WHAT OPTION FOR TOURISM DEVELOPMENT IN EMERGING ECONOMIES?
Gjovalin DEDA Orgest ZAKA	*Aleksander Moisiu University*	ANALYSIS OF AGROTURISTIC CENTERS AND AGRICULTURAL PRODUCERS IN SHKODRA REGION: NTERCONNECTION AND OPPORTUNITIES FOR RURAL TOURISM DEVELOPMENT
Aiswarya Gireesh	*University of Kerala*	TEMPLE TOURISM AS A CATALYST FOR RURAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN KERALA
MARCELA MELE	*Aleksandër Moisiu University of Durrës*	TERRITORIAL FRAGMENTATION vs. AMALGAMATION: IS 'URBAN GROWTH MACHINE' A SOLUTION FOR TIRANA REGION, ALBANIA?
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	*Mohamed Khider Biskra University*	CULTURAL PLACEMAKING: ARCHITECTURAL STRATEGIES FOR ENHANCING CROSS-CULTURAL UNDERSTANDING
Bappy Chowdhury Shoumen Dhar Mehenaj Musa Abdur Rahman	*Chattogram Veterinary and Animal Sciences University*	INNOVATIVE FORMULATION OF BABY FOOD POWDER FROM INDIGENOUS RAW MATERIALS: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF NUTRITIONAL, FUNCTIONAL, AND SAFETY PROFILES
Sadiq, M. Singh, I.P Ahmad, M.M Sani, B.S	-----	ADOPTION OF DIGITAL BANKING SERVICES AMONG RURAL WOMEN AGRIPRENEURS: A REVIEW
Sadiq, M. Singh, I.P Ahmad, M.M Sani, B.S	------	ORGANIC FARMING AND SUSTAINABLE AGRIBUSINESS: CREATING GREEN JOBS FOR SUB-SAHARAN AFRICAN YOUTH

PHOTO GALLERY






İKRAMLARIMIZ
BEYŞEHİR ALİ AKKANAT MESLEK YÜKSEKOKULU
AŞÇILIK PROGRAMI ÖĞRENCİLERİMİZ
TARAFINDAN HAZIRLANMIŞTIR


İKRAMLARIMIZ
BEYŞEHİR ALİ AKKANAT MESLEK YÜKSEKOKULU
AŞÇILIK PROGRAMI ÖĞRENCİLERİMİZ
TARAFINDAN HAZIRLANMIŞTIR




SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ
IKSAD
NSTITUTE
IPLOMACY


Dinlediğiniz İçin
Teşekkür
Ederim...






SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ

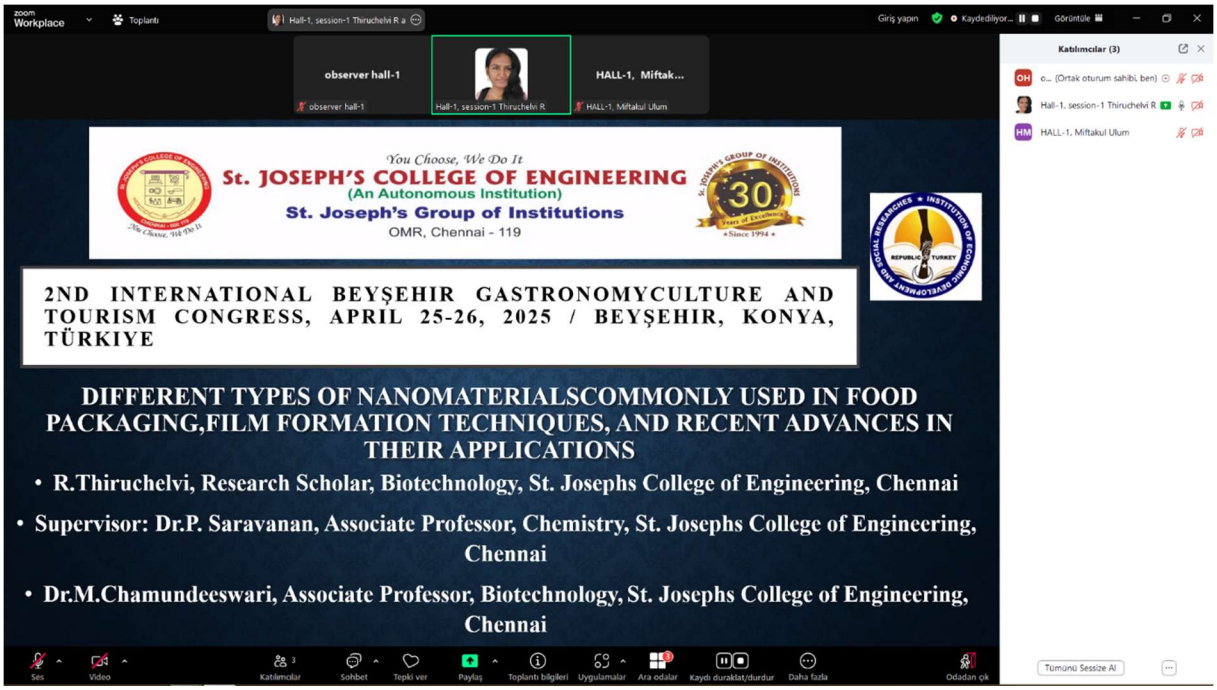

İKRAMLARIMIZ
BEYŞEHİR ALİ AKKANAT MESLEK YÜKSEKOKULU
AŞÇILIK PROGRAMI ÖĞRENCİLERİMİZ
TARAFINDAN HAZIRLANMIŞTIR

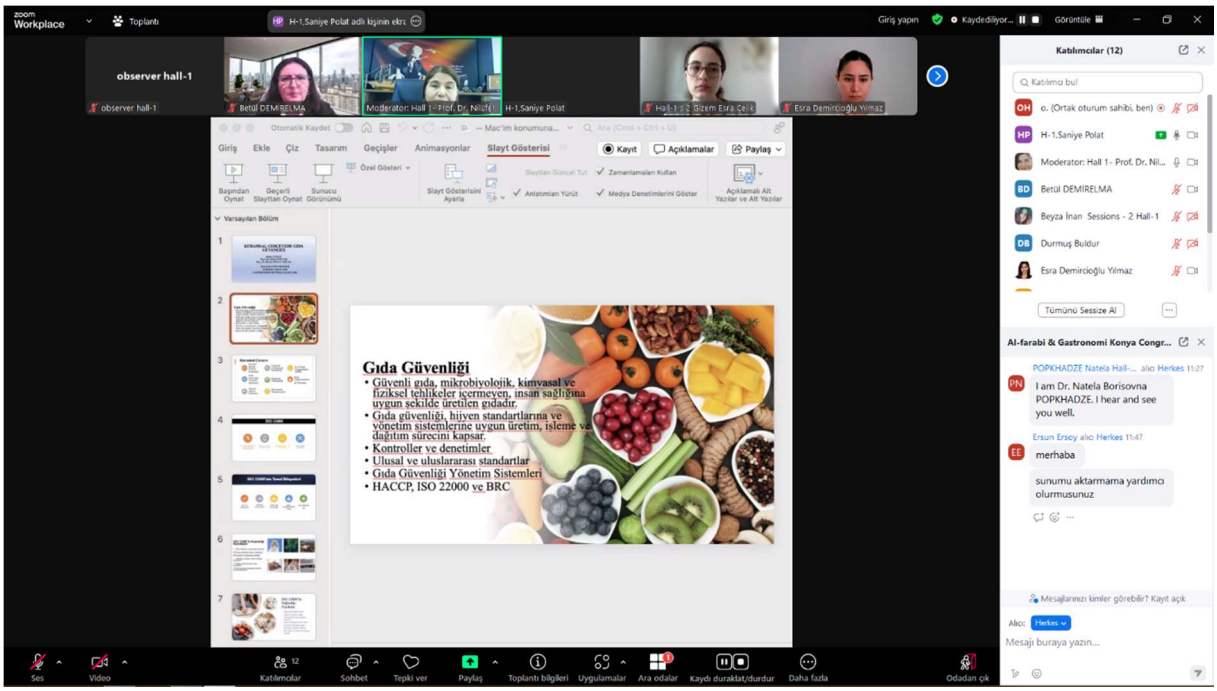


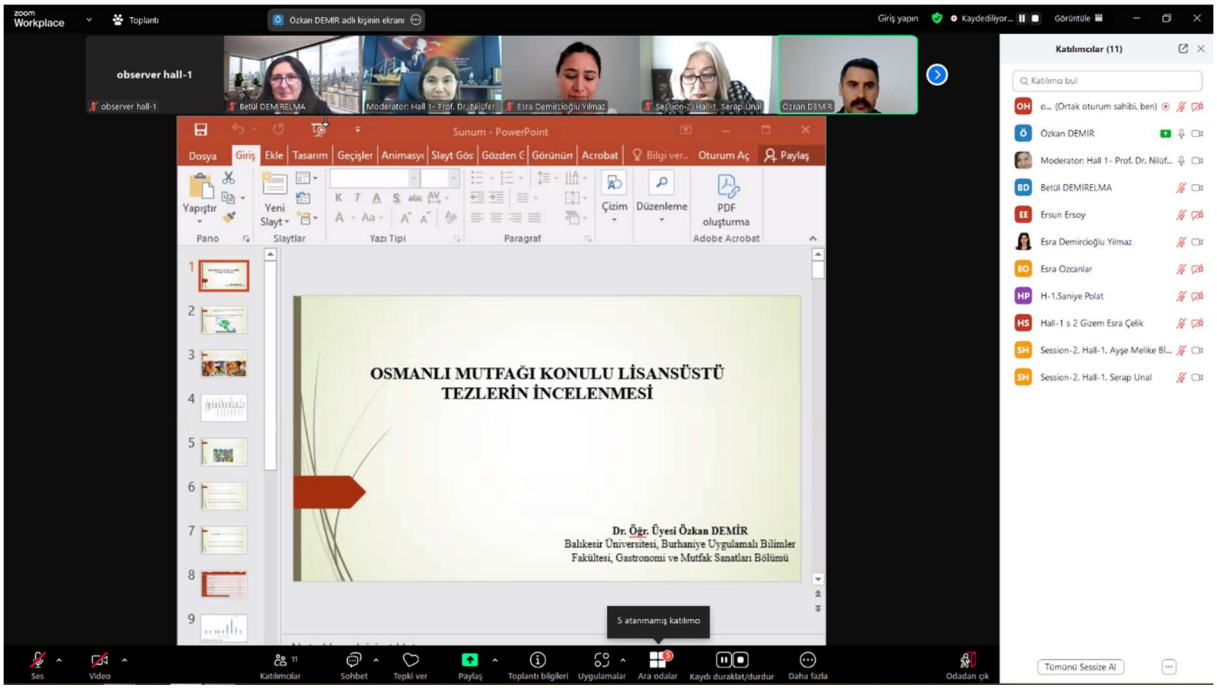


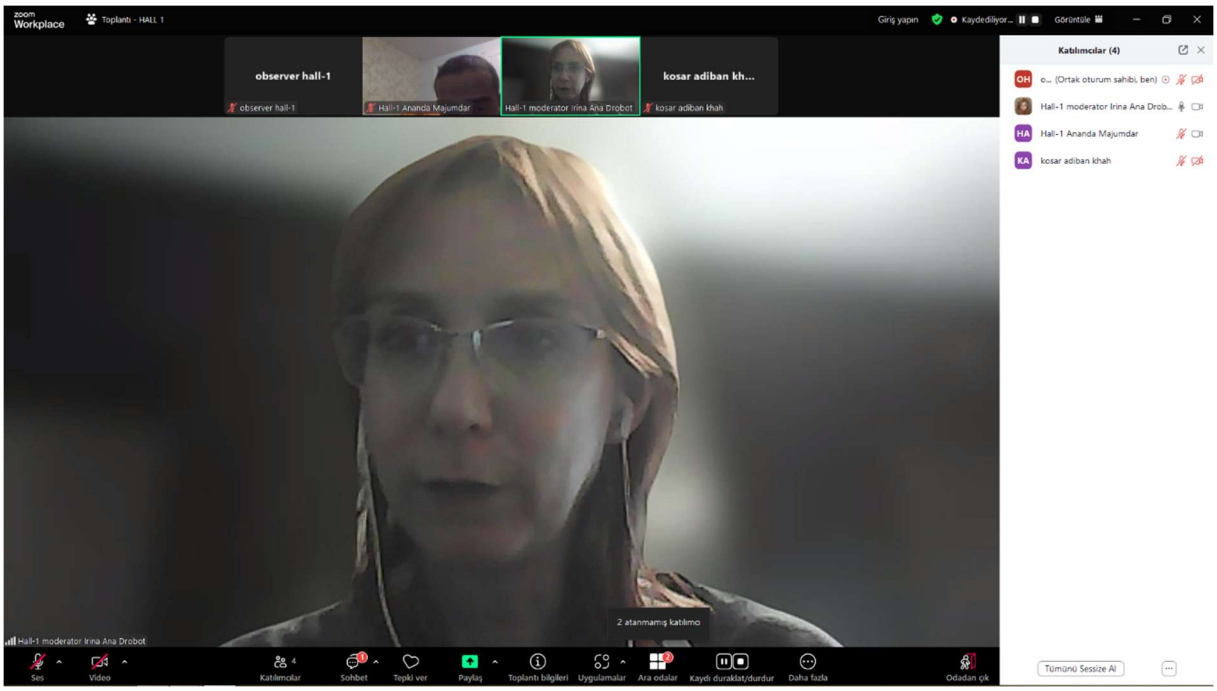

T.C.SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
BEYŞEHİR ALİ AKKANAT MESLEK YÜKSEKOKULU

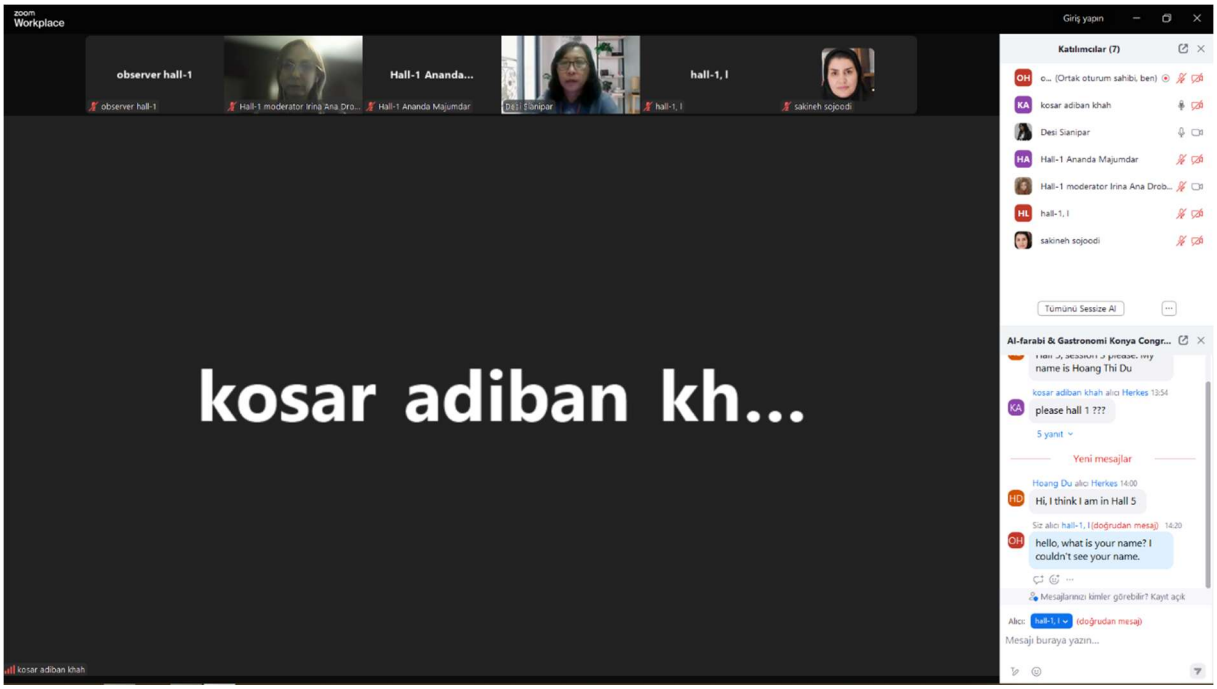

observer hall-1
hall-1,
H1-Sami Melik
FOOD AS URBAN FABRIC: INTEGRATING CULINARY SYSTEMS INTO SUSTAINABLE CITY DESIGN
Prepared by:
Melik Sami
Dr.Sara Khelil
Dr. Tallal Abdel Karim Bouzir
Affiliation : Mohamed Khider Biskra University /Member of LACOMOFA Biskra laboratory
2nd INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye


observer hall-1
HALL-1, Miftak...
You Choose, We Do It
St. JOSEPH'S COLLEGE OF ENGINEERING
(An Autonomous Institution)
St. Joseph's Group of Institutions
OMR, Chennai - 119
2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMYCULTURE AND TOURISM CONGRESS, APRIL 25-26, 2025 / BEYŞEHIR, KONYA, TÜRKIYE
DIFFERENT TYPES OF NANOMATERIALSCOMMONLY USED IN FOOD PACKAGING,FILM FORMATION TECHNIQUES, AND RECENT ADVANCES IN THEIR APPLICATIONS
• R.Thiruchelvi, Research Scholar, Biotechnology, St. Josephs College of Engineering, Chennai
• Supervisor: Dr.P. Saravanan, Associate Professor, Chemistry, St. Josephs College of Engineering, Chennai
• Dr.M.Chamundeeswari, Associate Professor, Biotechnology, St. Josephs College of Engineering, Chennai

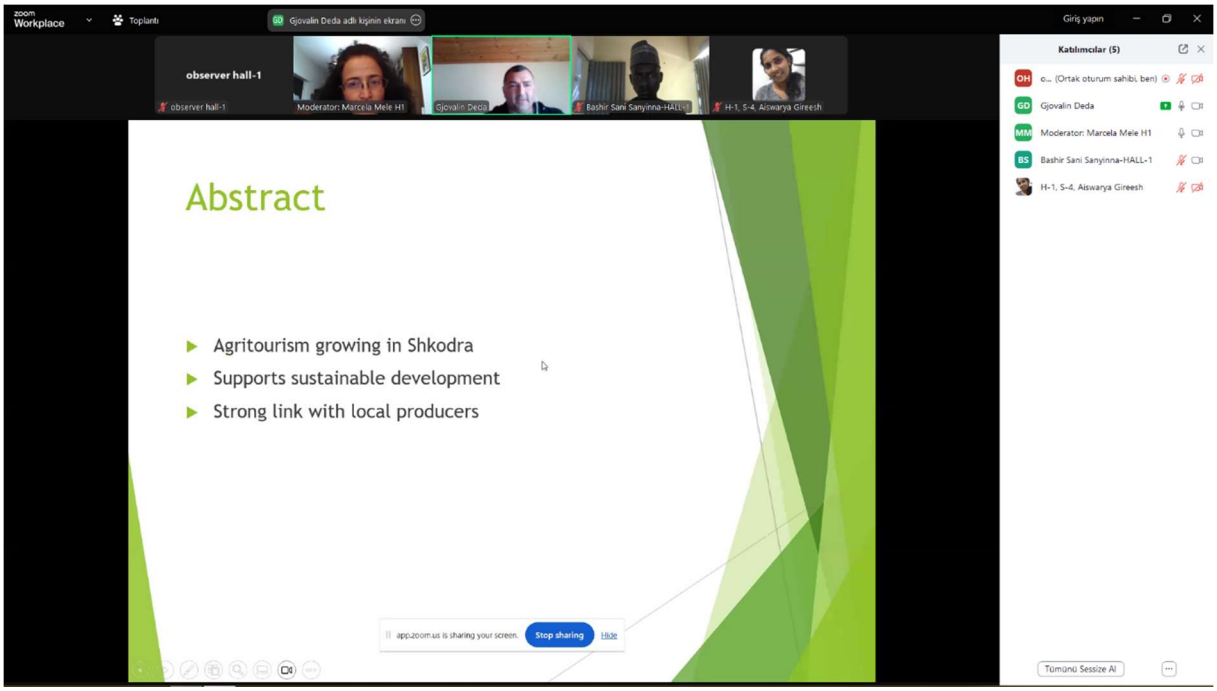

observer hall-1
Gıda Güvenliği
• Güvenli gıda, mikrobiyolojik, kimyasal ve fiziksel tehlikeler içermeyen, insan sağlığına uygun şekilde üretilen gıdadır.
• Gıda güvenliği, hijyen standartlarına ve yönetim sistemlerine uygun üretim, işleme ve dağıtım sürecini kapsar.
• Kontroller ve denetimler
• Ulusal ve uluslararası standartlar
• Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri
• HACCP, ISO 22000 ve BRC
Katılımcılar (12)
Al-farabi & Gastronomi Konya Congr...
I am Dr. Natela Borisovna POPKHADZE. I hear and see you well.
merhaba
sunumu aktarmama yardımcı olurmusunuz

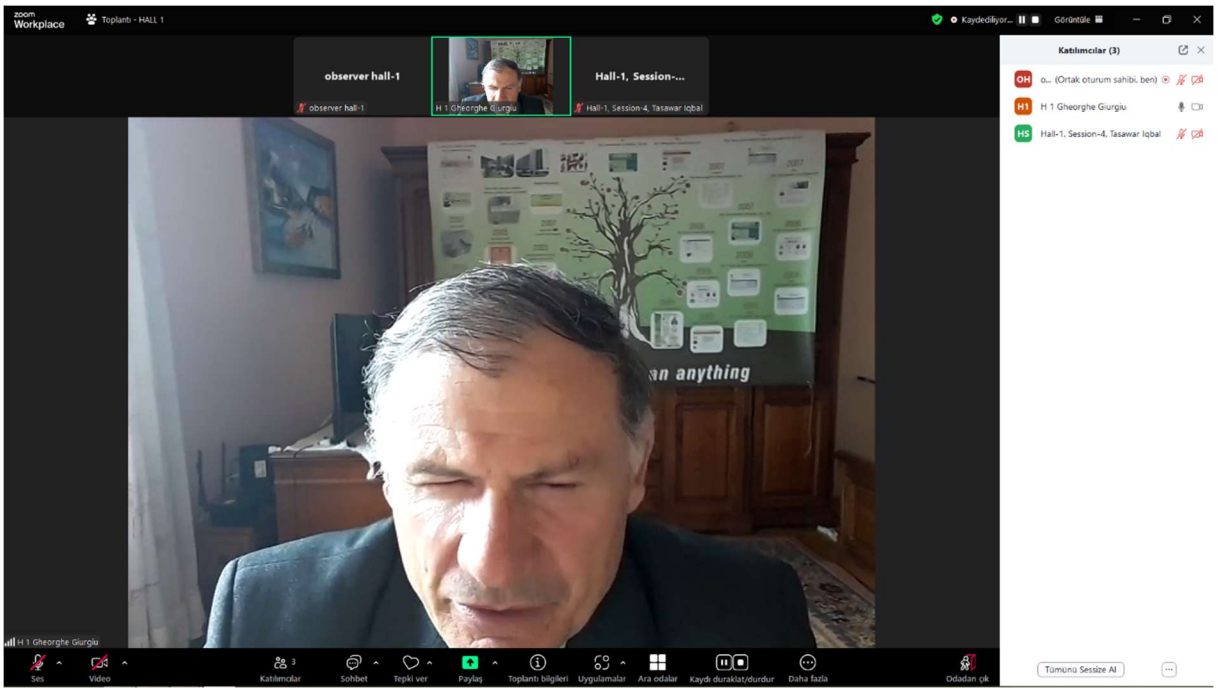

observer hall-1
OSMANLI MUTFAĞI KONULU LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ
Dr. Öğr. Üyesi Özkan DEMİR
Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Katılımcılar (11)
5 atanmamış katılımcı


zoom Workplace
Toplantı - HALL 1
Giriş yapın
Kaydediliyor...
Görüntüle
observer hall-1
Hall-1 Ananda Majumdar
Hall-1 moderator Irina Ana Drobot
kosar adiban kh...
Katılımcılar (4)
Hall-1 moderator Irina Ana Drobot
2 atanmamış katılımcı
Ses
Video
Katılımcılar
Sohbet
Tepki ver
Paylaş
Toplantı bilgileri
Uygulamalar
Ara odalar
Kaydı duraklat/durdur
Daha fazla
Odadan çık
Tümünü Sessize Al


zoom Workplace
Giriş yapın
observer hall-1
Hall-1 Ananda...
hall-1, I
kosar adiban kh...
Katılımcılar (7)
Desi Sianipar
sakineh sojoodi
Tümünü Sessize Al
Al-farabi & Gastronomi Konya Congr...
name is Hoang Thi Du
kosar adiban khah alıcı Herkes 13:54
please hall 1 ???
5 yanıt
Yeni mesajlar
Hoang Du alıcı Herkes 14:00
Hi, I think I am in Hall 5
hello, what is your name? I couldn't see your name.
Mesajlarınızı kimler görebilir? Kayıt açık
Alıcı: hall-1, I (doğrudan mesaj)
Mesajı buraya yazın...


observer hall-1
H1, S3, Phuong
EVALUATING NEW CITRUS ROOTSTOCK SENSITIVITY TO PHYTOPHTHORA THROUGH IN VITRO STEM INOCULATION
MAJJI M'Hamed[1,2], TALHA Abdelhak[1], AOUZIOU Brahim[1], BENKIRANE Rachid[2], BENYAHIA Hamid [1*]
[1] National Institute for Agricultural Research (INRA), Kenitra, Morocco
[2] Faculty of Sciences, Ibn Tofail University, Kenitra, Morocco
2nd INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye


observer hall-1
Abstract
Agritourism growing in Shkodra
Supports sustainable development
Strong link with local producers


zoom Workplace
Toplantı - HALL 1
Kaydediliyor...
Görüntüle
observer hall-1
Hall-1, Session-...
Katılımcılar (3)
o... (Ortak oturum sahibi, ben)
H 1 Gheorghe Giurgiu
Hall-1, Session-4, Tasawar Iqbal
H 1 Gheorghe Giurgiu
Ses
Video
Katılımcılar
Sohbet
Tepki ver
Paylaş
Toplantı bilgileri
Uygulamalar
Ara odalar
Kaydı duraklat/durdur
Daha fazla
Odadan çık
Tümünü Sessize Al

CONTENTS

AUTHORS	PRESENTATION TITLE	NO
Cavit ARSLAN	MEALS MADE FROM GOOSE MEAT	**1-10**
Haktan KAPLAN	FOOD AND BEVERAGE IN KONYA LEGENDS	**11-20**
Gönül REYHANOĞLU Ömer İlyas DELİBEKİR	GAME MEAT IN TRADITIONAL CUISINE: HASSA EXAMPLE	**21-31**
Beyzagül ARSLAN Hasan Hüseyin KARA	THE FUTURE OF SPACE FOOD: FROM ASTRONAUT NUTRITION TO GLOBAL SOLUTIONS	**32-33**
Burçe AKCAN Arzu KAZAZ	THE VEGAN FOOD INDUSTRY FROM SHELF TO SCREEN: A CULTURAL COMPARISON	**34-35**
Selçuk PEKER	PRODUCTION AND PRESENTATION OF MEAT TARHANA CONSUMED AS A CEREMONIAL MEAL IN EREĞLİ AND HALKAPINAR DISTRICTS OF KONYA	**36-47**
Şafak ÜNÜVAR Baki ÖNAL Muhammed Fatih YILDIRIM	EVALUATION OF ALTINEKIN CULINARY CULTURE IN TERMS OF SUSTAINABLE GASTRONOMY	**48-65**
Tuğçe Nur AKÇALI SEZEK Birsen BULUT SOLAK	DETERMINATION OF FOOD SAFETY KNOWLEDGE LEVELS OF STUDENTS AT THE FOOD AND BEVERAGE SERVICES PROGRAM IN SECONDARY EDUCATION	**66-76**
Aylin ULU Betül ORAL Kerem İLASLAN	MODIFIED SAUCE FORMULATIONS WITH AEGEAN HERBS: REINTERPRETING PESTO AND RANCH RECIPES	**77-78**
İlayda BAYLAN Ali ŞEN	THE ROLE OF GASTRONOMY, PASTRY AND BAKERY IN FUNCTIONAL FOOD PRODUCTION	**79-94**
Enes DEĞİRMENCİOĞLU Birsen BULUT SOLAK	BOZA FROM TRADITION TO TODAY: HISTORY, TASTE AND CREATIVITY	**95-109**

Gülçin Algan ÖZKÖK Hasan Hüseyin AYCAN	EVALUATION OF TRADITIONAL FOODS IN THE CONTEXT OF HEALTHY NUTRITION: CULTURAL, NUTRITIONAL AND SUSTAINABLE PERSPECTIVES	**110-119**
Yaşar Ayşegül OĞUZ	THE INTERACTION BETWEEN FOREIGN TRADE AND GASTRONOMY: THE ROLE OF LOCAL FLAVORS IN THE GLOBAL MARKET	**120-121**
Asilhan Semih MUTLU Hülya MUTLU	CONTENT EVALUATION OF INTRODUCTORY PRACTICAL KITCHEN COURSES IN GASTRONOMY AND CULINARY ARTS DEPARTMENTS	**122-134**
Hülya MUTLU Asilhan Semih MUTLU	THE ROLE OF GASTRONOMY MUSEUMS IN PRESERVING AND PROMOTING CULINARY CULTURE: A CASE STUDY OF AFYONKARAHİSAR, A UNESCO CREATIVE CITY OF GASTRONOMY	**135-148**
Muhammed Furkan BİLGİN Ayşegül TUNCER Birsen BULUT SOLAK Fatih VAROL	NEUROGASTRONOMY: THE EFFECT OF MUSIC GENRES ON FLAVOR PERCEPTION	**149-150**
Naime ALDEMİR Birsen BULUT SOLAK Yeliz PEKERŞEN	KONYA'S EXISTING DARK TOURISM POTENTIAL IN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE TOURISM	**151-152**
Eyüp SAYAN Birsen BULUT SOLAK	HERBAL TEA USE IN KONYA/BEYŞEHIR REGION: AN ETHNOBOTANICAL INVESTIGATION	**153-162**
Mine ŞEN Birsen BULUT SOLAK	TRADITIONAL KELLE CHEESES PRODUCED IN TURKEY AND EXAMINATION OF SOME THEIR QUALITY CHARACTERISTICS	**163-188**
E.Derya AKYÜZ	THE ROLE OF TOURIST GUIDES IN DISCOVERING GASTRONOMIC HERITAGE: THE INTEGRATION OF FLAVORS WITH LOCAL CULTURES	**189-193**
İhsan Devlet ATABEY	ASSESSING THE ECONOMIC IMPACT OF HOUSEHOLD PURCHASING POWER ON FOOD AND BEVERAGE SECTOR REVENUES IN TOURISM DESTINATIONS	**194-195**

Erva Aişe KANDEMİR Yeliz PEKERŞEN	A QUALITATIVE STUDY ON WORK STRESS CAUSED BY WORKAHOLISM IN COOKS	**196-207**
Fatih VAROL Ahmet İNCE	RESTAURANTS OF THE FUTURE: THE IMPACT OF AUTONOMOUS KITCHENS WITH 3D PRINTER ON TOURISM SECTOR	**208-216**
Muhammet ERBAY Ümmü Seleme YILDIRIM	WHEN FOOD MEETS PIXELS: THE DIGITAL GASTRONOMY REVOLUTION AND THE FUTURE OF DINING	**217-226**
Ümmü Seleme YILDIRIM Birsen BULUT SOLAK Muhammet ERBAY	INNOVATIVE APPROACHES IN GASTRONOMY: FLAVOR JOURNEY WITH HOT CHILI PEPPER AND SOME FUNCTIONAL FOODS	**227-244**
Gülçin Algan ÖZKÖK Ramazan GÜN	THE PLACE OF MEVLÂNA CANDY IN KONYA CULTURE AS A LOCAL PRODUCT AND INVESTIGATION OF ITS GASTRONOMIC POTENTIAL	**245-254**
Vesile ALBAYRAK SAK	ONE SULTAN, TWO TABLES: ELEMENTS OF OTTOMAN AND FRENCH CUISINE IN CEM SULTAN'S TURKISH DIWAN	**255-256**
Ali İhsan UYGUN Yaşar SEVİMLİ	A STUDY ON THE EVALUATION OF KESKEKS WITH GEOGRAPHICAL INDICATION AND GEOGRAPHICAL INDICATION POTENTIAL	**257-284**
Sedat YILDIRIM Elif Erim ERTEKİ Fatih VAROL	A RESEARCH ON NATURE-BASED RECREATION ACTIVITIES: THE CASE OF BEYŞEHİR	**285-294**
Hüsniye KOÇ	TANGIBLE AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN AKŞEHIR EFFECTIVE USE IN CONTRIBUTING TO CITY TOURISM	**295-296**
Semih BÜYÜKİPEKCİ Şevval ÖZDEMİR Medine ÖZSOY	THE ROLE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN PRESERVING LOCAL HERITAGE: A CASE STUDY OF KONYA PROVINCE	**297-312**
Tuğçe ERTABAK Numan ARSLAN	ÇATALHÖYÜK PROMOTION AND WELCOME CENTER: NEW GENERATION VISITOR INTERACTION	**313-325**

Zedef YILDIRIM	MARKET CONCENTRATION IN THE TURKISH HOTEL SECTOR: AN ANALYSIS WITH THE HERFINDAHL-HIRSCHMAN INDEX	**326-332**
Elif Merve ERTURAN	ARCHITECTURAL AND ARTISTIC VALUE OF EŞREFOĞLU MOSQUE	**333-334**
İbrahim AKDAĞ	CONSUMPTION OF ULTRA PROCESSED FOODS IN GASTRONOMY	**334-335**
Kasım TATLILIOĞLU	MENTAL HEALTH AND NUTRITION	**336-342**
Talha KUĞU Şule İpek BAŞBAYRAKTAR	HEALTHY SNACK PRODUCTION WITH FUNCITIONAL FOODS: ALTERNATIVE PESTIL WITH HAMBELES AND TURKISH	**343-350**
Yüksel GÜRSOY	A STUDY ON CURRENT TOURIST GUIDE EDUCATION IN TÜRKİYE	**351-368**
Tuğçe ÜNALAN YILMAZ Rabia Berna DEMİREL Damla EVRENDİREK	EVALUATING THE IMPACT OF STEAM-ASSISTED COOKING ON BREAD AND MEAT QUALITY	**369**
Dio Samudra	GASTRONOMY AS A DRIVER OF TOURISM: BRIDGING CULTURES THROUGH CULINARY EXPERIENCES	**370**
Habil. Cristina Raluca Gh. Popescu	GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: TÜRKIYE AND THE CLOSE RELATIONSHIP WITH SUSTAINABILITY PRINCIPLES	**371**
Aliza Naeem Bushra Niaz Farhan Saeed Muhammad Bilal Hussain Muhammad Afzaal	BASIL (OCIMUM BASILICUM): A CULINARY HERB WITH THERAPEUTIC POTENTIAL AND NUTRITIONAL EXCELLENCE	**372**
GRAA Amel DIOUANI Hela	ROOTED IN FLAVOR: BUILDING RESTAURANT BRANDS THROUGH STORIES OF CULINARY HERITAGE	**373-383**

Satish Kumar Singh	HARMONIZING FOOD SAFETY LAWS AND CULINARY TOURISM: A JURIDICAL EXAMINATION OF TENSIONS BETWEEN REGULATORY COMPLIANCE AND CULTURAL AUTHENTICITY	**384**
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	TASTING SPACE: EXPLORING SPATIAL STORYTELLING IN CULINARY TOURISM ARCHITECTURE	**385**
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	FOOD AS URBAN FABRIC: INTEGRATING CULINARY SYSTEMS INTO SUSTAINABLE CITY DESIGN	**386**
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	FOOD, SPACE, AND MEMORY: THE ARCHITECTURE OF GASTRONOMIC HERITAGE SITES	**387**
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	TERRITORIAL GASTRONOMY AND ARCHITECTURAL FORM: SHAPING CULTURAL FOODSCAPES	**388**
Daniela MATUŠÍKOVÁ Tünde DZUROV VARGOVÁ	DIGITALIZATION OF TOURISM PERFORMANCE	**389**
Daniela MATUŠÍKOVÁ Tünde DZUROV VARGOVÁ	ENVIRONMENTAL INITATIVES OF TOURISM BUSINESSES	**390**
Farhana Naz	BRIDGING THE URBAN DIVIDE: SMART TECHNOLOGIES FOR A SUSTAINABLE LAHORE	**391**
K.R.Padma K.R.Don M.Reshma Anjum M.Sankari M.Swetha	UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP OF TOURISM AND HEALTH: CURRENT ISSUES AND FUTURE CONCERNS	**392-399**
Semija Medunjanin Alberta Tahiri Anita Cucovic	THE ROLE OF MARKETING IN THE SUCCESS OF TOURISM	**400**
Alberta Tahiri Idriz Kovaçi	THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN KOSOVO	**401-404**
Selvije Lajqi Alberta Tahiri Soreja Adzajlic	CULTURAL TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF PEJA AND RUGOVA	**405-409**

Mizanur Rahman	THE ROLE OF TOURISM IN CONFLICT ZONES: A STUDY OF RESILIENCE AND DIPLOMACY	**410**
Satish Kumar Singh	GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN CULTURAL TOURISM: A LEGAL FRAMEWORK FOR THE PROTECTION AND PROMOTION OF REGIONAL FOOD IDENTITIES	**411**
Snehal Salunkhe Darshan Mali Bhagyashri Gondkar Pradnya Sawat Jyoti Yadav	AGRO TOURISM AS A BUSINESS MODEL-EXPLORE HOW FARMERS CAN GENERATE ADDITIONAL REVENUE THROUGH TOURISM	**412-414**
Desi SIANIPAR Sozanolo TELAUMBANUA Abigael Santi J. LOHO	THE ENCULTURATION OF BAKAR BATU CULTURE IN STRENGTHENING THE SOCIAL IDENTITY OF PAPUAN SOCIETY THROUGH CHRISTIAN RELIGIOUS EDUCATION	**415**
Ioana BOLOHAN Roxana LAZAR Bianca Maria MADESCU Madalina Alexandra DAVIDESCU Ioana POROSNICU Paul-Corneliu BOISTEANU	CULINARY TOURISM IN ROMANIA: A SYNTHESIS OF GASTRONOMIC HERITAGE, CULTURAL IDENTITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	**416**
GRAA Amel BECHELAGHEM Khadidja	CULTURAL STORIES IN THE SPOTLIGHT: HOW FOLKLORE ENHANCES BRAND ADVERTISING	**417-428**
Irina-Ana DROBOT	CULTURAL SIGNIFICANCE OF TEA AND COFFEE	**429-435**
Gideon A. Adeyemi	REVITALIZING YORUBA CULTURAL HERITAGE THROUGH ART MUSIC MUSIC COMPOSITION, "I□□ L'OÒGÙN ÌṢẸ́"	**436**
Abbas Eghbal Mehran Kosar Adibankhah	ANCIENT SPORTS IN GREECE: A LINK BETWEEN CULTURE, RELIGION, AND COMPETITION	**437**
Saloni Sharma Suhani Sharma	CULINARY TOURISM: EXPLORING THE ROLE OF FOOD IN CULTURAL IDENTITY AND DESTINATION BRANDING	**438-454**

Sakineh Sojoodi Shabnam Khajehei	A SYSTEMATIC REVIEW OF FACTORS INFLUENCING THE REVISIT INTENTION IN HEALTH TOURISM	**455-465**
Ananda Majumdar	THE BENEFITS AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF AGRITOURISM	**466-472**
Mohammed Waheeb Faisal Hussein	TOURISM MARKETING BETWEEN TURKEY & ARAB WORLD TOWARD A COMPREHENSIVE ASSESSMENT	**473-474**
Shashi Mathur Pratibha Singh	CHRONIC LUNG DISEASES: IMPACT OF NATURAL FOODS	**475**
Aliza Naeem Bushra Niaz Farhan Saeed Muhammad Bilal Hussain Muhammad Afzaal Shahariyar Tahir	THE IMPACT OF INSECT-BASED FOODS ON SUSTAINABILITY	**476**
Porosnicu Ioana Davidescu Madalina Madescu Bianca-Maria Bolohan Ioana	MYCOTOXINS AND FOOD SAFETY: A CHALLENGE FOR MODERN GASTRONOMY	**477**
Madalina Alexandra DAVIDESCU Claudia PANZARU Ioana POROSNICU Ioana BOLOHAN Marius Gheorghe DOLIS Alexandru USTUROI	METHODS FOR IDENTIFYING ANIMAL SPECIES IN MEAT PRODUCTS	**478-479**
Tasawar Iqbal	EDIBLE MUSHROOMS IN MODERN MEDICINE: A GLOBAL REVIEW OF THEIR PHARMACOLOGICAL APPLICATIONS	**480**
Halima DAIF Imane HADDOU Ghizlane BENADDI Mohamed ELAYACHI Rekia BELAHSEN	IMPACT OF RAMADAN ON FOOD INTAKE AND ANTHROPOMETRIC PARAMETERS AMONG SUB-SAHARAN IMMIGRANTS RESIDING IN EL JADIDA, MOROCCO	**481-482**
Demir Lima Venet Shala Hamdi Hoti	CULTURAL DIVERSITY AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTERNATIONAL BUSINESS	**483**
Major Gheorghe Giurgiu Med Manole Cojocaru SciRes I, EuSpLM	GUT MICROBIOTA MEDIATES THE IMMUNOMODULATOR EFFECT OF DIETARY CAPSAICIN	**484**

Nwafor Lilian C.	FROM FOOD SECURITY TO WELLNESS: UNPACKING NIGERIA'S HEALTH LANDSCAPE	**485**
Tamar Gogoladze	GEORGIAN CUISINE AND GASTROTOURISM	**486**
R.Thiruchelvi P.Saravanan M.Chamundeeswari	DIFFERENT TYPES OF NANOMATERIALS COMMONLY USED IN FOOD PACKAGING, FILM FORMATION TECHNIQUES, AND RECENT ADVANCES IN THEIR APPLICATIONS	**487**
Babita Gupta	THERMAL-SENSITIVE FOOD PRODUCTS FOR THERAPEUTIC APPLICATIONS	**488**
SHEHU Rukayya Aliyu	NUTRITIONAL COMPOSITION, PHYSICAL PROPERTIES AND ACCEPTABILTY OF TOMATOE PASTE ENHENCED WITH POTASH, BAKING POWDER AND ASH WATER	**489**
Miftakul Ulum	THE IMPACT OF HALAL FOOD ON THE HEALTHY LIFESTYLE OF MUSLIM COMMUNITIES	**490**
Madalina Alexandra DAVIDESCU Marius Gheorghe DOLIS Alexandru USTUROI Claudia PANZARU Bianca Maria MADESCU Ioana BOLOHAN	INTELLIGENT PACKAGING IN THE FOOD INDUSTRY: INNOVATIONS, BENEFITS, AND CHALLENGES	**491-492**
Tinatin Mshvidobadze	DIGITAL CULINARY IN CULTURAL COMMUNICATION	**493**
Bianca-Maria MADESCU Madalina Alexandra DAVIDESCU Ioana BOLOHAN (ACORNICESEI) Ioana Poroşnicu Paul Corneliu BOISTEANU	INNOVATIONS IN THE PRODUCTION AND PROCESSING OF ANIMAL-DERIVED FOODS: INTEGRATING SUSTAINABILITY AND TECHNOLOGY IN CONTEMPORARY GASTRONOMY	**494**
Gizem Esra ÇELİK	EATING HABITS BASED ON SENSORY EXPERIENCE	**495**
Ersun ERSOY	EVALUATION OF THE EFFECT OF LOCAL GASTRONOMY ON THE NUTRITION OF LICENSED SOCCER PLAYERS	**496-497**

Saniye POLAT Safak UNUVAR Birsen BULUT SOLAK	FOOD SAFETY IN THEORETICAL FRAMEWORK	**498-513**
Beyza İNAN Eyüp UYANIK Mehmet ESKİOCAK	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS ON GASTRONOMY AND INNOVATION	**514-515**
Durmuş BULDUR Alican AKÇİÇEK	REVIEW OF CURRENT STUDIES ON THE USE OF THREE-DIMENSIONAL PRINTERS IN FOOD PRODUCTION	**516-526**
Esra ÖZCANLAR	CLIMATE CHANGE AND FOOD SECURITY: SUSTAINABLE AGRICULTURE SOLUTIONS	**527-537**
Serap ÜNAL Ayşe Melike BİRCAN	A HERITAGE FROM THE PAST TO THE PRESENT: CLAY VESSELS IN GASTRONOMY CULTURE	**538-546**
Betül DEMİRELMA	CULTURAL CONTINUITY AND CULINARY HERITAGE: KEŞKEK IN THE CONTEXT OF SOCIAL RITUALS	**547-554**
Esra DEMİRCİOĞLU YILMAZ Nilüfer ŞAHİN PERÇİN	FROM TRADITION TO MODERNITY: AN EVALUATION ON THE CONCEPT OF INHERIVATION IN GASTRONOMY	**555-560**
Özkan DEMİR	ANALYSIS OF POSTGRADUATE THESES ON OTTOMAN CUISINE	**561-568**
Rasim ALDANMAZ	CONSUMER PROBLEMS AND CONSUMER RIGHTS IN TOURISM	**569-570**
Emine AKSAN ALDANMAZ	ARTIFICIAL MEAT: PRODUCTION, FOOD SAFETY AND CONSUMER ACCEPTANCE	**571-572**
Oluwasheyi, O. Akintunde, O.E. Olaomi, A.A. Agada, I.M. Audu, J.O. Adomokhe, I.S. Abdulrasheed, O.H. Mufutau, Y.A. Olowoniwa, C.M. James, D.S.	ANTIFUNGAL EFFICACY OF SECONDARY METABOLITES (TERPENOIDS, SAPONINS, ALKALOIDS AND FLAVONOIDS) OF Lantana camara AGAINST TOXIGENIC FUNGI ISOLATED FROM NIGERIA LOCAL RICE	**573-574**
M'hamed Majji Abdelhak Talha Brahim Aouziou Rachid Benkirane Hamid Benyahia	EVALUATING NEW CITRUS ROOTSTOCK SENSITIVITY TO PHYTOPHTHORA THROUGH IN VITRO STEM INOCULATION	**575**
Akintunde, O.E.		**576**

Oluwasheyi, O. Adomokhe, I.S. Abdulrasheed, O.H. Mufutau, Y.A. James, D.S.	ANTIFUNGAL POTENTIALS OF Anogeissus leiocarpus (AFRICAN BIRCH) METHANOL EXTRACT AGAINST GRAIN MOLD DISEASE OF Sorghum bicolor	
Hasna JINNOU Said ARIF Mohamed Achraf HASNAI	THE CONTRIBUTION OF MULTISPECTRAL DRONES TO PRECISION AGRICULTURE IN THE TADLA PLAIN : EFFICIENCY, BENEFITS, AND CHALLENGES	**577**
Maha Atiq Muhammad Bilal Hussain Farhan Saeed Bushra Niaz Marwa Waheed Nida Kanwal	CARDAMOM: A REVIEW OF ITS NUTRITIONAL VALUE, THERAPEUTIC EFFECTS AND FOOD APPLICATIONS	**578**
Nguyen Thi Huynh Phuong Nguy□n Th□ Bé Ba Lý M□ Tiên Lê Th□ T□ Quyên	FACTORS AFFECTING AGRITOURISM DEVELOPMENT IN THOT NOT DISTRICT, CAN THO CITY, VIETNAM	**579-589**
Nguyen Thi Huynh Phuong Hoang Th□ Dieu Thuy	RESIDENTS' PARTICIPATION IN AGRITOURISM DEVELOPMENT: THEORY AND APPLICATION	**590-603**
R.VIDHYALAKSHMI K.RAJAGANAPATHY	BOTANICAL SOLUTIONS FOR INFLAMMATION AND OXIDATIVE DAMAGE: A REVIEW OF MEDICINAL PLANTS	**604**
Seloua Essaih Belkassem El Amraoui et Rekia Belahsen	VALORIZATION OF TRADITIONAL RECIPES FOR DIFFERENT USES OF WILD EDIBLE PLANTS AMONG THE TAOUNAT POPULATION	**605**
Chigozie Jude ODUM	ECOTOURISM AND INDIGENOUS TOURISM: WHAT OPTION FOR TOURISM DEVELOPMENT IN EMERGING ECONOMIES?	**606**
Gjovalin DEDA Orgest ZAKA	ANALYSIS OF AGROTURISTIC CENTERS AND AGRICULTURAL PRODUCERS IN SHKODRA REGION: TERCONNECTION AND OPPORTUNITIES FOR RURAL TOURISM DEVELOPMENT	**607-619**
Aiswarya Gireesh	TEMPLE TOURISM AS A CATALYST FOR RURAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN KERALA	**620**

MARCELA MELE	TERRITORIAL FRAGMENTATION vs. AMALGAMATION: IS 'URBAN GROWTH MACHINE' A SOLUTION FOR TIRANA REGION, ALBANIA?	**621-627**
Melik Sami Khelil Sara Tallal Abdel Karim Bouzir	CULTURAL PLACEMAKING: ARCHITECTURAL STRATEGIES FOR ENHANCING CROSS-CULTURAL UNDERSTANDING	**628**
Bappy Chowdhury Shoumen Dhar Mehenaj Musa Abdur Rahman	INNOVATIVE FORMULATION OF BABY FOOD POWDER FROM INDIGENOUS RAW MATERIALS: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF NUTRITIONAL, FUNCTIONAL, AND SAFETY PROFILES	**629**
Sadiq, M. Singh, I.P Ahmad, M.M Sani, B.S	ADOPTION OF DIGITAL BANKING SERVICES AMONG RURAL WOMEN AGRIPRENEURS: A REVIEW	**631-642**
Sadiq, M. Singh, I.P Ahmad, M.M Sani, B.S	ORGANIC FARMING AND SUSTAINABLE AGRIBUSINESS: CREATING GREEN JOBS FOR SUB-SAHARAN AFRICAN YOUTH	**643-655**

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KAZ ETİNDEN YAPILAN YEMEKLER

Prof. Dr. Cavit ARSLAN
Selçuk Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, Hayvan Besleme ve Beslenme Hastalıkları Anabilim Dalı
ORCID: 0000-0002-1957-5520

ÖZET
Türkiye İstatistik Kurumu 2024 verilerine göre Türkiye'de 1.303.026 adet kaz bulunmaktadır. Türkiye'deki kaz sayısı etlik piliç, yumurta tavuğu ve hindi sayısından sonra dördüncü sırada yer almaktadır. Kaz yetiştiriciliği Türkiye'nin her yerinde yaygın olarak yapılmamaktadır. Türkiye'de kaz yetiştiriciliği bazı illerde (Kars, Muş, Diyarbakır, Ardahan) yaygın olarak yapılmaktadır. Kaz yetiştiriciliğinin yaygın olarak yapıldığı şehirlerde yaşayan insanların beslenmesinde kaz eti önemli bir yer tutmaktadır. Diğer kanatlılara göre farklı bir lezzet ve aromaya sahip olan kaz eti son yıllarda farklı et tatmak isteyen tüketiciler için de önemli bir alternatif oluşturmakta, hatta menüleri kaz etine dayalı olan lokantalar açılmaktadır. Kaz yemekleri çoğunlukla aynı yıl içerisinde yetiştirilen genç kazlardan elde edilen etlerden yapılmaktadır. Kaz yemekleri için kullanılan karkaslar çoğunlukla özel bir işleme tekniğine tabi tutularak elde edilmektedir. Kaz yemeklerinde klasik kesimlerden elde edilen "taze karkas" kullanılabildiği gibi daha yoğun olarak "kurutulmuş kaz karkası" veya "baskı kazı karkası" kullanılmaktadır. Kaz etinden yapılan yemekler, daha çok kaz yetiştiriciliğinin yaygın olarak yapıldığı şehirlerin mutfak kültürüne dayalı geleneksel yemeklerdir. Kaz etinden en yaygın olarak yapılan yemeklerin başında fırında kaz kızartması ve tandırda kaz kızartması (Tandırda Kaz Asması) gelmektedir. Bunların dışında kaz etinden, kaz kızartması, kaz dolması, kaz tiridi ve kaz çekmecesi adı verilen yemekler de yapılmaktadır. Kaz etinden yapılan yemekler daha çok kış aylarında tüketilmektedir. Kaz yemeklerine olan talep her geçen gün artmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Kaz eti, kaz yemekleri, geleneksel kaz yemekleri.

MEALS MADE FROM GOOSE MEAT

ABSTRACT
According to the 2024 data of the Turkish Statistical Institute, there are 1,303,026 geese in Turkey. The number of goose in Turkey ranks fourth after the number of broiler chickens, laying hens and turkeys. Goose raising is not widely practiced in every part of Turkey. It is widespread in some cities of Turkey (such as Kars, Muş, Diyarbakır, Ardahan). Goose meat has an important place in the diet of people living in cities where goose breeding is common. Goose meat, which has a different flavour and aroma compared to other poultry, has been an important alternative for consumers who want to taste different meat in recent years, and even restaurants whose menus are based on goose meat have been opened. Goose meals are mostly made from the meat obtained from young geese raised in the same year. The carcasses used for goose meals are usually obtained by subjecting them to a special processing technique. In the goose meals, "fresh carcass" obtained from classical slaughtering can be used, but more commonly "dried goose carcass" or "pressed goose carcass" is used. Meals made from goose meat are traditional meals based on the gastronomy culture of cities where goose breeding is widespread. The most common meals made from goose meat are roasted goose in the oven and roasted goose in the tandoor (Tandoor Goose Hanging). Apart from these, meals called roasted goose, stuffed goose, goose tirit and goose drawer are also made from goose meat.

Meals made from goose meat are mostly consumed in the winter months. The demand for goose meals is increasing day by day.
Keywords: Goose meat, goose meals, traditional goose meals.

GİRİŞ

Kaz yetiştiriciliği ülkemizin Kuzey Doğu Anadolu bölgesinde (Kars, Ardahan, Ağrı) yaygın olarak yapıldığı için, doğal olarak geleneksel kaz yemekleri de bu bölgenin mutfak kültürüne dayanmaktadır. Özellikle Kars ve Ardahan yöresinin mutfak kültürünün en önemli yemeklerinden olan kaz yemekleri oldukça lezzetli ve besleyicidir. Yöre insanının kış beslenmesinde geniş bir yer tutar (Belli ve Belli, 2018, Özbay ve ark 2020). Misafirlere ve statüsel olarak daha önemli sayılan insanlara yapılan yemek ikramlarında ve özel toplantılarda kaz yemekleri ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Son yıllarda Kars ilinde kaz etine dayalı menüleri olan özel lokantalar açılmış ve bazı modern otellerin yemek menüleri arasına kaz eti girmiş durumdadır (Özbay ve ark 2020).

Kaz yemeklerinde kullanılan kaz karkaslarının tamamına yakını aynı yıl içinde yetiştirilen yaklaşık 6-8 aylık genç kazlardan elde edilir. Bir adet kaz karkasından genellikle 4 porsiyon yemek elde edilir. Porsiyon sayısına göre kaz karkası bütün, yarım veya çeyrek olarak pişirilir.

KAZ KARKASININ ELDE EDİLMESİ VE İŞLENMESİ

Ekim ayı başından itibaren yaklaşık 1 ay süreyle arpa, buğday, mısır, bayat ekmek gibi enerji bakımından zengin yemler verilerek semirtilen kazlar ilk kar yağdıktan sonra kasım ayı içerisinde kesilirler. Kuzey Doğu Anadolu bölgesinde "*kazın karnı kara değmeden kesilmez*" ve "*kar yiyen kazın etinin daha lezzetli olur*" şeklinde sosyo-kültürel bir gerçek te bulunmaktadır (Arslan 2013, Diker ve Deniz 2017). Kazların tüyleri elle veya tüy yolma makinasıyla yolunur. Elle yapılan tüy yolma işleminde kazlar kaynar su dolu kazanlara birkaç kez daldırılarak daha kolay yolunmasını sağlar. Gövdede kalan ince tüyler alevli ateşte veya pürmüzle ütülür. Halk arasında ütme işlemine "*duruzlama*" veya "*alazlama*" denir. Yanan tüylerin ve tüy köklerinin giderilmesi için kazın gövdesi uygun bezle sertçe ovularak temizlenir ve soğuk suyla yıkanır. Karın kısmı açılıp iç organların tamamı ve iç yağı elle çıkartılarak karkas elde edilir. Karkaslar soğuk su ile yıkanarak temizlenir. Yıkanan karkaslar serin bir yerde birkaç saat bekletilerek suyunun süzülmesi/kuruması sağlanır (Anonim, 2025). Suyu kurumuş karkaslar üç farklı şekilde işleme tabi tutulabilir.

1. Kurutulmuş Kaz

Her bir karkas için iriliğine bağlı olarak yaklaşık 200-250 g tuz, karkasın iç ve dışı kısmındaki tüm yüzeylere elle sürülmektedir. Tuzlanmış karkaslar uygun büyüklükte bir kap içerisinde hava sirkülasyonu olan serin bir yerde veya buzdolabında 2 gün süreyle bekletilmektedir. Bekleme süresince tuz karkasa işlemekte, ayrıca sızıntı şeklinde kanlı su akışı olmaktadır. Bekletme süresi sonunda bacaklarına ip bağlanarak açık alanda güneş alan bir balkon veya çatı saçağı altına asılarak ayazda kurumaya bırakılmaktadır (Resim 1, Üst sıra). Kurutma hava şartlarına bağlı olarak 5-10 gün kadar sürmektedir. Kurutma aşamasında bozulmanın önlenmesi için karkasın tüm yüzeyinin mutlaka güneşle temas ettirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde elde edilen karkas halk arasında "*kurutulmuş kaz*" olarak adlandırılmaktadır (Resim 1, Alt sıra, Arslan 2013, Bayrak 2015). Kurutma işlemi süresince karkas %15-20 fire vermekte ve yaklaşık 2.2-2.8 kg ağırlığında karkas elde edilmektedir. Kurutma süresince etin su miktarı azalıp, kuru madde miktarı artmaktadır. Artan kuru madde miktarına paralel olarak yağ oranı artmaktadır (Anonim, 2025). Kurutuşmuş kaz, Kuzey Doğu Anadolu Bölgesinde çok değerli bir et olarak kabul edilmekte ve bölge halkı tarafından sevilerek tüketilmektedir.

Resim 1. Kaz karkasının kurtulma aşaması (üst sıra) ve kurtulmuş kaz karkası (alt sıra).



Kurutulmuş kaz karkasının genel görüntüsü ve göğüs eti kesit yüzeyi rengi, normal kaz eti rengine göre daha koyudur. Halk arasında bu durum "*göğerme*" olarak ifade edilmektedir. Kurutulmuş kaz karkası; iç kısmı koyu kırmızı-bordo renkte, kaba lifli yapıda, tuzlu ve keskin kokuludur. Kazların kurutulması sırasında kas dokusunda bulunan miyoglobin oksijen/hava ile temas ederek oksidasyona uğramakta ve et yüzeyinde pigment konsantrasyonu artarak rengi koyulaşmaktadır (Anonim, 2025). Kurutulmuş kaz karkası serin bir ortamda muhafaza edilmeye uygundur, dipfirizde muhafaza edilmesine gerek yoktur. Bölge halkı kurutulmuş kazı serin bir depoda, ahşap sandıklar içinde, hatta açık alanlarda ahşap sandıklar içerisinde muhafaza etmektedir (Resim 2, Diker ve Deniz 2017).

Resim 2. Geleneksel yöntemle ahşap kasalarda kaz karkasının muhafaza edilmesi.

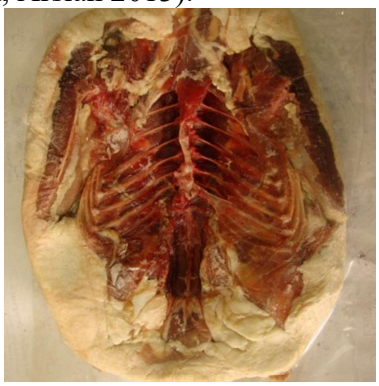


2. Baskı Kazı

Son zamanlarda kurutulmuş kaz karkasındaki renk koyulaşmasının önlenerek normal rengin ve karkastaki su oranın mümkün olduğunca doğal haline yakın olarak muhafaza edilmesi, tuzluluk oranının azaltılması amacıyla halk arasında "*baskı kazı*" olarak adlandırılan, kurutulmuş kaz yönteminden biraz daha farklı bir karkas işleme yöntemi yaygınlaşmaya başlamıştır. Baskı kazı elde edilmesi ana hatları şu şekilde yapılmaktadır.

Tüylerin yolunma ve ütülmesi ile gövdenin yıkanması ve iç organların çıkartılıp karkasın elde edilmesi aynen kurutulmuş kazlardaki gibi yapılmaktadır. Bu yöntemde, bir karkas için yaklaşık 100-150 g tuz karkasın her tarafına elle sürülmekte ve tuzlanan karkaslar 8-10 tanesi göğüsleri yere bakacak pozisyonda üst üste konularak 4-5 gün süreyle hava sirkülasyonu olan (İşlemin yapıldığı ortamın pencereleri sürekli açık tutularak hava sirkülasyonu sağlanır (Anonim 2025)) serin bir ortamda bekletilmektedir. Bekletilme süresince tuz karkasa işlemekte ve oluşan tuzlu su, sızıntı şeklinde karkasların üzerinden akmaktadır. Bu sürenin sonunda karkaslar tek tek bacaklarından iple bağlanıp 1 gün süreyle açık havada çatı saçağı veya balkon gibi bir yerde kısmi kurutmaya bırakılmaktadır. Bir gün kurutulduktan sonra derin dondurucularda muhafaza edilmektedir. Baskı yöntemiyle elde edilen karkaslar bozulmanın önlenmesi için mutlaka derin dondurucuda muhafaza edilmektedir. Baskı kazılarının göğüs eti kesit yüzeyi rengi ve görüntüsü hemen hemen taze kesimdekine benzemekte, karkasın kuru maddesi daha az ve tuz miktarı daha düşük olmaktadır (Resim 3). Baskı yöntemiyle elde edilmiş karkaslar özellikle tansiyon ve kalp rahatsızlıkları gibi hastalıkları olan insanlar için daha uygun olmakta ve bu tür ürünlere karşı olan talepler gün geçtikçe artmaktadır. Talep artışına bağlı olarak kurutulmuş kaz yerine baskı kazı yöntemine doğru bir kayış bulunmaktadır.

Resim 3. Baskı yöntemiyle elde edilmiş kaz karkası (Sol dıştan görünüş, Sağ içten görünüş, Orijinal, Arslan 2013).

3. Taze Kaz Karkasının Dondurulması

Bu yöntemde taze olarak elde edilen karkas tıpkı etlik piliçler karkaslarının dondurulmuş halindeki gibi derin dondurucularda -18 °C'de muhafaza edilebilir. Ancak pratikte bu tür bir muhafaza şekli yaygın değildir.

KAZ YEMEKLERİ

En yaygın yapılan kaz yemekleri kurutma veya baskı yöntemiyle elde edilen karkaslardan yapılan yemeklerdir. Taze karkaslardan yapılanları nadirdir. Kaz karkasından isteğe bağlı olarak çok farklı yemekler yapılmaktadır. Hatta etlik piliçlerde yapılabilen tüm pişirme yöntemleri kazlar içinde uygulanabilir. Kazların pişirilme süresinin etlik piliçlere göre 3-4 kat daha uzun sürdüğünün bilinmesinde yarar vardır.

Diğer bir husus ise kaz yemeklerinin genellikle kar yağdıktan sonra kış aylarında daha yoğun bir şekilde yenildiğidir (Özbay ve ark 2020, Saatci ve ark 2021).
Bu bildiride kurutulmuş kaz ve baskı kazı olarak hazırlanmış kaz karkasından geleneksel ve yaygın olarak yapılan kaz yemekleri üzerinde durulmuştur. Bahsedilecek kaz yemeklerinin özellikle Kars ve Ardahan illerimizde yaygın olarak kullanılan geleneksel kaz pişirme yöntemlerine dayalı olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır (Aral ve Aydın 2007, Arslan 2013, Diker ve Deniz 2017, Özbay ve ark 2020). Söz konusu kaz yemeklerinin hazırlanışı hakkında aşağıda bilgi verilmiştir. Bu yemekler içinde en yaygın olanları fırında kaz ve tandırda kazdır.

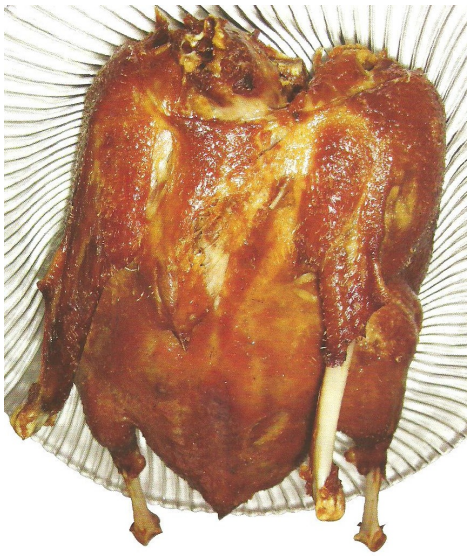
1. Fırında Kaz Kızartması

Kaz etinden yapılan yemekler içerisinde en yaygın olanlardan birisi fırında kaz kızartmasıdır. Fırında kaz kızartması yapılırken pişirmeden önce karkaslar bol soğuk su ile üzerimdeki tuzların giderilmesi için özenle yıkanır. Daha sonra uygun büyüklükte bir kapta su içerisinde 2-3 saat bekletilerek karkastaki tuzun suya geçmesi sağlanır. Suda bekletildikten sonra karkasın her tarafı bol ılık su ile özenli bir şekilde tekrar yıkanılarak kalan tuzlarında uzaklaştırılması sağlanır. Tuz alma işlemi tamamlandıktan sonra karkas uygun büyüklükte bir tencerede 2-2.5 saat, düdüklü tencerede ise yaklaşık 45 dakika kısık ateşte haşlanır (Resim 4).
Haşlama tamamlanınca haşlama suyu başka bir tencereye alınır. Haşlama sularından (yağlı bir sudur) isteğe ve bulunabilirlik durumuna bağlı olarak kavulca pilavı, bulgur pilavı, nohutlu bulgur pilavı, pirinç pilavı gibi çeşitli pilavlar yapılır. Pilav tam pişme aşamasına gelmeden, sulu iken (suyunu tam olarak çekmeden, tane tane olmadan) pişirmeye ara verilir veriler. Tam olarak pişmemiş pilav metal bir tepsi üzerine dökülür. Üzerine haşlanmış kaz karkası bütün halde sırtı yukarı bakacak şekilde konulur. Kızartma sonunda derinin iyi kızarık görünümde olması için (nar gibi) yarım limonun kesilmiş kısmı karkasın deri yüzeyine sürülür. Karkas derisi altın sarısı rengine ulaşıncaya kadar tercihen odun ateşi ile ısınan fırında (250 °C civarında), yoksa elektrikli fırında 250 °C'de kızartılır (Resim 5). Pişirme aşamasında pilavın pişmesi tamamlanır ve pilav dinlenir, karkasta bulunan yağlar eriyerek pilava geçerek lezzetini daha da artırır. Karkas tepside tek olarak ta kızartılabilinir. Kızarmış kaz eti sıcak olarak servis edilir. Fırında kaz kızartmasının yanında genellikle turşu yenilmekte ve hoşaf (kayısı, erik, üzüm) içilmektedir.

Resim 4. Haşlanmış kaz karkası, (Kaynak: Belli ve Belli, 2012).



Resim 5. Fırında kızartılmış kaz karkası, (Kaynak: Belli ve Belli, 2012).



2. Tandırda Kaz (Tandırda Kaz Çekmesi = Tandırda Kaz Asması)

En yaygın kaz pişirme yöntemlerinden birisidir. Tandırda kaz pişirirken, fırında kaz kızartmasında olduğu gibi yıkama ve suda ıslatma, tekrar yıkama işlemleri yapılır. Yine karkas 2-2.5 saat suda haşlanır. Haşlama suyu (yağlı bir sudur) tercihen bakır veya güveç tencereye aktarılır. Bu tencerenin içine temizlenip yıkanmış bulgur (isteğe bağlı olarak kavulca veya pirinç) konulur. İçine bulgur konulan tencere, ön pişirme yapmadan, daha önceden odunları yakılıp köz haline gelmiş tandırın tabanına konur, yeterli miktarda su ilave edilir (Tandır: 1-1.5 m derinliğinde kesik huni şeklinde kırmızı topraktan yapılmış bir ocaktır. Ağız kısmı toprak yüzeyinden 5-10 cm yukarıda kalacak şekilde toprağa gömülür). Daha önceden haşlanan kaz karkası bacak uçlarından bir tel yardımıyla bağlanarak veya demir bir kancanın sivri ucu karkasın arka kısmından geçirilerek tandırın içine sarkıtılır (Resim 6). Sarkıtılan karkasın pilav tenceresinin tam ortasına gelecek şekilde olmasına dikkat edilir. Telin ucu veya demir kanca tandırın ağzına yatay olarak uzatılan demir çubuğa tutturularak asma işlemi tamamlanır. Tandırın ağzı kapatılarak pişmeye bırakılır. Bulgur tenceresindeki suyun bir kısmı kaynayıp buharlaştığı için tandır içinde dolaşan buhar, kaz etinin fazla kurumadan pişmesini sağlar. Ayrıca pişme sırasında kazın yağı bulgura damladığı için bulgurun lezzeti daha da artar. Deri incelip altın sarısı renge dönüşünceye kadar pişirmeye devam edilir. Yaklaşık pişirme süresi 30-45 dakika arasıdır. Pişen bulgur pilavı geniş bir tepsinin üzerine dökülür. Tandırda pişen kaz karkası bütün olarak veya parçalanarak pilavın üzerine konur. Sıcak olarak servis edilir. Fırında kaz kızartmasında olduğu gibi servisin yanında turşu yenilmekte ve hoşaf (kayısı, erik, üzüm) içilmektedir.

Resim 6. Tandır, tandırda pişirilmiş kaz ve bulgur pilavı (Kaynak: Anonim 2013)



3. Kaz Kızartması

Kaz kızartması yemeğinde de, fırında kaz/tandırda kaz yemeklerinde olduğu gibi ön yıkama, suda bekletme ve bol ılık su ile tekrar yıkama aşamaları yapılır. Karkas küçük parçalara (8-10 parça) ayrılır. Tencerede (tercihen bakır tencere) kısık ateşte yaklaşık 2-3 saat haşlanılır. Pişme kontrol edilerek haşlama süresi uzatılıp kısaltılabilir. Haşlama suyu başka bir tencereye alınır. Karkas parçaları ilk tencerede kendi yağını bırakıncaya kadar kızartılır (Resim 7). Tencerenin dibinin tutmaması için başka bir tencereye alının haşlama suyunun üst yüzeyine çıkan yoğun yağlı sudan 6-8 yemek kaşığı su aktarılabilir. Başka bir tencereye alınan haşlama suyundan pilav yapılabilir. Kaz kızartması; pilav, kaz iç yağında kızartılmış patates ile servis edilebilir.

Resim 7. Kaz kızartması (Kaynak: Anonim 2015)



4. Kaz Dolması

Kaz dolması yaygın olmayan bir kaz yemeği çeşididir. Hindide yaygın olarak yapılır. Göğsü açılmadan sadece karın kısmı açılarak iç organları alınan ve içi yıkanan kaz karkası bir tencerede 2-2.5 saat kadar haşlanır. Başka bir tencerede ince kıyılmış soğan, yağda hafif kavrulur. Üzerine doğranmış kaz ciğeri, dalak, kalp ilave edilerek biraz daha kavrulur. Karışımın içine ayıklanmış ve yıkanmış pirinç, kuş üzümü, çam fıstığı ve tuz ilave edilerek biraz daha kavrulur. Pilavının üzerine kaz haşlama suyundan ilave edilerek iç pilav yapılır.

Elde edilen iç pilav kazın göğüs ve karın boşluğuna doldurulur. Kaz fırında altın sarısı renk oluşuncaya kadar 250 °C'de kızartılır ve servis edilir (Resim 8).

Resim 8. Kaz dolması, (Kaynak: Belli ve Belli, 2012).



5. Kaz Tiridi

Kurutma veya baskı yöntemiyle elde edilmiş kaz karkası pişirmeden önce bol soğuk su ile yıkanır ve 2-3 saat uygun büyüklükte bir kapta suya ıslatılır. Sürenin sonunda bol ılık su ile tekrar yıkanarak tuzunun uzaklaşması sağlanır. Karkas suda 2-2.5 saat kadar kısık ateşte haşlanılır. Haşlama suyuna 2 adet kabuğu soyulmuş ve tepe kısmına birkaç bıçak kesiti atılmış kuru soğan, 2 adet defne yaprağı, 15 adet karanfil, 15 adet karabiber ilave edilir. Büyükçe bir tepsiye rulo yapılmış lavaş ekmeği veya yufka ekmek 2-4 cm uzunluğunda doğranarak kesit yüzeyleri dik olacak şekilde yan yana dizilir. Haşlama suyu tepsideki lavaş/yufka ekmeklerin üzerine kepçe yardımıyla dökülür. Üzerine sarımsaklı yoğurt dökülür. Sarımsaklı yoğurdun üzerine tereyağında kızartılmış salça veya kırmızı toz biber dökülür. Tepsinin en üstüne haşlanmış kaz karkasın didiklenmesiyle elde edilen etler konularak sıcak olarak servis edilir (Resim 9).

Resim 9. Kaz tiridi (Anonim 2025).



Kaz tiridinin Samsun yöresine ait farklı bir versiyonu da bulunmaktadır. Coğrafi işarette almış olan bu kaz tiridine "*askıda kaz tiridi*" denilmektedir. Askıda kaz tiridi, odun ateşinde ocakta yapılır. Odunların köze döndüğü aşamada haşlanmış kazlar bacaklarından asılarak közün önüne yakın bir mesafede kendi ekseni etrafında döndürülerek pişirilir. Bu arada eriyen yağları toplamak için alta metal bir tepsi konulur. Etin kurumaması için tepside toplanan yağ büyük bir kaşık yardımıyla sık sık karkasların üzerine dökülür. Kızarma tamamlanınca (nar gibi kızarınca) pişirmeye son verilir. Kızarmış etler elle kemikten ayrılarak iri olanlar bıçakla doğrandıktan sonra kendi yağında kısa bir süre karıştırılarak sunuma hazır hale getirilir (Resim 10). Sunum bulgur pilavı üzerine kaz eti ve tabağın yan tarafına yufka ekmek konularak yapılır. Yufka ekmekler kaz yağına batırıldıktan sonra servis tabağına konulur. Yanında turşu ve ayran sunulmaktadır.

Resim 10. Kaz tiridi, (Anonim, 2013, 2025).



6. Kaz Çekmecesi

Kurutma veya baskı yöntemiyle elde edilen kaz karkasları 8-10 adet iri parçalara bölünür. Pişirmeden önce soğuk su ile tizce yıkandıktan sonra 2-3 saat kadar suda ıslatılır. Süre sonunda tekrar ılık su ile yıkanarak tuzu hafifletilir. Kısık ateşte yaklaşık 2 saat haşlanılarak pişirilir. Pişme kontrol edilerek haşlama süresi uzatılıp kısaltılabilir. Haşlanmış karkas parçaları ve haşlama suyu tencerede iken tencereye kavulca veya pirinç ilave edilerek kısık ateşte pişirmeye devam edilir. Bulgurlar tane tane oluncaya kadar pişirmeye devam edilir. Pişme tamamlanınca sıcak olarak servis edilir. Fırında kaz yemeğinde olduğu gibi servisin yanında turşu yenilmekte ve hoşaf (kayısı, erik, üzüm) içilmektedir.

7. Kaz Ciğeri

Kars yöresinde sadece kaz karaciğerinden yapılmakta olan özel bir yemek bulunmamaktadır. Oldukça besleyici ve kaz için özel, değerli bir organ olan kaz karaciğeri kazların ilk kesimleri sırasında, taşlık, dalak, kalp gibi diğer iç organlarla birlikte yenmektedir. Söz konusu iç organlar daha çok suda haşlanarak, pilav üstüne konularak ya da haşlama suyuna bulgur konularak iç organlı pilav yapılarak yenilmektedir. Ayrıca haşlanan iç organlar lavaş ekmeği içine konularak dürüm şeklinde de yenilmektedir.

8. Kaz Yağı

Tıpkı kaz eti gibi, yüzlerce yıldan beri geleneksel mutfak kültüründe sevilerek kullanılan kaz yağı, yemeklere çok büyük bir lezzet vermektedir. Kars'ta kış mevsiminin çok sert ve uzun geçmesinden dolayı kaz yağı ile pişirilen çorba, bulgur pilavı, sulu yemek çeşitleri, hamur işleri, kuymak ve helva hem lezzetli hem de çok besleyicidir. Kaz yağı çeşitli yemeklerin yapımında kullanılabileceği gibi patates kızartması yapımında da kullanılır (Arslan 2013, Diker ve Deniz 2017).

9. Kaz Kafası ve Ayağı

Kazların kafası ve ayakları yöresel pişirme teknikleriyle pişirilerek tüketilmektedir. Kazın ayağı tüy bitiminden kesilir. Sıcak suda haşlanır. Derisi çıkarılır, tırnakları kesilir. Kazın kafası sıcak suya sokulup çıkarılır. Tüyleri yolunur ve satırla ortadan ikiye bölünür, yıkanır. Kafa ile ayaklar suyla beraber tencerede pişirilir. Suyu ile beraber bir kaba alınır. Pilavlık bulgur yıkanıp tereyağı ve soğanla tencerede kavrulur; küp şeklinde doğranmış bir patates ilâve edilir. Bir miktar tuz ile ayak ve kafanın suyu bu karışıma eklenir. Suyu çekilinceye kadar pişirilir, tepsiye alınır. Kazın ay akları ve kafası kenarlara dizilerek servis yapılır (Diker ve Deniz, 2017).

KAYNAKLAR

Anonim: http://www.nethabercilik.com/haber/turistlerden-kaz-etine-buyuk-ilgi.htm. Erişim tarihi: 28.05.2013.

Anonim: https://www.youtube.com/watch?v=HGLaKKEl_NI. Erişim tarihi: 07.03.2025.

Anonim: https://kars.tarimorman.gov.tr/Menu/47/Karsin-Cografi-Isaretli-Urunleri. Erişim Tarihi: 07.03.2025.

Anonim: https://kars.ktb.gov.tr/tr-54860/kars-yoresi-yemek-kulturu.html. Erişim Tarihi: 21.04.2025.

Aral Y, Aydın E, (2007), Türkiye'de kaz yetiştiriciliğinin ekonomik önemi ve kaz ürünlerinin değerlendirme olanağı, Veteriner Hekimler Derneği Dergisi, 78(3), s: 31-38.

Arslan C. (2013). Kaz Besleme ve Yetiştiriciliği. Genişletilmiş İkinci Baskı, Medipress, ISBN: 978-975-6676-48-6, Malatya.

Bayrak MF (2015). Doğu Anadolu Yemekleri. Alfa Yayınları, Barkod: 9786051069470.

Belli G.S, Belli O. (2012). Kars Bölgesinde kaz kültürü ve kaz etinden yapılan geleneksel yemekler. ISBN 978-605-86563-07, Atölye ofset, Şişli-İstanbul.

Belli G.S, Belli O. (2018). Ağrı geleneksel mutfak kültürü ve yemekleri. TC Ağrı Valiliği, İstanbul.

Diker O, Deniz T (2017). Kars kültürel ve gastonomik kimliğinde kaz, Doğu Coğrafya Dergisi, 22 (38): 189-204.

Kaygısız G.: Yüz yüze görüşme. 27.05.2013

Özbay, G. Semint, C. Semint, S. (2020). Ardahan gastronomik yapısı içinde bir kış lezzeti: Ardahan Kazı. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24 (2), 675-687.

Saatcı M, Tilki M, Sarı M, Şahan Yapıcıer Ö. (2021). Her Yönüyle Kaz Yetiştiriciliği. II. Baskı. Kutlu & Avcı Ofset Ltd. Şti., ISBN: 978-605-9447-83-6, Antalya.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KONYA EFSANELERİNDE YİYECEK VE İÇECEKLER

Doç.Dr. Haktan KAPLAN
Selçuk University, Faculty of Letter, Department of Turkish Language
ORCID: 0000-0001-6693-6766

Özet

Türkler tarih boyunca pek çok farklı coğrafyada yaşamış ve devletler kurmuşlardır. Bu durum Türklerin çeşitli milletlerle kültürel alışveriş yapmasına olanak sağlayarak din, dil, gelenek-görenek, yeme-içme kültürü gibi birçok kültürel unsurların etkileşimine aracılık etmiştir. Yeme-içme kültürü de karşılıklı etkileşimin sık yaşandığı alanlardan birisidir. Farklı coğrafyalarda farklı toplumlarla iç içe yaşamak, mutfak kültürünün zenginleşmesini sebep olmaktadır. Türk kültürü de bu durumdan nasibini almış ve birçok farklı kültürel unsuru yeme-içme kültürüne dahil ederek sözlü kültür ürünlerine yansıtmıştır. Bu sözlü kültür ürünlerinden biri de şüphesiz efsanelerdir.

Bu çalışmada öncelikle efsane kavramı üzerinde durulmuş, sonrasında Konya efsaneleri özelinde, efsanelerde yer alan yiyecek ve içecekler tespit edilmiştir. Çalışmanın devamında Konya efsanelerinde tespit edilen yiyecek ve içecekler Türk kültürü minvalinde yorumlanmıştır. Bu çalışmanın yöntemi ise nitel araştırma deseninde ve doküman incelemesi ile metoduyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak Seyit Emiroğlu'nun Saim Sakaoğlu danışmanlığında hazırladığı "Konya Efsaneleri" adlı yüksek lisans tezi, Vahdi Özer'in Karaman Efsaneleri, Mehmet Önder'in "Konya Efsaneleri" ve Atilla Kartal'ın "Konya Halk Kültüründe Türbeler Etrafında Oluşan İnanç ve Uygulamalar" adlı kitapları doküman analiz yöntemiyle incelenmiştir. İncelemeler sonucunda elde edilen veriler öncelikle yiyecek-içecek olarak sınıflandırılmış, sonrasında ise yiyecekler farklı kategorilerde ele alınmıştır. Bu kategoriler kendi içerisinde elde edilen verilerden hareketle *tahıllar, yemekler, etler, meyveler, sebzeler, unlu mamuller* ve *diğerleri* olarak tasnif edilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda örneklem olarak çalışma dahil ettiğimiz 386 Konya efsanesinden elde edilen bulgulara göre efsanelerde en fazla geçen içeceğin su, yiyeceğin de ekmek olduğu görülmüştür. Efsanelerde ekmeğin ve suyun temel besin maddesi olarak kullanılmasının yanında; ekmeğin nimet, suyun da kutsal ve şifalı olduğuna değinilmiştir. Buradan hareketle Türk yemek kültürünün temel yapı taşı olan ekmek ve suyun efsanelerde de en sık kullanılan gastronomi unsuru olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konya efsaneleri, yiyecek, içecek, gastronomi, Türk kültürü.

FOOD AND BEVERAGE IN KONYA LEGENDS

Abstract

Turks have lived in many different geographies and established states throughout history. This situation has mediated the interaction of many cultural elements such as religion, language, traditions, food and beverage culture by allowing Turks to exchange culturally with various nations. Food and beverage culture is also one of the areas where mutual interaction is frequently experienced. Living together with different societies in different geographies causes the enrichment of culinary culture. Turkish culture has also had its share of this situation and has included many different cultural elements in the food and beverage culture and reflected it in oral culture products. One of these products of oral culture is undoubtedly legends.

In this study, first of all, the concept of legend was emphasized, and then the food and beverages in the legends were determined, especially in the legends of Konya. In the continuation of the study, the food and beverages identified in the legends of Konya were interpreted in the form of Turkish culture. The method of this study was carried out in qualitative research design and document analysis method. In the study, Seyit Emiroğlu's master's thesis titled "Konya Legends" prepared under the supervision of Saim Sakaoğlu, Vahdi Özer's "Karaman Legends", Mehmet Önder's "Konya Legends" and Atilla Kartal's "Beliefs and Practices Formed Around Tombs in Konya Folk Culture" were examined by document analysis method. The data obtained as a result of the examinations were first classified as food and beverage, and then the foods were handled in different categories. These categories are classified as cereals, meals, meats, fruits, vegetables, bakery products and others based on the data obtained within themselves. As a result of the research, according to the findings obtained from 386 Konya legends, which we included in the study as a sample, it was seen that the most common beverage in the legends was water and the food was bread. In addition to the use of bread and water as basic nutrients in legends; It has been mentioned that bread is a blessing and water is sacred and healing. From this point of view, it has been concluded that bread and water, which are the basic building blocks of Turkish food culture, are the most frequently used gastronomic elements in legends.
Keywords: Konya legends, food, beverage, gastronomy, Turkish culture.

Giriş

Yemek, biyolojik bir ihtiyaç olmanın ötesine geçerek kültürel kimliğin bir göstergesi, toplumsal tabakalaşmanın yansıması ve ritüellerin bir parçası hâline gelmiş bir unsurdur. Toplumların tarihsel gelişimi boyunca yemek, farklı anlamlar kazanmış ve çeşitli toplumsal ritüellerin/törenlerin merkezinde yer almıştır. Yemek, insan yaşamının temel bir unsuru olmasının ötesinde, toplumsal iletişimin de merkezindedir. Yemek sosyolojisi, dönüşüm sürecini bireylerin ve toplumların yemek üzerinden kendilerini ifade etme biçimlerini anlamaya ve anlatmaya çalışır. Bu durumu toplumların sözlü ve yazılı kültürel ürünlerinde görmek mümkündür (Celayir, 2024, s. 60-62).

Yemek, kültürel kimliğin hem aktarıcısı hem de ifade edicisidir. Her toplum tarihsel, coğrafi ve ekonomik koşullarına bağlı olarak kendine has yemek kültürleri geliştirmiştir. Örneğin; Türk mutfağı, Osmanlı Devleti'nin kozmopolit yapısını ve Anadolu'nun yerel lezzet ve kaynaklarını bir araya getirerek zengin bir yapı oluşturmuştur. Yemek tarifleri, sadece lezzetleri değil, aynı zamanda bir toplumun değerlerini ve hikâyelerini de taşır.

Toplumda düzenlenen törenlerde verilen yemek ziyafetleri bu ritüeller ve törenler açısından kült kabul edilebilecek uygulamalardandır. *Bayram yemekleri, düğün yemekleri, cenaze yemekleri* vb. düzenlenen bazı etkinlikler, toplum bilincini şekillendirir. Örneğin; Ramazan ayında iftar sofraları sadece bir yeme içme etkinliği değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmanın bir yansımasıdır.

Yemeklerde kişilerin oturacakları yerler de yemek sosyolojisi bağlamında ele alınabilir. Örneğin; Orta Asya Türk devletlerinde hükümdarlar tarafından düzenlenen toylar hem eğlence amacı ile yapılan yemeklerdir hem de devletle ilgili önemli konuların görüşüldüğü kararların verildiği yemeklerdir. Ancak devlet işlerinin görüşüldüğü toylar elbette ki belirli bir hiyerarşik düzene göre yürütülecektir. Bu tarz bir hiyerarşi olan davette de kişilerin oturacakları yerler bellidir. Hükümdarlar yahut ailenin en etkili en deneyimli kişileri "Tör" adı verilen ve en yüksek mertebe kabul edilen yerlerde otururdu. Hükümdarın sağ ve sol yanları da elbette belirli simgesel anlamlar ifade ederdi.

Örneğin Atilla'nın düzenlediği toylarda en hürmetli kişiler sağ tarafına diğerleri sol tarafına oturduğundan bahsedilir (Beşirli, 2011, s.143-144).

Sağ ve sola oturtma kavramı ile ilgili Dede Korkut Hikâyelerinde de örnekler vardır. *Bay Büre Oğlu Bamsı Beyrek Hikâyesi'*nde "Sağda oturan sağ beyleri, sol kolda oturan sol beyleri! Eşikteki inaklar! Meclisin dibindeki Has Beyler" şeklinde bir bölüm de yer almaktadır (Ergin, 2005). Benzer şekilde yemekli davetlerde ya da ritüellerde oturma düzenine dair detaylara Babürname'de de rastlamak mümkündür.

Türk toplumunda yemek törenlerinde oturma düzeninden sonra gelen bir diğer husus ise yiyeceklerin kimlere nasıl pay edileceğidir. Hayvansal tüketimin temel besin kaynağı kabul edilen Bozkır topluluklarında değerli bir besin maddesi olan etin, elde edildiği hayvana göre bölgesel olarak değeri söz konusudur. Etin en değerli kısmının en önemli kişilerden başlanarak yine hiyerarşik ve alt basamağa yayılacak şekilde dağıtıldığı bilinmektedir

Türk kültüründe yemek sosyolojisini sadece hükümdarın yahut devletin yüksek zümrelerinin ayrıcalıkları, oturma düzeni ve etin en güzel kısmı olarak sınırlandırılmamıştır. Bazı avların yahut yiyeceklerin yalnızca hakana özel olması da söz konusudur. Bu konuya örnek olarak bazı geyik türlerinin yalnızca hükümdarlar tarafından avlanabileceği yasağı verilebilir. Orhun Yazıtları'ndan Tonyukuk Yazıtı'nın güney cephesinde *"Geyik yiyerek, tavşan yiyerek oturuyorduk. Milletin karnı tok idi"* ifadeleri örnek olarak gösterilebilir (Beşirli, 2011, s. 147-148).

Yemek sosyolojisi, bireylerin yeme alışkanlıkları aracılığıyla kimliklerini nasıl ifade ettiklerini, bu alışkanlıkların toplumsal yapıdaki yansımalarını ve yemek yoluyla toplumsal dayanışmanın nasıl inşa edildiğini anlamayı amaçlar. Bu bağlamda, yemek sosyolojisi; folklor, antropoloji, kültürel çalışmalar, ekonomi ve tarih gibi disiplinlerle yakın ilişki içerisindedir.

Türk Kültürü ve Edebiyatında Yemek

Türk mutfağı, Tük kültürü ve medeniyeti içerisinde özel bir yere sahiptir. Türkler tarih boyunca çeşitli coğrafyalarda devletler ve medeniyetler kurmuş, bunun neticesinde farklı dinleri ve inanç sistemlerini kabul etmişlerdir. Çeşitli coğrafyalarda medeniyet kuran Türkler, o coğrafyanın yerel kültürünü kendi kültürel değerleriyle birleştirerek bir kültür sentezinin ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Bu kültür sentezinin yansıdığı unsurlardan biri de şüphesiz Türk mutfak kültürüdür. İlk başlarda avcılık ve toplayıcılıkla oluşan Türk mutfak kültürü zamanla farklı medeniyetlerin etkisiyle değişim ve dönüşüm göstermiştir (Kaplan, 2023, s. 726-727).

Türklerin mutfak kültürü temel olarak hayvansal gıdalara dayanmaktadır. Çünkü tarihî süreçte avcılık Türklerin temel uğraşlarındandı. Sonrasında yerleşik hayatla birlikte tarımsal üretimin başlamasıyla buğday, Türk mutfağının ikinci temel gıdası olmuştur. İşte Türk mutfak kültürü de bu iki gıda üzerine kurulmuştur.

Tarihî kaynaklar ve yazılı kaynaklar incelendiğinde Türklerin gıdaları genellikle; buğday veya arpa unu ile yoğrulmuş yağlı hamur işi, süt ve süt ürünleri, at ve koyun etinden yapılmış yiyecekler, kısrak sütünden hazırlanmış kımız benzeri içecekler olduğu görülecektir (Eyüboğlu, 1981, s.125; Çınar, 2005, s.3; Kaplan, 2023, 725-726).

Çin kaynaklarına göre, eski Türklerin her birinin küçük de olsa ekili-dikili bir arazilerinin olduğu; buğday, arpa, darı, mısır, pirinç, burçak ektikleri; elma, üzüm, karpuz, kavun, dut yetiştirdikleri bilinmektedir (Gökalp, 1976; akt. Kılıç ve Albayrak, 2012, s. 713).

Türk anlayışında ekmek kutsal gıda kabul edilir ve 'dinin direği' sayılır. Halk arasında ekmeğin önemini belirtmek için "cami yapılmadan önce fırın yapılmıştır" denir.

Ekmeksiz sofraya oturulmaz hatta bazen 'yemek yemek' yerine 'ekmek yemek' tabiri kullanılır (Aydın, 2020, s. 67-69).

Elimizde bulunan yazılı kaynaklar arasında Türklerin yiyecek ve içeceklerine dair en kapsamlı bilgilerin yer aldığı eser *Divanü Lügâti't-Türk*'tür. *Divanü Lügâti't-Türk*'ten edindiğimiz bilgilere göre on birinci yüzyılda Türk topluluklarında tahıllar önemli besin maddeleri arasındadır. Eserde tahıllar genel olarak arpa, bugday, tarıg, tuturgan, ügür-yügür gibi isimlerle ifade edilmektedir. Bununla birlikte tahıllardan üretilen yiyecek sayısı da son derece fazladır. Eserde tahıl ürünleri olarak *agartgu, awruzı, böşgel-püşkel, bugday, buhsı, buhsum, bulgama, bün-mün, büskeç, esberi-usbarı, etmek, kagut-kavut, kagurmaç-kawurmaç, kakurgan, kömeç, kuyma, kürşek, letü, sarmaçuk, sinçü, soma, talkan, to, tokıç top, tutma aç, türmek, ugut, ügre, ügür-yügür, yarmış un, yuga-yupka* (Çetin, 2005, s. 186-187) gibi yiyecek isimlerine rastlanmaktadır.

Divanü Lügâti't-Türk'te sadece tahıla dayalı yiyecek isimleri yer almamaktadır. Bunun yanında koyun, at, balık, tavuk gibi hayvanların etlerinden üretilen *sım sımrak, sogut, soktu, togrıl, topık sünük, yazuk et, yörgemeç* (Çetin, 2005, s. 187), süt ve süt ürünlerinden üretilen *aguj-aguz, ayran, ikdük, kayak, kımız, kor, kurut, sag yag, sogut, süzme, udıtma, yoğurt* (Çetin, 2005: 187) gibi yiyecek isimleri de bulunmaktadır.

Orta Asya bozkırlarında doğup gelişen Türk yiyecek-içecek kültürü zamanla fethedilen coğrafyalara aksetmiştir. Bu coğrafyalardan biri de şüphesiz Anadolu sahasıdır. Anadolu'ya yerleşen Türkler, sahip oldukları mutfak kültürünü bu coğrafyanın yiyecek-içecek kültürüyle birleştirmiş ve bunun sonucunda ortaya yiyecek-içecek kültürüne ait yeni bir sentez çıkmıştır. Bu yeni sentez zamanla Türklerin edebi ürünlerine de yansımış ve müstakil olarak yiyecek-içeceği konu edinen birtakım eserlerin ortaya çıkmasına aracılık etmiştir. Bu eserlerden ilki Kaygusuz Abdal tarafından kaleme alınan *sımâtiye*lerdir. Kaygusuz Abdal bu şiirlerde, kimi zaman yiyeceklere sembolik anlamlar yüklemiş kimi zaman da beğendiği ve severek yediği yiyecekleri anlatmıştır (Kaplan, 2023, s. 727-728).

Anadolu sahasında yemek konulu manzum eserlerin yanında mensur eserler de kaleme alınmıştır. Bunların ilki XV. yüzyılda Muhammed bin Mahmud Şirvanî'nin Arapçadan tercüme ettiği *Tabh-ı Et'ime*'dir. XVII. yüzyıla gelindiğinde ise müellifi bilinmeyen *Ağdiye Risalesi* yemek konulu mensur eserler arasındadır. Bu eserleri XIX. yüzyılda sırasıyla; *Et Terkîbât fi Tabhi'l-Hulviyyât* ile Mehmet Kâmil tarafından kaleme alınan *Melceü't–Tabbahîn* izlemiştir (Kaya, 2008: 78).

Yemeği konu edinen ve yemek üzerinden birtakım nasihatler veren edebi ürünlerden biri de çalışmamızın konusunu oluşturan efsanelerdir. Efsanelerde yiyecek ve içecekler üzerinden okuyuculara öğütler verilmiştir. Söz gelimi Anadolu sahasında hemen hemen tüm yörelerde rastlanılan bir efsane bulunmaktadır. *Efsanede kadının biri ekmek (bazı kaynaklarda yufka) pişirmek üzere tandırı yakar ve ekmek pişirir. Bu esnada burnuna kötü koku gelmeye başlar. Tandırın kenarına (çeşitli kaynaklarda çocuk altına) çocuğunun tuvaletini yapmış olduğu görür. Yapmış olduğu ekmekten bir tane alarak o pisliği siler ve dışarı atar. O anda ekmek dile gelir ve kadına beddua eder. Bunun üzerine kadın bugün bizim kaplumbağa dediğimiz hayvana dönüşür (yine bazı kaynaklarda kadın taş kesilir), ekmeğe saygısızlık yapmanın cezasını görür* (Önder, 1963).

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, Konya efsanelerinde yer alan yiyecek ve içecek adlarını tespit etmek, yiyecek ve içecekleri Türk kültürü açısından değerlendirip yorumlamaktır.

Türk kültüründe önemli bir yer tutan yiyecek ve içeceklerden, bugün bazılarının unutulmaya yüz tuttuğu ya da görmezden gelindiği bilinmektedir.

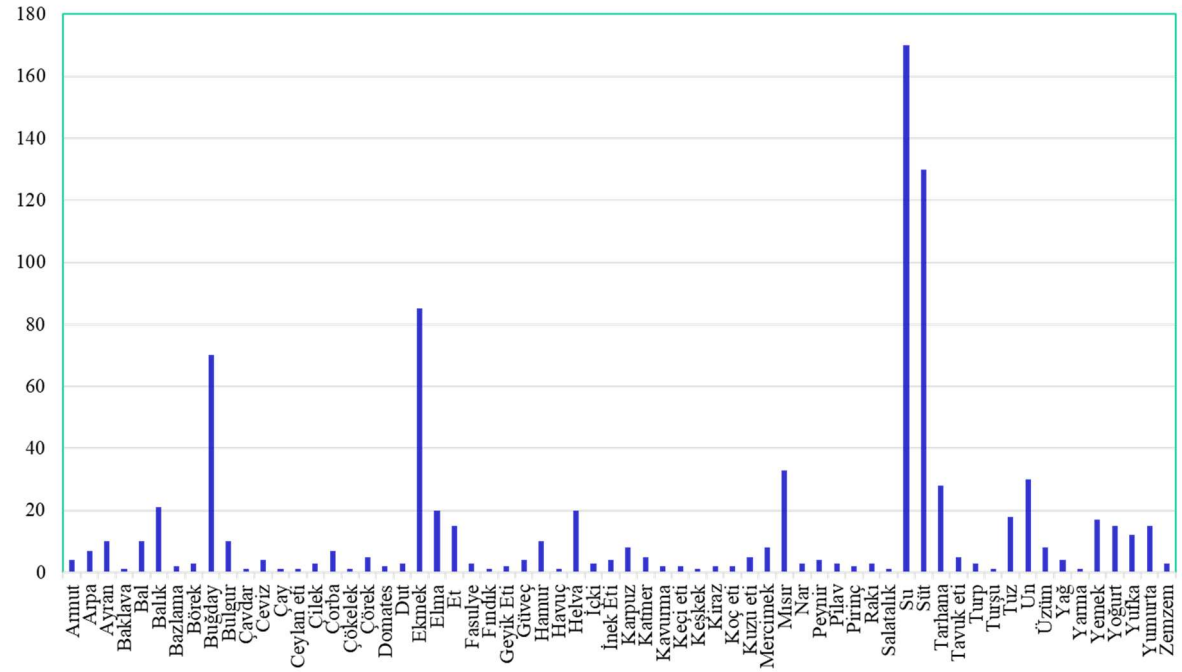
Efsanelerde ilk örneklerinin sergilendiği yiyecek ve içeceklerin kültürümüze olan katkısını ortaya koymak ve bu değerlerimizi gelecek nesillere aktarmak önemlidir. Bu bağlamda, sözlü edebiyatın en önemli türlerinden olan efsanelerde yer verilen yiyecek ve içeceklerin bir envanterini ortaya koymak, bunları Konya özelinde kayıt altına alarak gelecek kuşaklara aktarmak ve kültüre olan katkısını ortaya koymak çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma deseninde tasarlanmış ve doküman incelemesi metoduyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada veri toplama aracı olarak Seyit Emiroğlu'nun Saim Sakaoğlu danışmanlığında hazırladığı "Konya Efsaneleri" (1993) adlı yüksek lisans tezi (101 efsane), Vahdi Özer'in "Karaman Efsaneleri" (2023) (152 efsane), Mehmet Önder'in "Konya Efsaneleri" (1963) (34 efsane) ve Atilla Kartal'ın "Konya Halk Kültüründe Türbeler Etrafında Oluşan İnanç ve Uygulamalar" (2017) (99 efsane/menkıbe) adlı kitapları doküman analiz yöntemiyle incelenmiştir. Toplamda 386 efsane incelemeye tabii tutulmuştur.
İncelemeler sonucunda elde edilen veriler öncelikle yiyecek-içecek olarak sınıflandırılmış, sonrasında ise yiyecekler farklı kategorilerde ele alınmıştır. Bu kategoriler kendi içerisinde elde edilen verilerden hareketle tahıllar, yemekler, etler, meyveler, sebzeler, unlu mamuller ve diğerleri olarak sınıflandırılmıştır

Bulgular

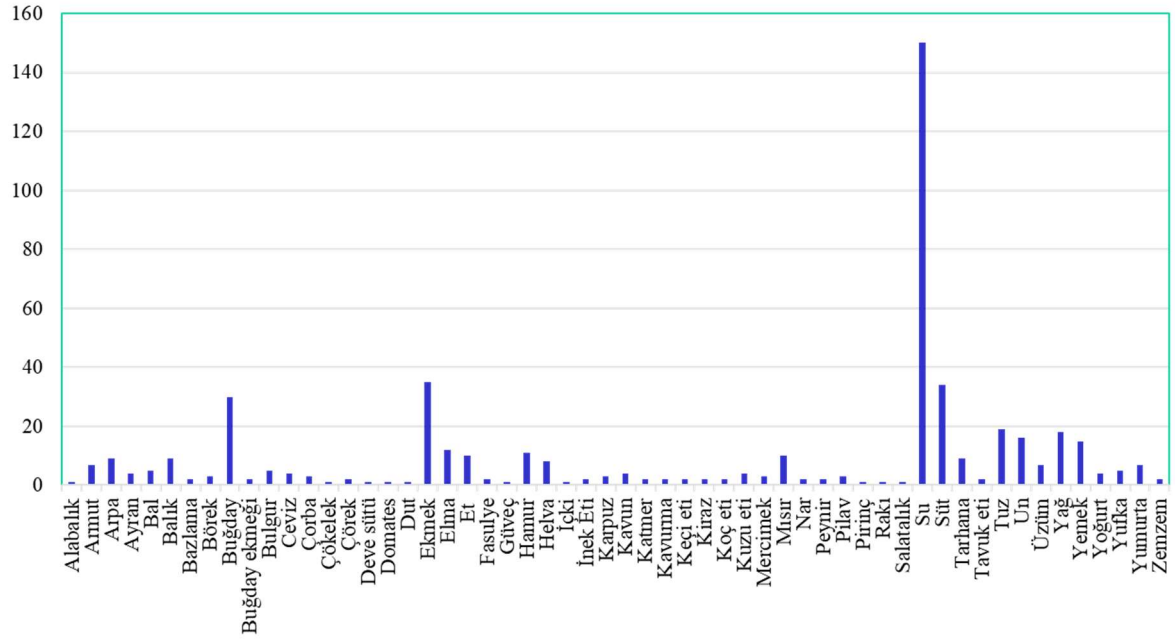
Grafik 1. Seyit Emiroğlu'nun 'Konya Efsaneleri' adlı Yüksek Lisans Tezinde Yer alan Yiyecek ve İçecekler



Yukarıda yer alan grafik verilerine göre Seyit Emiroğlu'nun "Konya Efsaneleri" adlı Yüksek Lisans tezi incelendiğinde en sık geçen yiyecek ve içeceklerin su (170), süt (130), ekmek (85), buğday (70), mısır (33), un (30), tarhana (28), balık (21), elma ve helva (20), tuz (18), yemek (17), et, yoğurt ve yumurta (15), yufka (12), ayran, bal, bulgur ve hamur, (10), karpuz, mercimek ve üzüm (8), arpa ve çorba (7), çörek, katmer, kuzu eti ve tavuk eti (5), armut, ceviz, güveç, inek eti, peynir ve yağ (4), börek, çilek, dut, fasulye, içki, nar, pilav, rakı, turp ve zemzem (3), bazlama, domates, geyik eti, kavurma, keçi eti, kiraz, koç eti ve pirinç (2), baklava, çavdar, çay, ceylan eti, çökelek, fındık, havuç, keşkek, salatalık, turşu ve yarma birer kez tespit edilmiştir. Eserde toplamda 65 farklı yiyecek bulunmaktadır. Yiyecek ve içeceklerin kullanım sıklığından hareketle yörede en çok yetişen, üretilen yahut yöre insanının çok sevdiği ve kolay ulaşabildiği yiyecekleri kestirmek mümkündür.

Seyit Emiroğlu'nun "Konya Efsaneleri" adlı eserinde, yiyecek ve içeceklerin kullanım sıklığı (frekansı) incelendiğinde; ilk iki sırayı içeceklerin aldığı gözlenmektedir. 'Su' 170 kullanım sıklığıyla birinci sırada, 'süt' 130 kullanım sıklığıyla ikinci sırada yer almaktadır. Yiyecek olarak 'ekmek' 85 kullanım sıklığıyla birinci sırada ve onun hammaddesi 'buğday' 70 kullanım sıklığıyla ikinci sırada yer almıştır. Ekmeğin bir diğer hammaddesi olan 'mısır' 33 kullanım sıklığıyla üçüncü sırada, 'un' 30 kullanım sıklığıyla dördüncü sırada yer almıştır. İç Anadolu bölgesinin en önemli yiyeceklerinden biri olan 'tarhana' 28 kullanım sıklığıyla beşinci sırada 'balık' 25 kullanım sıklığıyla altıncı sırada yer almıştır. Bölgede en çok bulunan meyvelerden bir olan 'elma' ve undan yapılan 'helva' 20'şer kullanım sıklığıyla yedinci sırada yer alırken yiyecek ve içeceklerin en önemli unsurlarından olan tuz ise 18 kullanım sıklığıyla sekizinci sırada yer almıştır.

Grafik 2. 'Karaman Efsaneleri' Adlı Kitapta Yer alan Yiyecek ve İçecekler



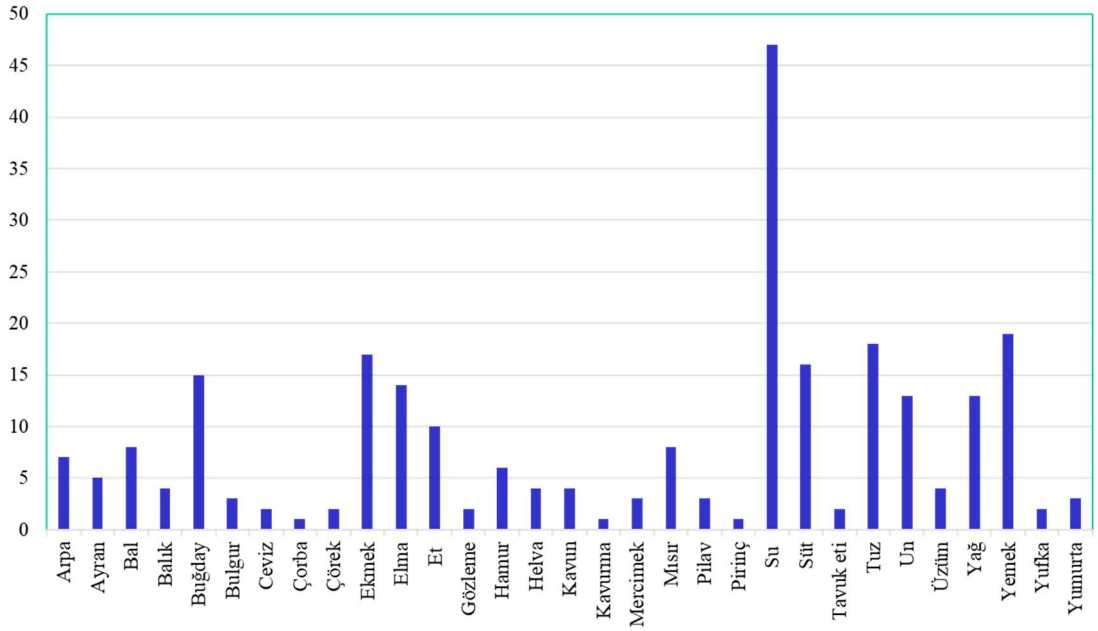
Yukarıda yer alan grafik verilerine göre Vahdi Özer'in "Karaman Efsaneleri" adlı kitabında 56 farklı yiyecek türü tespit edilmiştir.

Bu kapsamda eserde en sık geçen yiyecek ve içeceklerin 'su' (150); ekmek (35); buğday (30); tuz (19); yağ (18); un (16); yemek (15); elma (12); hamur (11); et ve mısır (10); arpa, balık ve tarhana (9); helva (8); armut, üzüm ve yumurta (7); bal, bulgur ve yufka (5); ayran, ceviz, kavun, kuzu eti ve yoğurt (4); börek, çorba, karpuz, mercimek ve pilav (3); bazlama, buğday ekmeği, çörek, fasulye, inek eti, katmer, kavurma, keçi eti, kiraz, koç eti, nar, peynir, tavuk eti ve zemzem (2); alabalık, çökelek, deve sütü, domates, dut, güveç, içki, pirinç, rakı, salatalık ise birer kez tespit edilmiştir.

Grafikte yer alan yiyecek ve içeceklerin kullanım sıklığı (frekansı) incelendiğinde; 'su' 150 kullanım sıklığıyla birinci sırada, 'ekmek' 35 kullanım sıklığıyla ikinci sırada, 'süt' 34 kullanım sıklığıyla üçüncü, 'buğday' 30 kullanım sıklığıyla dördüncü, 'balık' 20 kullanım sıklığıyla beşinci, 'tuz' 19 kullanım sıklığıyla altıncı, 'yağ' 18 kullanım sıklığıyla yedinci, 'un' 16 kullanım sıklığıyla sekizinci, 'yemek' 15 kullanım sıklığıyla dokuzuncu, 'elma' ise 12 kullanım sıklığıyla onuncu sırada yer almıştır.

Grafikte yer alan verileri Seyit Emiroğlu'nun Konya Efsaneleri kitabına ait verilerle karşılaştırdığımızda genel itibarıyla bir benzerlik söz konusu olsa da yiyecek ve içeceklerin kullanım sıklığında ve çeşitliliğinde bir azalma söz konusudur. Ayrıca Seyit Emiroğlu'nun kitabında ilk iki sırada içecekler (su ve süt) yer alırken burada ise ilk sıra aynı kalmakla birlikte ikinci sırayı 'ekmek' almıştır.

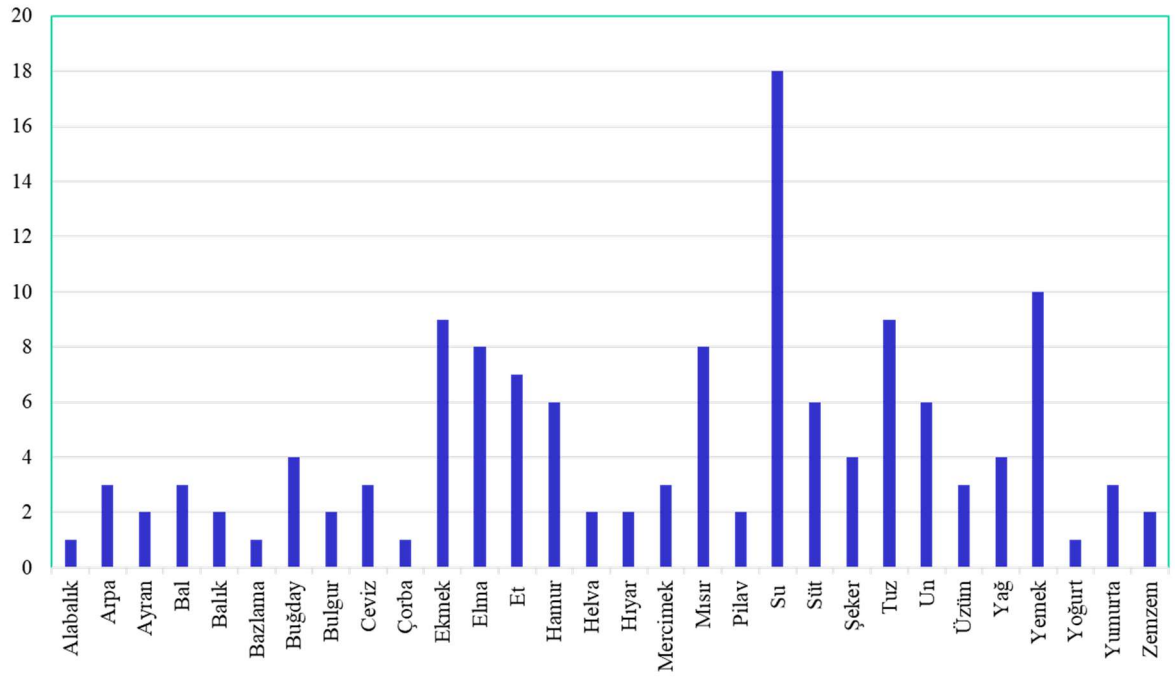
Grafik 3. 'Konya Halk Kültüründe Türbeler Etrafında Oluşan İnanç ve Uygulamalar' Adlı Kitapta Yer alan Yiyecek ve İçecekler



Yukarıda yer alan grafik verilerine göre Konya Halk Kültüründe Türbeler Etrafında Oluşan İnanç ve Uygulamalar adlı eserde 31 farklı yiyecek ve içecek tespit edilmiştir. Bu yiyecek ve içeceklerin sırasıyla su (47), yemek (19), tuz (18), ekmek (17), süt (16), buğday (15), elma (14) olduğu gözlenmiştir. Bunları un ve yağ (13), et (10), bal ve mısır (8), arpa (7), hamur (6), ayran (5), balık, helva, kavun ve üzüm (4); bulgur, mercimek, pilav ve yumurta (3); ceviz, çörek, gözleme, tavuk eti ve yufka (2); çorba, kavurma ve pirinç (1) gibi yiyecek takip etmiştir. Grafik incelendiğinde genellikle yiyeceklerin ön plana çıktığı görülecektir. Adı geçen eserde içecek olarak ayran, su ve süt yer almaktadır.

Grafikte ‘su’ 47 kullanım sıklığıyla birinci sırada, ‘yemek’ 19 kullanım sıklığıyla ikinci sırada, ‘tuz’ 18 kullanım sıklığıyla üçüncü sırada, ekmek 17 kullanım sıklığıyla dördüncü sırada, süt 16 kullanım sıklığıyla beşinci sırada yer almıştır.

Grafik 4. ‘Konya Efsaneleri’ (Mehmet Önder) Adlı Kitapta Yer Alan Yiyecek ve İçecekler



Yukarıda yer alan grafik verilerine göre Mehmet Önder’in Konya Efsaneleri adlı eserinde 30 farklı yiyecek ve içecek tespit edilmiştir. Grafik incelendiğinde, en sık geçen yiyecek ve içecekler arasında diğer eserlerde olduğu gibi su (18) ilk sırada yer almıştır. Bunu sırasıyla yemek (10), tuz (9), elma ve mısır (8), et (7), hamur, süt ve un (6) takip etmiştir.
Eserde yer alan yiyecek ve içeceklerin kullanım sıklığına bakacak olursak ‘su’ 18 kullanım sıklığıyla birinci sırada, ‘yemek’ 10 kullanım sıklığıyla ikinci sırada, ‘tuz’ 9 kullanım sıklığıyla üçüncü sırada, ‘elma’ ve ‘mısır’8, kullanım sıklığıyla dördüncü sırada, ‘et’ ise 7 kullanım sıklığıyla beşinci sırada yer almıştır.

Sonuç

Sosyal hayatın izlerini taşıyan ve bir toplumun yaşantılarını gelecek nesillere aktaran efsaneler, gündelik yaşamdan izler taşır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Konya efsanelerinde geçen yiyecek ve içecekleri; ‘tahıllar’ (mısır, buğday, fasulye, mercimek, arpa, çavdar, yarma, pirinç, bulgur),‘yemekler’ (çorba (ayran çorbası, tarhana çorbası, un çorbası, lohusa çorbası), kavurma, keşkek, pilav, güveç), ‘etler’ (kuzu eti, geyik eti, ceylan eti, keçi eti, tavuk eti, balık, inek (sığır) eti, koç eti, et), ‘meyveler’ (elma, armut, ceviz, üzüm, fındık, kiraz, karpuz, kavun, nar, çilek, dut), ‘sebzeler’ (turp, domates, salatalık), ‘unlu mamuller’ (baklava, ekmek, bazlama, yufka, börek, çörek, gözleme, katmer, helva, hamur, un), ‘içecekler’ (su, süt, ayran, zemzem, çay, rakı, içki) ve ‘diğerleri’ (yoğurt, bal, şeker, turşu, tuz, yumurta, peynir, çökelek, yağ) olarak sınıflamak mümkündür.
Konya efsanelerinde tahıllar arasında en çok geçen 170 sıklıkla buğdaydır. Buğday, Türklerin yerleşik hayata geçtiği andan itibaren yiyecek yapımında ana bileşen olarak kullanılmıştır.

Diğer tahıllar sırasıyla mısır (59), arpa (26), bulgur (20), mercimek (17), fasulye (5), pirinç (4), çavdar (1) ve yarma (1) olarak sıralanmaktadır.

Konya efsanelerinde tespit ettiğimiz bir diğer durum ise efsanelerdeki zengin insanların sofralarında yemeklerin isimleri belli ve çeşitli iken fakir insanların sofralarındaki yemeklerin isimleri belirtilmemiş ve sadece 'yemek' olarak ifade edilmiştir. Efsanelerde genel 'yemek' (61) ifadesinin diğer yemek türlerinden daha fazla geçtiği gözlenmiştir. Bunun dışında çorba (12), pilav (11), güveç (5), kavurma (5), keşkek (1) yemek olarak sıralanmaktadır.

Konya efsanelerinde en çok tüketilen yiyecek ettir. Bunun sebebini Türklerin geçmişte yarı göçebe hayat sürmelerinde, avcılık ve hayvancılıkla uğraşmalarında arayabiliriz. Çalışmaya konu olan bazı efsanelerde etin türü belirtilmemiş olup sadece 'et' (42) olarak geçmiştir. Konya efsanelerinde türü belirtilerek ifade edilen et türü balık (39), kuzu (9) ve tavuk (9) etidir. Bunların dışında inek eti (6), koç eti (4), geyik eti (2), keçi eti (2) ve ceylan etine (1) de yer verilmiştir.

Çalışmaya konu olan Konya efsanelerinde on bir çeşit meyve tespit edilmiştir. En çok geçen meyveler elma (54), üzüm (22), ceviz (13), armut (11), karpuz (11), kavun (8), nar (5), kiraz (4), dut (4), çilek (3) ve fındık (1)tır.

Efsanelerde sebzeler çok az yer tutmaktadır. Toplamda 386 efsane metni içerisinde 5 farklı sebzeye tesadüf edilmiştir. Bu sebzeler arasında en çok fasulye (5) yer almaktadır. Fasulyeyi salatalık (4), domates (3), turp ve havuç (1) takip etmiştir.

Konya efsanelerinde en çok geçen ve kutsal sayılan unlu mamul ekmektir (146). Türkler ekmeği nimet olarak adlandırmış ve ona saygısızca davrananların sonunun kötü olduğunu anlatmışlardır. Yazımızın başında da bu durumu örnek bir efsaneyle ifade etmiştik. Bunun dışında yufka (19) da ekmek gibi kutsal sayılmıştır. Örnek olarak verdiğimiz efsanede kutsallık yufkaya yüklenmiştir. Bunlardan başka bazlama (5), börek (6), çörek (9), baklava (1), gözleme (2), katmer (7), hamur (33), un (65) unlu mamuller arasında sıralanmıştır.

Konya efsanelerinde içecek olarak en çok su (385) ve süt (186) geçmektedir. Çalışmanın örneklemini oluşturan birçok efsanede su hem kutsal sayılmış hem de bazı hastalıkların ve yaraların şifa kaynağı olarak görülmüştür. Konya efsanelerinde tespit edilen diğer içecekler ise şu şekildedir: Ayran (21), çay (1), deve sütü (1), içki (4), rakı (4), zemzem (7).

Konya efsanelerinde diğer yiyecekler olarak sınıflandırdığımız yiyecek içecekler arasında en çok lezzet verici bir ürün olan tuz (64) yer almaktadır. Tuzu sırasıyla yağ (39), yumurta (28), bal (26), yoğurt (20), peynir (6), şeker (4), çökelek (2) ve turşu (1) takip etmiştir.

Tüm bu verilerden hareketle Konya efsanelerinde geçen yiyecek ve içeceklerin daha çok insanlarının yaşamının bir parçası olan ürünler olması Türk kültürü ve efsaneler arasındaki ilişkiyi açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Buradan hareketle Türklerde yemek kültürünün birçok alanda etkisini gösterdiği ve Türk efsanelerinde yaygın olarak işlenen yiyecek ve içeceklerin Türklerin sosyal, kültürel ve dinî hayatlarında da oldukça etkili olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Kaynaklar

Aydın, İ. (2020). Türk efsanelerinde yiyecek ve içecekler. Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi, C. 4, S. 3, s. 61-84.

Beşirli, H. (2011). Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, S.58, s.139-152.

Celayir, H. (2024). Anadolu sahası Türk masallarında mutfak ve mutfağa dair unsurlar (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çetin, E. (2005). Divanü Lügati't-Türk'teki yiyecek içecek adları ve bu adların Türkiye Türkçesindeki görünümleri. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 14, S. 2, 185-200.

Çınar, A. A. (2005). Halil İbrahim sofrası. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Emiroğlu, S. (1993). Konya efsaneleri (inceleme-metin) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ergin, M. (2005). Dede Korkut 1. Ankara: TDK Yayınları.

Eyüboğlu, İ. Z. (1981). Anadolu uygarlığı. İstanbul: Dergâh Yayınları.

Kaplan, H. (2024). Âşıklık geleneğinde yemek destanları: tematik ve işlevsel bir yaklaşım. Folklor Akademi Dergisi, 7(2), 724-744. https://doi.org/10.55666/folklor.1498500.

Kartal, A. (2017). Konya halk kültüründe türbeler etrafında Oluşan inanç ve uygulamalar. London: Lambert Academic Publishing.

Kaya, D. (2008). Halk edebiyatında yemek destanları. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi (I), 77-90.

Kılıç, S., Albayrak, A. (2012). İslamiyet'ten önce Türklerde yiyecek ve içecekler. Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkishor Turkic (2), s. 707-716.

Önder, M. (1963). Konya efsaneleri. İstanbul: Ülkü Basımevi.

Özer, V. (2023). Karaman efsaneleri (İnceleme-Metin) Cilt I-II. Çanakkale: Paradigma

GELENEKSEL MUTFAKTA AV ETİ: HASSA ÖRNEĞİ

Ömer İlyas DELİBEKİR
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı
ORCID: 0000-0003-0017-4484

Doç. Dr. Gönül REYHANOĞLU
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü
ORCID: 0000-0003-3473-3344

ÖZET
İnsanın beslenme temel ihtiyacını giderme çabası, yaşanılan coğrafya ve o toplumun tarihiyle harmanlanarak mutfak kültürünü meydana getirir. Bölgedeki kümes, çiftlik ve av hayvanları, tarımsal ürünler, ağaç ve bitkiler mutfak kültürünü oluşturup şekillendirir. Türk toplumunun besin sağlama, askerlik için talim, hareket, eğlence ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamış olan avcılık kültürü; avlanan hayvanların yemek haline getirilmesiyle mutfak kültürünü de şekillendirmiştir. Hatay'ın Hassa ilçesinde tarihi çok eskiye dayanan avcılık kültürü görülür. Bu çalışma kara avcılığı sonrası elde edilen ürünlerin, avlak alanlarda ve mutfakta nasıl yemek haline getirildiğine, aynı zamanda av ürünleri ve yemeklerinin sembolik, statüsel ve işlevsel anlamlarına odaklanmıştır. Çalışmanın verileri, nitel araştırmalarda tercih edilen kartopu tekniğinden yararlanarak görüşme ve katılımlı gözlem yoluyla elde edilmiştir. Çalışma Hatay'ın Hassa ilçesi şeklinde saha; avlanma, av eti, av gereçleri, paylaşım kültürü, av mutfağı şeklinde konu; 2022-2024 yılları arasında bulguların toplanması şeklinde zaman olarak sınırlandırılmıştır. Av geleneğinin zayıflamasıyla tüketimi azalan av yemeklerinin geleneksel tarif ve tüketim şekillerinin ortaya çıkarılması, alan yazına ve bölge turizmine katkı sağlayacaktır. Geleneksel avcılık kurumunun kurallarına göre bölgedeki her hayvan avlanmaz. Avlanacak ve eti yenilebilecek hayvanlar; dini kurallara, devlet kanunlarına ve avcılık kanunlarına göre belirlenir. Av etlerini pişirmek ve tüketmek için çeşitli araç gereç, kap kacak, sebze ve baharatlar kullanılır. Gündelik hayatta ev eti, akrabaları avcılıkla uğraşanların mutfağında yaygın olarak tüketilir. Av sonrası avlananları paylaşma ve avlak alanda birlikte tüketme kültürü söz konusudur. Av etinin bölgedeki çeşitli baharat ve sebzelerle özel pişirme şekilleri, ayrıca pişirilen av etinin yanında birlikte tüketilen çeşitli yiyecek ve içecekler bölgeye özgü bir yapı içerir. Avlanan hayvanların etlerinin bir kısmı av sonrası mangalda, tavada, tencerede pişirilip tüketilirken; bir kısmı eve götürülerek benzer şekilde pişirilip tüketilir. Av etinin ve ondan yapılan yemeğin, sembolik ve statüsel anlamları, bununla birlikte iletişim işlevleri vardır. Cinsiyet rolleri statüsü bağlamında, erkekler avda ve evde eti tüketirken; kadınlar sadece eve getirilen av etinin temizlenmesi ve ailece tüketilmesi süreçlerine dâhil olurlar.
Anahtar Kelimeler: Avcılık, Av eti, Av mutfağı, Hatay, Birlikte tüketme, Statü belirleyici.

GAME MEAT IN TRADITIONAL CUISINE: HASSA EXAMPLE

ABSTRACT
Society blends the effort to meet basic nutritional needs with its geography and history, resulting in a culinary culture. Poultry, farm and game animals, agricultural products, trees, and plants in the region create and shape the culinary culture.

The hunting culture, which has met the needs of the Turkish society for food, military training, movement, entertainment, and socialization, has also shaped the culinary culture by turning the hunted animals into food. A very old hunting culture is seen in the Hassa district of Hatay. This study focuses on how the products obtained after land hunting are turned into food in hunting areas and in the kitchen, as well as the symbolic, situational, and functional meanings of hunting products and dishes. We obtained the study's data through interviews and participant observation, utilizing the snowball technique, a preferred method in qualitative research. The study was limited in terms of the field as the Hassa district of Hatay; the subjects as hunting, game meat, hunting equipment, sharing culture, hunting cuisine; and the collection of findings between the years 2022-2024. With the weakening of the hunting tradition, revealing the traditional recipes and consumption patterns of game dishes, which have decreased in consumption, will contribute to literature and regional tourism. The traditional hunting institution's rules dictate that not every animal in the region receives hunting privileges. Religious rules, state laws, and hunting laws determine which animals to hunt and whose meat is suitable for consumption. People use a variety of tools, utensils, vegetables, and spices to cook and consume game meat. Those whose relatives engage in hunting regularly consume household meat in their kitchens. There is a culture of sharing the hunt after the hunt and consuming it together in the hunting area. The special cooking methods of game meat with various spices and vegetables in the region, as well as various foods and drinks consumed together with the cooked game meat, have a structure specific to the region. While some of the meat of hunted animals is cooked on a barbecue, in a pan, or in a pot after the hunt and consumed, some of it is taken home and cooked and consumed in a similar way. Meals made with game meat have symbolic and status meanings as well as communicative functions. In the context of gender roles and status, while men consume meat while hunting and at home, women are only involved in the processes of cleaning the game meat brought home and consuming it with the family.
Keywords: Hunting, Game meat, Game cuisine, Hatay, Collective consumption, Determinant of status.

GİRİŞ

Beslenme, yaşamın devamlılığı için gerekli olan fizyolojik ihtiyaçlardandır. Bu sebeple gıda temini ve tüketimi yapmak, insan bedeni için zorunlu bir durumdur. İnsanlar beslenme ihtiyaçlarını gidermek için tarımsal faaliyetlerden bile önce; karada ayrıca deniz, göl, nehir, dere gibi sularda avlanmışlardır. Özellikle ateşin keşfi, beslenme için önemli bir aşamadır. Gürsoy'a (2020:13) göre; paleolitik dönemde insanlar ateşi, hayvanları korkutmak ve onları avlamak, daha sonrasında ise yemeğe dönüştürmek için kullanmışlardır. İlkel dönemde insanlar "avcı ve toplayıcıdır" (Şimşek:2017:80). Bu dönemlerde etleri parçalamak için taştan yonttukları kesici aletler kullandıkları bilinmektedir (Gürsoy, 2020:11). İnsanlar ateşin keşfine kadar avlanılan hayvanların etlerini çiğ tüketmiş, ateşin keşfiyle hayvanların etleriyle çeşitli yemekler pişirerek avın devamlılığını sağlanmıştır. Eski dönemlerde en çok geyik ve tavşan eti tüketildiği bilinmektedir (Tekin, 1994: 4-5). Tarih içinde çeşitli pişirme şekilleri denenmiştir: "*En ilkel pişirme tekniği, öldürülen hayvanı derisiyle yanan ateşin üzerinde kızartmaktır sonra ateşle ısıtılan taşlar üzerinde pişirme yöntemi geliştirilmiştir*" (Işın, 2022:18). Ateşin bulunmasıyla birlikte et tüketimi kolaylaşmıştır. Ateşte pişirme yöntemlerinden biri günümüzde de kullandığımız şişlere dizip pişirmedir. İlkel dönemde etin ateşte pişirilmesi, uçları sivriltilmiş ağaç çubuklara dizilerek sağlanmıştır (Görsoy, 2020:13). Daha sonraları kilden kapların keşfi, pişirimde kullanılması, tarımın yaygınlaşmasıyla sebze, meyve ve baharatlarla birlikte etlerden çeşitli yemekler yapılması sağlamıştır.

Et bozulma riski yüksek olan, uzun süre bekletilemeyen bir besin kaynağıdır. Dolayısıyla et ağırlıklı beslenen toplumların, etin saklaması hususunda çeşitli yöntemlere başvurduğu kayıtlarda yer almaktadır. Kurutma, tuzlama, konserve, sucuk ve pastırma yapma günümüzde de yaygın kullanılan saklama yöntemlerindendir.

İnsanın kullandığı araçlar geliştikçe, pişirme ve saklama çeşitleri ve buna paralel mutfak kültürleri ve geleneksel halk mutfağı biçimlenmiştir. Geleneksel halk mutfağı denen kültürel olgu; besin temini ve/veya üretimi, besinin saklanması, kap kacak, pişirme şekilleri, sofra düzenini ve tüketim şeklini içine alır. Borinslaw Malinowski (1992:21) insanın çevresinde ve ihtiyaçlarının giderilmesi sürecinde karşılaştığı özel, somut problemleri bir aygıt olarak nitelendirdiği kültür sayesinde, daha iyi çözdüğünü söyleyerek, kültürü çeşitli unsurları birbirine karşılıklı bağlı olan bir bütün olarak nitelendirir. Fizyolojik bir ihtiyaç olan beslenme yaşanılan çevrenin coğrafyasından elde edilen bitki ve hayvanlarla sağlanır. Bu temin zamanla mutfak kültürünü meydana getirir. Özellikle protein temini için bir araç olan avcılık kültürü de bu aygıtın bir parçasıdır. Et içerdiği yüksek miktardaki kaliteli protein, yağ, çeşitli vitaminler, demir, çinko, kalsiyum, fosfor, bakır, iyot, selenyum gibi mineral maddeler, etin biyolojik değerini yükselterek, insan beslenmesinin önemli bir parçası olmuştur (Baysal, 2018:283). Etin içerisinde bulunan bol miktardaki besinin tüketilmesi insanı daha çevik kılmış, uzun mesafeler kat edebilmiş, ayrıca savaşçılık özellikleri desteklemiştir.

Genel itibariyle bakıldığında kara avcılığı "avcılık" ve denizdeki avcılık "balıkçılık" şeklinde ikiye ayrılır. Kara avcılığı kendi içinde, sürek avı ve diğer av şeklindedir. Sürek avları vahşi hayvanların avlanılmasıdır, bu avda besin elde etme düşüncesi yoktur. Aslan, kaplan, panter, boğa [domuz] gibi avlanılması zor olan hayvanlar avlanılır (Koca, 2016:201). Diğer avlar ise, beslenme ve keyif temelli yapılan avlardır. Bu avlarda genellikle karadan tavşan, geyik, keklik, karaca gibi kuş türleri; akarsu ve denizlerden de balık vb. hayvanlar avcılar tarafından avlanılır (Koca, 2016:211). Bu hayvanların etleri de beslenme ve mutfak kültürünü şekillendirmiştir.

Türk mutfağı temel besin maddeleri; tahıl, baharat, et, sebze, meyve; pişirme, hazırlama, saklama teknikleri ve yemek çeşitliliğiyle zengin bir mutfak olarak nitelenebilir. Orta Asya Türklerinden kökenini alarak Anadolu'ya göçle birlikte çeşitliliği artmıştır. Orta Asya'da yaşamış olan Türk boy ve devletlerinde hâkim olan yüksek enerjiyle ihtiyaç duyulan göçebe yaşam tarzı, temel besin kaynağı olarak hayvansal gıdaları zorunlu kılmıştır (Süren 2021:151). Hayvansal gıdaların temin yollarından biri de avcılıktır. Türkler tarihleri boyunca av peşinde koşan topluluklar olarak bilinmektedir. Tonyukuk Yazıtı'nın 8. satırında geçen şu cümlede *"kiyik yiyü, tabışkan yiyü olurur erti"* (geyik yiyerek, tavşan yiyerek yaşıyorduk) geçen ifadeden anlaşılacağı üzere Göktürkler döneminde av hayvanları tüketilmiştir (Tekin, 1994:4-5). Eski Türklerde avlanılan hayvanlar beslenmek için kullanılmış, av hayvanlarından çeşitli yemekler yapılmış, yemeklere et olarak da katılmıştır. Böylelikle halk protein değeri yüksek olan et ile daha güçlü bir yapıya sahip olmuş, daha uzun mesafeler kat edebilmiş, savaşlarda daha uzun sürede dövüşebilmişlerdir.

Tarihi sürece bakıldığında bir hayat tarzı olan av ve avcılığın beslenme ile doğrudan bağlantılı olduğu görülür (Güven-Hergüner, 1999:34). Orta Asya'da sert ve zor bir iklime sahip, verimsiz topraklarda hüküm sürmüş Türkler, beslenmek ve zorlu kış şartlarından korunmak için kıyafete ihtiyaç duyduklarından avcılık yoluyla hayvan kürklerine yönelmişler, av ve avcılık konusunda da kendilerini geliştirmek durumunda kalmışlardır (Gökalp, 1976:333). Türk toplulukları arasında Maniheizm'i benimsedikten sonra et yemeyi yasaklayan Uygurlar hem besinsel anlamda kayıp yaşarken hem de av töreni düzenlemedikleri için savaşçılık özelliklerini de kaybetmişlerdir (Koca, 2016:251). Uygurlar, sadece derisi için sansar ve samur avlamışlardır (Koca, 2016:201).

Av ritüellerini yapmayan Uygurların, kısa sürede yıkılmalarında bu hususun büyük bir etken olduğu düşünülmektedir. Bu anlamda Uygurlar dışında Türk devletlerinde beslenme bağlamında av etleri önem arz etmiş avda çeşitli ritüeller gerçekleştirilmiştir. Avcıların avlanmadan önce orman ruhundan izin alması ve avlandıktan sonra belirli bir payı orman ruhuna sunması (Bayat, 2007:197) bu ritüellere örnek gösterilebilir. Avcı böylelikle hem sadakatini göstermekte hem de kötü olaylardan kendini korumuş olmaktadır.
Selçuklu döneminde devlet erkânı ava çıkar ve özellikle kuş türlerini avladıktan sonra hemen tüketirlerdi. Tükettikleri avlardan en yaygını kekliktir. Bu dönemde avlanılan kuş türlerinin şişte çevrilmesi oldukça revaçtaydı (Anonim, 2008:42). Özellikle Selçuklu ve Osmanlı devletlerinde ava çıkmak ve av eti yemek, sultan ve padişahların en önemli aktivitelerinden olmuştur (Turan, 1988: 28). Osmanlı mutfağında da av eti önemli bir yer tutmuştur. Işın, "Osmanlı Mutfağında Av Etleri" (2009:450) adlı çalışmasında; padişahların av ve av eti merakları, Osmanlı mutfağında hangi av hayvanlarının etlerinin yer aldığı, düğün ve sünnetlerde yenen av etleri, bunlarla birlikte av etinin şifa için de kullanıldığı (2009:453) konularında bilgi vermektedir. Şehzade Beyazıt ve Cihangir'in 1539 yılından gerçekleştirilen sünnet düğününde keklik, tavus kuşu ve ördek kebapları ile 900 adet kaz ve 200 adet güvercin pişirilmesi (Bilgin, 2004:204) buna örnek olarak verilebilir. Osmanlı Devleti'nde saray yemeklerinin listesinde av etleri baş sıralarda yerini almıştır (Gürsoy, 2020:106). Osmanlının son dönemlerinde basılan kitaplardaki av etleri tariflerinden bazıları; keklik dolması, ördek palazı kebabı, patlıcanlı bıldırcın kebabı, kaz palazı kebabı, karaca, geyik ve yaban keçisi kebapları, kaz ve ördek tas kebapları, kaz ve ördek fırın kebapları, ördek dolması, av kuşları ciğerlerinden iç, kuş pilavları ve kaz, av etleri kavurması (Işın, 2009:454) şeklindedir. Bu listeye bakıldığında da ördek, keklik, bıldırcın, karaca, geyik, yaban keçisi, kaz ve pek çok kuş türünün avlanarak geleneksel mutfakta sofraya geldiği ve av etiyle yapılan yemekleri oluşturduğu görülmektedir. Osmanlıda av eti; beslenme, zevk ve şifa amaçlı olarak tüketilmekteydi. Günümüzde de Türkiye'nin pek çok il ve ilçesinde avcılık ve av etlerinden yemek yapımı devam etmektedir. Av eti tüketiminin beslenme, zevk ve şifa temelli bir işlevleri yanında toplumsal statü belirleyen işlevleri de vardır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Hatay'ın Hassa ilçesi, avcılık geleneğinin devam ettirildiği ve kurumsallaşma bağlamında avcı derneklerinin bulunduğu bölgelerden biridir. Günümüzde avcılık, beslenme temel işlevinden çok zevk, spor, hobi işleviyle ön plana çıksa da; avlak alanlarda ve evlerde av eti tüketilmesi geleneksel mutfakta ve beslenmede av etinin yerinin devam ettiğini göstermektedir.
Bu çalışma, Hatay'ın Hassa ilçesindeki av hayvanları, av eti, pişirme gereçleri, paylaşım kültürünü ve av mutfağını konu edinmektedir. Av eti her mutfakta yer almaz, ailesinde avcı olanların mutfağında av etiyle ilgili yemekler yapılmaktadır. Bu konuyu araştırma nedenim büyüklerimin avcılık tecrübelerinin olması, mutfağımızda av eti pişiriliyor olması, bölgeyi tanıyor olmam, daha önce avcılık, av eti ve mutfağıyla ilgili tecrübelerimin olmasıdır.
Hassa, Akdeniz bölgesinin doğusunda yer alan Hatay ilinin bir ilçesidir. Bölge Mercidabık Savaşı sonrasında Osmanlı Devleti'nin himayesini girmiştir. 1864-1865 yılları arasında Amanos Dağları'nda yaşayan "Ulaşlı" boyunun isyanı üzerine, Osmanlı Fırka-ı İslâhiye komutanı olan Derviş Paşa bölgeye gelerek isyanı bastırmıştır (Halaçoğlu, 1973:8). Burada bulunan Türkmen beylerini huzuruna çağırıp, onlara yerleşim yeri kurma düşüncesini aktarmış ve Hassa'yı kurmuştur. Hassa halkının kökenine baktığımızda genel nüfusu Türkmenler oluştuğu görülür. Hassa'nın temelini oluşturan Tiyekliler, Türkmen olup Oğuzların Bozoklar koluna ait Avşarlardır (Çetin, 2019:232).

Hassa, Amanos Dağları eteğinde yer alan bir ilçedir. Bölgede özellikle; Dedemli, Tiyek, Söğüt, Mazmanlı, Aktepe ve Akbez avcıların yoğun olarak bulundukları yerlerdendir. Av alanları olarak da Leçelik arazi, Amanos, Mazmanlı'da çeltik tarlaları, üzüm bağları, Köroğlu bölgesi avlanmanın yoğun olduğu yerlerdir. Bu bölgedeki avcılar daha çok kara hayvanlarını avlamaktadırlar. Avlanan kara hayvanlarıyla bölgede yer alan bitki, baharat ve sebzeler da kullanılarak çok çeşitli yemekler yapılmaktadır. Çalışmaya ait bulgular 2022-2024 yılları arasında Hassa'dan toplanmıştır. Çalışmanın verileri nitel araştırma yöntemlerinden sahada gözlem ve görüşme metoduyla 44 kişiyle görüşülerek toplanmış, avcılarla ava gidilerek, avlanma, av ürünlerini pişirip yeme pratiklerine katılımlı gözlem yapılmış, literatürden elde edilen bilgilerle de araştırma desteklenmiştir. Sahadan derlenen bulgular bağlam merkezli kuramlarından Malinowski'nin (1992) "İşlevsel Kuram" yaklaşımı doğrultusunda incelenmiştir. İşlevsellik bağlamında, önce "temel ihtiyaçlarını" karşılaması (Çobanoğlu, 2016) çerçevesinde av eti; temini, pişirilmesi, paylaşımı, tüketilmesi, mutfaktaki yeri, beslenmedeki yeri noktalarında pek çok işlev yüklenir. Bununla birlikte her toplum yemeğe sembolik anlamlar yükler. Çalışmada av eti, av yemeği işlevsel ve sembolik anlamlar bağlamında da incelenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Av Gereçleri ve Av Eti

Her uğraş beraberinde çeşitli araç gereçlerden yardım almayı gerektir. Avcıların da bu uğraşı yapabilmek için gerekli araç ve gereçleri mevcuttur. Bu malzemeler, av malzemeleri satan yerlerden temin edebilmektedirler. Bu araç gereçlerin başında avlanmak için, silah ve kurşun gelir. Bunların yanında; avlanmaya, av hayvanının temizlenmesine, etin doğranmasına, pişirim için hazırlanmasına, yenilmesine ve hijyen sağlamaya yardımcı araç gereçler kullanmaktadır. Bunlar dürbün, fener, mühre, bıçak, yedek kurşun, tencere, tabak, çatal, kaşık, çakmak, kesme tahtası, mangal, yakacak, şiş, maşa, su, sabun, deterjan gibi araç gereç ve sarf malzemeleridir.

Avcılar; av dönemine ve gidilecek avın cinsine göre hazırlıklar yaparlar. Av günü öncesi avcının hazırlık ritüelleri başlar. Hazırlık sürecinin eksiksiz tamamlanması, av sırasında ve av sonrasında avcının işlerinin yolunda gitmesini ve belli bir konfor içinde kalmasını sağlar. Av sonrasında avın yüzülmesi ve temizlenmesi için bıçak; kesim ve doğrama işlemini yapmak için kesme tahtası, isteğe bağlı olacak şekilde pişirim için mangal veya tencere; ocağı veya mangalı yakmak için çakmak, yemeklerin konulması için tabak, salata ve diğer ürünleri yemek için çatal ile kaşık, meşrubatların içimi için bardak götürülür (K9). Avcı bir gün önceden "saç tava" olarak tabir edilen bir tencere ayrıca bıçak, çakı, çatal ve kaşık gibi gereçleri av çantasına koyar (K6). Av çantası silah ve kurşun kadar önemli bir gereçtir. Avın temizlenmesi için kullanılan bıçak, av aletleri satanlardan temin edilebilmektedir (K6). Diğer malzemeleri ise, evden ve marketlerden alınmaktadır (K2). Ava hazırlık aşmasında, avlanılan hayvanın etini avlak alanda pişirerek tüketmek için avcı yanına ayrıca tuz, pul biber, kimyon, karabiber, kekik, sumak gibi baharat, domates, biber, sarımsak, soğan, maydanoz, patlıcan gibi sebze ve sıvı yağ diğer unsurları alır (K2). Yiyecekler kadar, içecekler de -yani sıvı alımı- avcı için önemlidir. Avlak alanda dinlenme vaktinde demleyip içmek üzere malzemelerin yanında şeker, çay, su ve semaver götürülür. Bu hazırlıklar bir gün öncesinde yapılarak, av alanına hazır gidilmesi adına zaman kazanılır (K2). İnançsal ritüellerini yapan, silah, kurşun, özel kıyafet, özel ayakkabı, avcı çantası ve av köpeğini; av etini tüketmek, beslenmek ve sıvı almak için olan araç gereç ve edevatı hazırlayan avcı, yapacaklarını tamamlamış ve av için hazır hale gelmiştir.

Avın bereketli geçmesi için duasını yapan, arınma ritüeli olarak banyosunu yapan, annesi ve/veya eşinden av için dua alan avcı "inançsal ritüellerini" tamamlar. Teknik hazırlıklarını ve ritüellerini tam yapan avcı için "bereketli" bir av beklenir.

Etin Paylaşımı ve Avda Beslenme

Hassa'da avlanma bireysel yapılabilmektedir ancak tercih edilen daha çok ekiple birlikte avlanmadır. Gelenekselde, avlanma ve av etini tüketmenin birlikte yapılması yaygındır.

Bölgede yer alan avlak alanlarda bulunan ve avlanan hayvanları iki temel başlık altında ele alabiliriz: Kanatlılar; bıldırcın, keklik, karatavuk, ördek, çulluk; kanatsızlar ise tavşan ve domuzdur. Domuz eti Hassa'da İslami nedenlerle yenil(e)memektedir.

Usta ve çırak birlikte, ayrıca gruplar halinde avı tamamlayan avcılar, av bitiminde toplanma alanı olarak belirledikleri yere gelip av gününün nasıl geçtiğiyle ilgili istişareler yapar. Avcıların gereğinden fazla avlanmasına, yaralı ve/veya hamile hayvanlara zarar vermesine avcılar iyi bakmaz. Tabiat ananın bu davranışı cezalandıracağına inanılır. Bununla birlikte, o gün avı bereketli geçmeyen veya avlanamayan arkadaşları için avcılar kendi aralarında "paylaşım" yapabilmektedir.

"Paylaşma kültürü" yemeğim iletişimsel boyutunun bir parçasıdır. Birlikte tüketmek, grupta birlik ve beraberlik işleviyle ön plana çıkar (Abdurrezzak 2016:7). Avcılık kültürünün bir parçası olan birlikte avlama ve sonrasında yapılan paylaşım; avı etini pişmemiş haliyle paylaşma ve pişirilmiş yemek haline getirilmiş şekliyle paylaşma şeklinde iki şekilde de olabilmektedir.

Gece olmasına yakın dağıldığımız alana tekrar gelip günün kritiğini yaparız. Kim ne avladı diye bakınırız. ...Daha sonra az avlanan veya avı vuramayan kimse varsa kendi aramızda bölüşmeye gideriz. ...Giderken eli boş göndermek olmaz. Kendi aramızda avladığımız hayvanları pay ediyoruz (K12).

Avlanma sonrasında av etinin paylaşımı geçmiş dönemden bu yana sürdürülen bir gelenektir. İyi avcı, bereketli bir av geçirir, avlanabilir avlandığını paylaşır. Toplumsal statü belirleyicisi de olan bu paylaşma "sosyal dayanışma"nın ve "avcılık icrasının devamlılığı"nın sağlaması bağlamında önemli bir faaliyettir.

Av sonrasında bakarız arkadaşlardan avlanma yapamayan olursa bizdeki hayvanlardan veririz. Paylaşırız. Baktık az varsa orada temizleriz pişirir yeriz. Avcı arkadaşı açken tok yatan bizden değildir. Biz böyle gördük, böyle yaparız (K7).

Paylaşım kültürü, İslami geleneğe dayandırılmaktadır. Avcıların kullandığı "Komşusu açken tok yatan bizden değildir"[1] şeklindeki ifadede, İslam Peygamberi'nin hadisine gönderme vardır. Bu "avcılık geleneğini" inançla güçlendiren, paylaşımın kökeninde inançsal boyutun olduğunu da gösteren bir uygulamadır. Avcılar arasında eşitlikçi, hak yemeyen, paylaşımcı bir üslup görülür. Paylaşma kültürü, Türk toplumunda törensel hayatın pek çok aşamasında görülebilen bir uygulamadır. Kurban etini paylaşmak, aşureyi dağıtarak paylaşmak, bir ekmeği bölüşmek, Ramazan'da lokma veya evde pişen yemekten komşulara vermek, cenazede helva dağıtmak Türk kültürü içerisinde törensel ve gündelik hayattaki yiyecek paylaşma kültürüne örnektir. Şartlar ve duruma göre av sırasında pişirilip birlikte yenerek veya av fazla ise evde mutfakta tüketilmek üzere verilerek paylaşma ve birlikte tüketme kültürünün örneği sergilenir. Avcılar arasında söylenen "biz böyle gördük böyle yaparız" (K4, K5) ifadesi kuşaklar boyunca devam eden bir yapıyı ve atalardan öğrenilen kurallara hassasiyet gösterildiğini vurgulamaktadır.

[1] Daha geniş bilgi için bakınız: Can, Ali (2013) "Kur'an ve Sünnet Işığında Komşuluğun Yeri". *Kahramanmaraş Üniversitesi İlahiyat Dergisi*. S.21, ss.215-221.

Av etiyle ilgili başka bir husus da av etinin satılmasına avcıların hoş bakmamasıdır. O gün avlanamamış avcıya diğer avcılar kendi avladıklarından verirken; fazla olan av etini satanlara hoş bakmamaları "avcılık geleneği", "avcılık ahlakı" ve "av etinin sembolik anlamı" konusuna vurgu yapar ve av etini sıradan bir gıda olmaktan çıkarır.

Av etinin payının dışında eski dönemlerde dedelerimiz anlatırdı; avladıkları keklik, bıldırcın gibi hayvanların etini satanlar varmış. Tabi günümüzde bu yok artık. Avcı dediğin avına paha biçemez, av eti parayla satın alınamaz. Biz böyle gördük, öğrendik. Bunu yapana ne adam denir ne de avcı (K8).

Avcılıkta avın vakit kaybedilmeden temizlenmesi gerekir. Av türüne göre bu işlem av esnasında veya evde yapılmaktadır. Kuş türü avların tüylerinden temizlenip içi boşaltılması işlemi çakı ve bıçak yardımı ile yapılmaktadır. Tavşan avında ise derisi yüzülüp içi temizlenir. Bu işlemler yapılırken avcı avlak alanda ise geriye kalan parçaları etrafa atmayarak, bir çukur kazar ve içine koyduktan sonra kazdığını kapatır. Bu pratik, hem doğanın temiz kalması, doğaya saygı hem de avlanılan hayvanın ruhlarına saygı gösterilmesi noktasında önemlidir. Bu işlem tamamlandıktan sonra, kullanılan aletler suyla temizlenerek çantaya konulur (K1). Av köpeğine av hayvanın etinden veya kalanlarından mümkün olduğunca verilmez.

Avladığımız hayvanları temizledikten sonra hayvandan geri kalan atıkları bir çukur kazıp içine koyarız. Bunu hemen hemen her avcı yapar. Buradaki amaç; çevreyi temiz tutmak, doğayı kirletmemek. Ayrıca avladığımız hayvana da saygımızdan bunu yapıyoruz. Sonuçta o da bir canlı (K6).

Avlanan hayvanlar; avcının pişirmek için gereçlerini tam getirip getirmediği, avcıların aç olup olmaması, yanlarında beslenmek için ek yiyecek getirip getirmedikleri, hava ve zamanın uygun olması, yeterli av olup olamaması gibi çeşitli durumlara göre avlak alanda temizlenip "tencerede, tavada, mangalda" şeklinde pişirilip yenilebilir. Pişirim için ateş yakılır, ancak yakılan ateş yemek sonrasında mutlaka su ve toprakla söndürülür.

Avcının doğaya en ufak bir zarar vermemesi gerektiği düşüncesi sürekli aklının bir köşesinde olur (K1).

Av eti cinsine göre; tavada, tencerede veya mangalda, getirilen sebze ve baharatlar da katılarak pişirilir. Avcılar av etini ve yanlarında getirdikleri ekmek, eşlerinin hazırladığı börek, köfte vb. yiyecekleri ayrıca çay, şalgam, ayran, kola gibi içecekleri birlikte tüketirler.

Av eti, avlak alanda yenilmemişse veya fazlası mevcutsa eve getirilir. Evde temizlenip pişirilir veya daha sonra tüketilmek üzere saklanır. Av eti satılmamakla birlikte, duruma göre, akraba ve tanıdıklarına veren avcılar da bulunmaktadır. Bu durumda avcının evinde, aynı zamanda avcının yakınlarının mutfağında da av eti tüketilmektedir.

Evde beslenme-av mutfağı

Toplumda yemeğe sembolik anlamlar yüklenmektedir. Bu sembolik anlamların genelinde sosyal statülere gönderme yapıldığı görülür. Cinsiyet, ekonomik durum, meslek ve soy yemeğin atıfta bulunduğu temel statüler arasında sayılır (Çekiç 2022:202). Avcılıkta iyi avları vuran avcı, ava ve ormana saygılı avcı, vurduğu avı pişirebilen ve paylaşabilen avcı diğer avcılar arasında statü kazanır.

Yemeğe yüklenen sembolik anlamlarda birtakım sorumluluklar, haklar ve beklentiler vardır (Çekiç 2022:209). Cinsiyet rolleri statüsü bağlamında, erkekler avda ve evde eti tüketirken; kadınlar sadece eve getirilen av etinin temizlenmesi ve ailece tüketilmesi süreçlerine dâhil olurlar. Av sonrası evine gelen avcı avın cinsine göre evde avın temizliğini yapar. Çoğu zaman da evde annesi, kız kardeşi, eşi veya kızı yani kadınlar varsa temizleme ve pişirme işini onlar üstlenirler. Çünkü evde mutfak toplumsal cinsiyet rollerine göre daha fazla "kadın alanı" olarak kabul edilir.

Avlanma sonrasında temizliği yapılan av eti, doğrudan haşlanarak veya mangalda pişirilerek, doğranarak ve/veya tiftiklenerek, kızartılarak, çeşitli baharat ve sebzeler eklenmek suretiyle yemek yapılmaktadır. Yemek kültürünün oluşmasında tarihi ve ekolojik faktörler oldukça önemli bir rol üstlenir (Türk ve Şahin 2014). Hassa'nın tarihi, kültürel ve ekolojik yapısı birleştiğinde, bu yemeklerin çeşitliliği açıklanabilmektedir. Bölgedeki endemik pek çok bitki, av hayvanlarının beslenmesinde, etinin lezzetli olmasında, av etinin yanı sıra pişirmede kullanılan baharat ve sebzelerle birlikte bir bütün oluşturmaktadır.
Işın (2009:454) "19. yüzyılın ikinci yarısına ait yemek kitaplarında bulunan av etleri tarifleri arasında keklik dolması, ördek palazı kebabı, patlıcanlı bıldırcın kebabı, kaz palazı, kebabı, karaca ve geyik ve yaban keçisi kebapları, kaz ve ördek tas kebapları, kaz ve ördek, fırın kebapları, ördek dolması, ördek palazı dolması, kaz ve ördek vb. av kuşları ciğerlerinden iç, bıldırcın vb. kuş pilavları ve kaz, ördek vb. av etleri kavurması" şeklinde bilgi vermektedir. Avcılardan ve eşlerinden görüşme sırasında aldığımız bilgilere göre, Hassa bölgesinde kara avcılığında elde edilen kanatlı ve kanatsız hayvanların etinden buradaki listeye benzer çeşitli yemekler yapılmaktadır. Bir yemeğin malzemelerinin temini, hazırlanıp pişirilmesi kadar; onun nasıl ne şekilde ve ne ile tüketildiği de kültürel unsur arasında yer alır. Günümüzde Hassa'da av eti ile yapılan bazı yemekler, yapılış tarifleri ayrıca yanlarında birlikte tüketilen yiyecek ve içecekler şu şekilde özetlenebilir:

Kanatlı Hayvanların Etinden Tapılan Yemekler
Keklik pilavı: Temizlenen keklikler bir bütün olarak haşlanmak üzere tencereye konur. İçerisine bir miktar tuz ilave edilip içindeki keklik miktarına göre soğan konur. Soğan konulmasının nedeni lezzet katmasının yanı sıra etteki sasılık[2] tadını giderebilmektir. Yapımı köy tavuğunun haşlanması gibidir. Daha sonra haşlanan et, el yardımıyla tiftiklenir, bir başka ifadeyle parçalara ayrılır. Pilav yapımında etin suyu kullanılır ve daha sonrasında pilavın üstüne konur. Keklik pilavı evde yapılmaktadır çünkü avlak alanda yapılması zor olduğundan temizlenip eve getirilmektedir. Avın temizleme kısmı erkeğe; pişirme kısmı ise kadına aittir. Dolayısıyla av etinin tüketilmesi iş bölümü neticesinde yapılmaktadır. Yemeğin yanında salata, musakka[3] ve ayran tüketilmektedir (K3).
Keklik kebabı: Temizlenen keklikler, göğüs tarafından ikiye ayrılarak tuz, pul biber, karabiber ve kekik ile harmanlayıp ızgaraya dizilir. Daha sonrasında kızarıncaya kadar pişirilir. Keklik kebabı genellikle avlak alanda yapılmaktadır. Bundan dolayı daha çok erkeklerin yani avcıların kendi aralarında tükettikleri bir besindir. Yemeğin yanında kola veya ayran tüketilirken, kebap için zerzevat[4] hazırlanıp tüketilmektedir (K2).
Keklik kavurması: Temizlenen keklikler kemikleri çıkarılarak küçük küçük doğranır. Kavurma genellikle avlanılan bölgede (nadiren evlerde) yapıldığından ateş üzerine konulan saç tava içine atılır. Bir miktar sıvı yağın yanı sıra içine küp şeklinde kesilen biber, soğan ve domates konulur. Tuz, pul biber, kekik ve tuz ilave edilir. Yarım saat içinde yemeğe hazır hale gelmektedir. Hazırlanması daha çok avlak alanda yapıldığından dolayı erkeklerin tükettiği bir yemek olmasına karşın nadiren de olsa evde yapıldığından dolayı müşterek tüketim olarak ifade edebiliriz. Yemeğin yanında salata, musakka ve ayran tüketilmektedir (K6).

[2]Kokuşmuş veya küflenmiş; hoş olmayan bir koku.
[3] Közlenmiş patlıcan, domates, biber ve soğanın soyulup ince ince kıyılması ve karıştırılması sonucunda oluşan bir tür meze şeklidir.
[4] Halka halka doğranmış soğan ile kıyılmış maydanozun harmanlanması ve sumak adı verilen baharatla tatlandırılması neticesinde oluşan bir nevi salata türüdür.

Keklik çorbası: Temizlenen keklikler, bir tencerede bir miktar suyla kaynatılır. Kaynatıldıktan sonra çıkarılıp kemiğinden temizlenir ve elle tiftiklenir. Daha sonra bir tencereye miktara göre domates rendelenir. İçine iki diş sarımsak rendeleyip tuz, pul biber, karabiber ve kuru nane atılır. Biraz domates salçası ve bir miktar zeytinyağı konulur. Beş dakika tavada karıştırılır. Daha sonra tiftiklenen etler atılır ve birkaç dakika karıştırılır. Eti kaynattığımız suyu içine ilave ettikten sonra kaynamaya bırakılır. 20 dakikaya yemeğe hazır hale gelmektedir. Yapım aşaması evde geçtiğinden dolayı hem erkeklerin hem de kadınların tükettiği bir yemek olduğunu söyleyebiliriz (K2).

Bıldırcın Kebabı: Temizlenen bıldırcın yan yana iki şişe geçirilir. Ters düz yaparak tuz, pul biber ve kekikten oluşan karışımla iyice terbiyelenir. Ateşte 10-15 dakikaya yemeğe hazır hale gelmektedir. Daha çok avlak alanda yapıldığından dolayı erkeklerin tükettiği bir yemek türüdür. Yemeğin yanında zerzevat, kola veya ayran tüketilir (K11).

Bıldırcın kavurması: Temizlenen bıldırcın kemiklerinden ayrılarak küp şeklinde doğranır. Ateşin üzerine konulan tavaya atılır. Bir miktar sıvı yağı ilave edip biraz pişirilir. Daha sonra içine küp şeklinde kesilen biber, soğan ve domates konulur. Tuz, pul biber, kekik ve tuz ilave edilir. Yarım saat içinde yemeğe hazır hale gelmektedir. Hem avlak alanda hem de evde tüketilmektedir. Dolayısıyla hem erkek hem de kadın tarafından tüketilen bir yemek türüdür. Yemeğin yanında salata, musakka ve ayran tüketilmektedir (K12).

Çulluk kavurması: Temizlenen çulluk kemiklerinden ayrılarak küp şeklinde doğranır. Ateşin üzerine konulan tavaya atılır. Bir miktar sıvı yağı ilave edip biraz pişirilir. Daha sonra içine küp şeklinde kesilen biber, soğan ve domates konulur. Tuz, pul biber, kekik ve tuz ilave edilir. Yarım saat içinde yemeğe hazır hale gelmektedir. Yemeğin yanında salata, musakka ve ayran tüketilmektedir. Hem avlak alanda hem de evde tüketildiğinden kadın ve erkeğin tükettiği bir av etinden yapılan yemek türüdür (K2).

Ördek kebabı: Temizlendikten sonra kemiklerinden ayırma işlemi yapılır. Daha sonrasında kuşbaşı şeklinde eti doğranır ve baharatlanır. Baharatın içinde: tuz, pul biber, kekik bulunur. Daha sonra ağaçların dallarından şiş yapılır (bk. foto2). Yemeğin yanında kola veya ayran tüketilirken kebap için zerzevat hazırlanıp el yapımı yufka ekmekle tüketilir. Avlak alanlarda tüketildiğinden erkeklerin tükettiği yemek türüdür (K1).

Kanatsız Hayvanların Etinden Yapılan Yemekler

Tavşan: Tavşanında eti sert olduğundan kebabı bu bölgede pek yapılmamaktadır. Daha çok içli köfte yapımında kullanılmaktadır. Bu sebeple çoğunlukla tavşan eti evde tüketilmektedir. Kışın ise et biraz daha yumuşasın diyerek bir gün kar üzerinde bırakılmaktadır. Bunun yapılma sebebi ise tavşanda kan oranının daha fazla olmasıdır. Vücudundan kanın iyice süzülmesi için bir gün soğuk yerde dinlenmesi gerekmektedir Bundan dolayı hem erkeklerin hem de kadınların tüketebildiği bir yemek türüdür (K2).

SONUÇ

Geleneksel avcılık kurumunun kurallarına göre bölgedeki her hayvan avlanmaz. Avlanacak ve eti yenilebilecek hayvanlar; dini kurallara, devlet kanunlarına ve avcılık kanunlarına göre belirlenir. Hassa bölgesinde kara avcılığında elde edilen kanatlı ve kanatsız hayvanların etinden çeşitli yemekler yapılmaktadır.

Bunlardan en çok bilinenleri keklik pilavı, keklik kebabı, keklik kavurması, keklik çorbası, bıldırcın kebabı, bıldırcın kavurması, çulluk kavurması, ördek kebabı ve tavşandır. Domuz eti Müslüman olan avcıların mutfağında yer almaz.

Hatay eski dönemlere dayanan tarihi geçmişi, çok kültürlü yapısı ve ekolojik anlamda zenginliğinden kaynaklı çeşitli endemik bitkileriyle ön plana çıkar. Av hayvanlarının çeşitli endemik bitkilerle beslenmesi etini lezzetli kılarken; avcılar etleri pişirmek için çeşitli baharatlar ve sebzeler kullanırlar. Bu da yemeği lezzetli ve bölgeye özgü kılar. Av eti mangalda şişlenerek kebap olarak, tavada kızartılarak veya tencerede haşlama ya da yahni olarak veya bir yemeğin içine et olarak katılarak pişirilir. Et pişirilirken, etin türüne ve pişirilme tercihine göre içinde soğan, kekik, tuz, pul biber, karabiber, domates, sarımsak, kuru nane, Ayçiçek yağı ve zeytinyağı kullanılır. Pişen yemek tek başına tüketilmez, yanında çeşitli yiyecek ve içecekler de tüketilir. Kola, şalgam, ayran tercih edilen içecek türleri iken; kebabın yanına musakka, zerzevat ve yufka ekmek de bulunmaktadır. Yemekler tüketilirken avcı oradakilere avdaki maceralarını anlatır.

Kültür, toplumun tarihi, yaşadığı bölgenin coğrafyasını ve yaşam tarzını yansıtmaktadır. Mutfak kültürü de tarihin, coğrafyanın ve yaşam tarzının bir temsilidir. İnsan yaşamın devamlılığı için besin tüketimi zaruri bir hal almaktadır. Yemek birey ve toplum için sadece beslenme ihtiyacını karşılayan bir ürün değil; aynı zamanda bir zevk, iletişim biçimi, statü belirleyici ve semboldür. Gündelik hayatta geleneksel mutfağın bir parçası olan av eti ve av yemeklerinin en temel işlevleri beslenme, zevk, paylaşım ve statüdür.

Av ve avcılık eski dönemlerde bir meslek iken; bugün geleneksel kültürde meslekten çok özel bir uğraş alanıdır. Akrabası, dostu ya da dedesi, babası, amcası yani evin erkeği avcı olan ailelerde av eti ile beslenme yaygın olarak görülür. Yemeğin sembolik ve statüsel anlamlarına bakıldığında; av geleneğinin varlığı ve devamı ayrıca cinsiyet rolleri bağlamında da av etinin temini, av alanında tüketilmesi, kısmen evde temizlenmesi bir erkek alanıdır. Kadınlar eve gelen av etinin temizlenme ve ailece tüketilme sürecine dâhil olur. Evin mutfağı toplumda genellikle kadın alanı olarak kabul edilir. Erkekler arasında iyi avcı olmak, iyi av avlayabilmek, av etini iyi pişirebilmek, avını ve yemeğini başkaları ile paylaşabilmek de bir statü belirtisidir. İşlevsel bağlamda av eti yemeğin iletişim boyutunu ve paylaşma kültürünü ön plana çıkartır.

KAYNAKÇA

Sözlü Kaynaklar

K1: Faruk Duyun, 54, Emekli (dernek başkanı), Lise, ET: 03.11.2022
K2: Mustafa Gül, 52 Öğretmen, Lisans, ET: 08.12.2022
K3: Süleyman Sabahyıldızı, 54, Çiftçi, Lise, ET: 03.11.2022
K4: Mustafa Karaduman, 50, Esnaf, Ortaokul, ET: 16.02.2023
K5: Mesut Yılmaz, 45, Memur, Lise, ET: 03.11.2022
K6: İsmail Meto, 43, Öğretmen , Lisans , ET: 03.01.2023
K7: Muhammet Akan, 29, Mühendis, Lisans, ET: 06.02.2023
K8: Harun Yılmaz, 50, İş adamı, Lisans, ET: 02.06.2023
K9: Hasan Kaplan, 32, Öğretmen, Lisans, ET: 12.06.2023
K10: Ahmet Haşimi, 50, Akademisyen, Lisansüstü, ET: 02.11.2023
K11: Ramis Balkar, 66, Emekli, Lisans, ET: 08.01.2024
K12: Behçet İlbaş, 90, Emekli, İlkokul, ET: 10.01.2024

Yazılı Kaynaklar

Abdurrezzak, Ali Osman (2014). İşlevsel Teori Bağlamında Yemek Kültürünün İletişimsel Yönü. *Journal of Turkish Studies.* 9, 1-16.

Anonim (2008). *Türk Mutfağı*. Kültür ve Turizm Bakanlığı. Ankara.

Bayat, F. (2007). *Türk Mitolojik Sistemi II.* İstanbul: Ötüken Yayıncılık.

Baysal, A. (2018). *Beslenme*. Ankara: Hatipoğlu Yayıncılık.

Bilgin, A. (2004). *Osmanlı Saray Mutfağı*. İstanbul: Kitabevi Yayınevi.

Çekiç, İbrahim.(2022) "Yemek ve Statü İlişkisi", *Yemeğin Kültürel Temelleri* (Editörler: Mustafa AKSOY, İbrahim ÇEKİÇ, Gül Seçil TAHMAZ) Ankara: Detay Yayıncılık.

Çetin, M. Adil (2019). *Yazılı Kaynaklarda Hassa- Osmaniye.* Osmaniye: Akdeniz Ofset.

Çobanoğlu, Ö. (2016). *Halkbilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Gökalp, Ziya(1976). *Türk Medeniyet Tarihi*. İstanbul: Güneş Matbaacılık.

Gürsoy, Deniz(2020). *Tarih Süzgecinden Mutfak Kültürümüz.* İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

Güven, Ö. ve Hergüner, G. (1999). Türk Kültüründe Avcılığın Temel Dayanakları. *PAÜ. Eğitim Fakültesi Dergisi,* 5, 32-49.

Halaçoğlu, Y.(1973). Fırka-i İslahiye ve Yapmış Olduğu İskân. *Tarih Dergisi*. 27, 1-20.

Işın, P. M. (2009). Osmanlı Mutfağında Av Etleri. *ActaTurcıca Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 1/1, 450-456.

Işın, P.M. (2022). *Osmanlı Mutfak İmparatorluğu*. İstanbul: Mas Matbaacılık.

Koca, Salim (2016). *Türk Kültürünün Temelleri*. Ankara: Berikan Yayınevi.

Malinowski, B. (1992). *Bilimsel Bir Kültür Teorisi*, (Çev.: Hüseyin Portakal), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Süren, T. (2021). Türk Mutfağında Av Etleri. Review of Tourism Administration Journal, 2 (2), 148-156.

Şimşek, F.(2017). Paleolitik Dönemde İnsan Türleri. *Uluslararası Amisos Dergisi*, 2/3, 80.

Tekin, Talat (1994).*Tonyuyuk Yazıtı*. Ankara: Simurg Yayıncılık.

Turan, O. (1988). *Türkiye Selçukluları Hakkında Resmi Vesikalar: Metin, Tercüme ve Araştırmalar*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Türk, H., & Şahin, K. (2014). Antakya Geleneksel Yemek Kültürü. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(2).

UZAY GIDALARININ GELECEĞİ: ASTRONOT BESLENMESİNDEN KÜRESEL ÇÖZÜMLERE

Beyzagül ARSLAN
Necmettin Erbakan Üni., Sağlık Bilimleri Enst., Beslenme ve Diyetetik ABD
ORCID: 0009-0006-5678-4491

Prof. Dr. Hasan Hüseyin KARA
Necmettin Erbakan Üni., Sağlık Bilimleri Fak., Beslenme ve Diyetetik Böl.
ORCID: 0000-0002-4701-8545

ÖZET

Uzay keşifleri, astronotların fizyolojisi üzerinde önemli etkiler oluşturmaktadır. Mikro yerçekimi koşulları; kemik yoğunluğu kaybı, bağışıklık sistemi düzensizlikleri, sindirim problemleri, tat ve koku algısında bozulmalar, iştah kaybı ve hareket hastalığı gibi birçok fizyolojik değişikliğe neden olmaktadır. Bu etkileri minimize etmek ve astronotların sağlıklarını korumak için uzay gıda sistemleri büyük bir önem taşımaktadır. Uzay gıdaları, astronotların besin gereksinimlerini karşılayacak şekilde optimize edilmiş olup, düşük ağırlıklı, uzun raf ömrüne sahip, mikro yerçekimi ortamına uyumlu, tüketimi pratik ve etrafa dökülmeyerek uzay araçlarının hijyenini korumaya yardımcı olacak şekilde tasarlanmaktadır.

NASA ve Rusya'daki Biyomedikal Sorunlar Enstitüsü (IBMP) tarafından sertifikalandırılan uzay gıdaları, astronatların besin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde optimize edilmiştir. Organoleptik ve mikrobiyolojik testlerden geçirilen bu gıdalar, güçlü bariyer özelliklerine sahip ambalajlarla korunarak kurutulmuş, ışınlanmış, termostabilize edilmiş ve susuzlaştırılmış gibi çeşitli işleme yöntemleriyle üretilmektedir. Tat ve dokularının Dünya'da tüketilen gıdalara benzer olması sağlanarak, uzun görevlerde astronotların psikolojik ve fiziksel ihtiyaçlarına uygun hale getirilmektedir.

Bu gelişmiş gıda sistemleri, uzay görevlerinin ötesinde birçok alternatif kullanım alanı sunmaktadır. Afet yardımı, uzun süreli askeri operasyonlar, açık hava etkinlikleri ve ekstrem sporlar gibi zorlu koşullarda güvenilir besin kaynağı sağlayabilir. Ayrıca, gastronomi ve mutfak sanatları açısından, sürdürülebilir gıda üretimi ve gıda israfını azaltma konularında ilham verici olabilir. Özel beslenme gereksinimi olan bireyler için, özellikle disfaji hastaları ve yaşlılar için yüksek besin değerine sahip, pratik ve lezzetli alternatifler sunulabilir. Yenilikçi gıda işleme ve ambalajlama teknikleri, gıda güvenliği konusunda küresel çapta çözümler sunarak, gelecekte hem uzay hem de Dünya'daki beslenme sistemlerini daha sürdürülebilir hale getirebilir. Ayrıca, fonksiyonel gıdalar geliştirilerek, sporcular ve yoğun tempoda çalışan bireyler için de sağlıklı ve dengeli beslenme imkânı sağlanabilir. Uzay gıdalarından elde edilen bilgi birikimi, tarım, gıda mühendisliği ve sağlık alanlarında yeni inovasyonlara kapı aralayarak, geleceğin beslenme sistemlerini daha verimli, sağlıklı ve erişilebilir hale getirme potansiyeline sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Uzay gıdası, beslenme, sürdürülebilirlik, gıda teknolojisi

THE FUTURE OF SPACE FOOD: FROM ASTRONAUT NUTRITION TO GLOBAL SOLUTIONS

ABSTRACT

Space exploration has significant effects on astronauts' physiology. Microgravity conditions lead to bone density loss, immune system irregularities, digestive issues, impairments in taste and smell perception, loss of appetite, and motion sickness. To mitigate these effects and maintain astronauts' health, space food systems play a crucial role. Space foods are optimized to meet astronauts' nutritional needs, designed to be lightweight, have a long shelf life, be compatible with microgravity environments, and be easy to consume without creating waste or contaminating the spacecraft's interior.

Space foods, certified by NASA and the Institute of Biomedical Problems (IBMP) in Russia, are optimized to meet the nutritional needs of astronauts. These foods undergo rigorous organoleptic and microbiological testing and are preserved using advanced processing methods such as dehydration, irradiation, thermostabilization, and freeze-drying. Additionally, their taste and texture are designed to resemble those of Earth-based foods, ensuring psychological and physical well-being during long-duration missions.

Beyond space missions, these advanced food systems offer numerous alternative applications. They can serve as reliable food sources in disaster relief efforts, long-term military operations, outdoor activities, and endurance sports. From a gastronomy and culinary arts perspective, space food technologies provide inspiration for sustainable food production and waste reduction. They also hold potential for specialized nutrition solutions, particularly for dysphagia patients and the elderly, offering high-nutrient, convenient, and palatable alternatives. Innovative food processing and packaging techniques could enhance global food security, making future food systems both in space and on Earth more sustainable. Additionally, the development of functional foods could support athletes and individuals with demanding lifestyles by providing balanced and nutritious meal options. Insights gained from space food research have the potential to drive innovations in agriculture, food engineering, and healthcare, contributing to more efficient, healthy, and accessible nutrition solutions for the future.

Keywords: Space food, nutrition, sustainability, food technology

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

RAFLARDAN EKRANA VEGAN GIDA ENDÜSTRİSİ: KÜLTÜREL BİR KARŞILAŞTIRMA

Doç. Dr. Burçe AKCAN
Başkenet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim ve Tasarımı
ORCID: 0000-0003-0907-8229

Doç. Dr. Arzu KAZAZ
Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık
ORCID: 0000-0003-1076-4234

ÖZET
Son yıllarda dünya genelinde yükselen bitkisel bazlı beslenme eğilimleri, yalnızca bireysel tüketim alışkanlıklarını değil, aynı zamanda gıda endüstrisinin üretim, sunum ve iletişim pratiklerini de dönüştürmektedir. Bu dönüşümün en görünür alanlarından biri vegan gıda pazarıdır. Vegan ürünlerin yalnızca içerikleriyle değil, aynı zamanda perakende ortamlarında nasıl sunuldukları ve hangi pazarlama stratejileriyle desteklendikleri, tüketici davranışlarını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Bu çalışma, Türkiye ve Almanya'daki vegan gıda ürünlerinin tüketiciyle buluştuğu noktalar olarak market raflarını, görsel sunum biçimlerini ve bu ürünlere eşlik eden iletişim stratejilerini karşılaştırmalı bir çerçevede incelemektedir. Araştırma kapsamında her iki ülkede faaliyet gösteren önde gelen üçer süpermarket zinciri fiziksel olarak gözlemlenmiş; raf düzenlemeleri, ürün yerleşimleri ve kategori çeşitliliği fotoğraflanarak kayıt altına alınmış, ürün gamı temel kategoriler üzerinden sistematik biçimde analiz edilmiştir. Buna ek olarak, ilgili ülkelerdeki yaygın vegan gıda üreticilerinin YouTube kanallarında yayınladıkları video içerikler analiz edilmiştir. Bu sayede, ürünlerin hangi faydalar üzerinden konumlandığı (örneğin sağlık, çevresel sorumluluk, tat, fonksiyonellik) ve bu faydaların hangi söylemsel stratejilerle inşa edildiği değerlendirilmiştir. Bu çalışma, vegan gıda endüstrisinde fiziksel sunum biçimleri ve dijital pazarlama söylemlerini ortaya koyarak söz konusu ürünlerin anlamının nasıl inşa edildiğini anlamaya çalışmaktadır. Çalışma neticesinde, ürünlerin sunumu ve söylem stratejilerinin kültürel bağlamlara göre nasıl farklılaştığı ve bu farklılıkların söz konusu ürünlerin konumlandırılmasında nasıl işe koşulduğu ortaya konmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Vegan Gıda Endüstrisi, Perakendecilik, Pazarlamada Kültürel Farklılıklar

THE VEGAN FOOD INDUSTRY FROM SHELF TO SCREEN: A CULTURAL COMPARISON

ABSTRACT
In recent years, rising plant-based dietary trends around the world have had a significant impact on both individual consumption habits and the production, display, and communication practices of the food industry. One of the most visible areas of this transformation is the vegan food market. The content of vegan products, their presentation in retail environments, and the marketing strategies employed to support them are among the key factors influencing consumer behaviour. This study employs a comparative approach, examining supermarket shelves in Turkey and Germany as the point of encounter between vegan food products and consumers. The visual presentation styles and accompanying communication strategies of these products are also analysed.

The research methodology involved physical observations of shelf arrangements, product placements and category diversity at three leading supermarket chains operating in both countries. Photographs and recordings were taken, and the product range was systematically analysed into basic categories. Furthermore, the video content published on the YouTube channels of prominent vegan food producers in the relevant countries was analysed. This approach enabled the evaluation of the positioning of benefits (e.g. health, environmental responsibility, taste, functionality) and the discursive strategies employed to construct these benefits. The objective of this study is to comprehend the manner in which the significance of these products is constructed by unveiling the physical forms of presentation and digital marketing discourses within the vegan food industry. The study's findings reveal that the presentation of products and discourse strategies vary across different cultural contexts, highlighting the strategic utilisation of cultural differences in the positioning of these products.
Keywords: Vegan Food Industry, Retailing, Cultural Differences in Marketing.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KONYA'NIN EREĞLİ VE HALKAPINAR İLÇELERİNDE TÖREN YEMEĞİ OLARAK TÜKETİLEN ET TARHANASININ YAPIM VE SUNUMU

Prof. Dr. Selçuk PEKER
Necmettin Erbakan Üniversitesi, Ereğli Eğitim Fakültesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü
ORCID: 0000-0003-4841-3640

ÖZET
Türk mutfağının geleneksel lezzetlerinden olan ve Türk dünyasının genelinde bilinip kabul gören tarhana, dilimizin kadim sözlüklerinden Dîvânu Lugâti't-Türk'ten itibaren kaydına rastlanan bir yiyecektir. Tarhananın tarih içerisindeki yolculuğu, Anadolu sahasındaki üretim ve tüketim çeşitliliği bugüne kadar çeşitli araştırmaların konusu olmuştur. Türk Standartları Enstitüsünce TS 2282 numarasıyla kayda alınan tarhananın Anadolu'da elli kadar çeşidinin olduğu bilinmektedir.
Konya, coğrafi olarak ülkemizin en büyük yüzölçümüne sahip şehridir. Haliyle tarhananın Konya ili sınırları içerisinde de birbirinden farklı pek çok üretimi yapılmaktadır. Konya'nın Ereğli ve Halkapınar ilçeleri, Orta Torosların eteklerindeki konumları ve kent merkezine 150 kilometreyi aşkın uzaklıkları ile kendilerine has kültürel farklılıklar barındıran yerleşim yerleridir. Bu farklılıklardan birisi de il merkezindeki et tüketimi ile söz konusu iki ilçedeki et tüketimi konusunda görülür. İl merkezinde büyükbaş hayvan eti tercih edilirken son yıllara kadar koyunculukla iştigal eden bu iki ilçede et tüketiminin küçükbaş hayvandan yana olduğu görülür. Söz konusu tüketime bağlı olarak bu iki ilçede geleneksel olarak üretimi yapılan ve özellikle törensel buluşmalarda tüketilen bir tarhana çeşidi de et tarhanasıdır. Her iki ilçede de ticari olarak üretilmeyen, genellikle bayramlarda ve çeşitli buluşmalarda tören yemeği olarak tüketilen et tarhanası, bu çalışmanın konusudur. Et tarhanası, bulgur ile etin bir takım baharatlar kullanılıp yoğurulmasıyla yapılan bir yiyecektir. Bu yiyeceğin temel baharatı rezenedir. Çalışmada et tarhanasının yapılışı ile tüketim şekli hakkında bilgi verilmiş, tavşan etinden yapılan tarhana ile kırmızı etten yapılan tarhananın farkına değinilmiştir. Ayrıca rezene bitkisinin bölgedeki endemik türü olabileceğini düşündüğümüz cimyonu (se) adlı bitki ile ilgili de tespitler yapılmıştır. Çalışma, araştırmacılara, ülkemizin diğer bölgelerinde yapılan et tarhanaları ile benzerlik ve farklılıkları karşılaştırma imkânı vermektedir. Rezene ile ilgili bölüm, botanik bilimcileri ilgilendirebilir.
Anahtar Kelimeler: Tarhana, et tarhanası, rezene, foeniculum vulgare, Ereğli, Halkapınar.

PRODUCTION AND PRESENTATION OF MEAT TARHANA CONSUMED AS A CEREMONIAL MEAL IN EREĞLİ AND HALKAPINAR DISTRICTS OF KONYA

ABSTRACT
Tarhana, which is one of the traditional flavors of Turkish cuisine and is known and accepted throughout the Turkish world, is a food that has been recorded since Dîvânu Lügâti't Türk, one of the ancient dictionaries of our language. The journey of tarhana in history, the diversity of production and consumption in the Anatolian field have been the subject of various researches until today. It is known that there are about fifty varieties of tarhana, which is registered by the Turkish Standards Institute with the number TS 2282, in Anatolia.
Konya is the city with the largest surface area in our country geographically. For this reason, many different productions of tarhana are made within the borders of Konya.

Ereğli and Halkapınar districts of Konya are settlements with their unique cultural differences with their location at the foot of the Middle Taurus Mountains and their distance of more than 150 kilometers from the city center. Another difference between these two districts from the city center is seen in meat consumption. While cattle meat is preferred in the city center, it is seen that ovine meat is consumed in these two districts, which have been engaged in sheep farming until recent years. Depending on the consumption in question, a type of tarhana that is traditionally produced in these two districts and consumed especially at ceremonial meetings is meat tarhana. Meat tarhana, which is not produced commercially in these districts and is generally consumed as a ceremonial meal at festivals and various gatherings, is the subject of this study. Meat tarhana is a food made by kneading bulgur and meat using a number of spices. The basic spice of this food is fennel
. In the study, information was given about the preparation of meat tarhana and the way it was consumed, and the difference between tarhana made from rabbit meat and tarhana made from red meat was mentioned. In addition, determinations have been made about the plant called cimyonu (se), which we think may be the endemic species of the fennel plant in the region. The study allows researchers to compare the similarities and differences with meat tarhanas made in other regions of our country. The section on fennel may be of interest to botanists.
Keywords: Tarhana, meat tarhana, fennel, foeniculum vulgare, Ereğli, Halkapınar.

Giriş

Yazılı tarih öncesi devirlerden olan toplayıcı-avcılık-ilkel bahçe tarımı döneminde ve avcı-çobanlar döneminde ekseri olarak hayvancılıkla meşgul olan Türkler tohumların ıslah edilerek başta buğday ve arpa olmak üzere hububatın hasat edilip kış günlerinde tüketileceği döneme kadar tarhana adlı yiyecekle tanışmamış olmalıdırlar. Elimizde söz konusu döneme ait yazılı kaynaklar olmasa da sütü ve yoğurdu tarımcılıktan çok önceleri tüketen Türklerin, tarla bitkilerinin yemeklerde kullanılmaya başlandığı dönemden itibaren buğdaya yoğurdu katıp tarhanayı icat etmiş olabileceklerini rahatlıkla söyleyebiliriz. Ki belgelere dayandıramadığımız bu dönemde et ile tahılın harmanlanarak et tarhanasının ilkel şekillerinin ortaya çıkmış olduğunu tahmin edebiliriz.

Söz konusu yiyeceğin *fakir aşı* anlamında Farsça sözlüklerde *terhûvâne* veya *terhîne* adlarıyla yer bulması, tarhana sözcüğünün doğrudan Farsça imiş gibi algılanmasına sebep olsa da (Göre, 2024, s. 32-33) Dîvânu Lügâti't Türk'te *tar, tar-, tarıg* vb. köklere rastlanmakta, "tar"a *yağ tortusu* anlamı verilmekte (Ercilasun ve Akkoyunlu, 2015, s. 855-857), halk etimolojisinde de sözcüğün "dar hane"den türetildiği (Göre, 2024, s. 33) görülmektedir. Sözcük ister bir dilden diğerine geçmiş ister iki dilde de farklı köklerden doğup şekillenmiş olsun, yiyeceğin Türk mutfağının kadim gıdalarından olduğu bir gerçektir.

Türkler tarım ve hayvancılığı bir arada yürüttükleri yüzyıllar içerisinde tarhanayı geliştirmişler ve günümüzde Anadolu sahasında onun özellikle tahıl ve yoğurt ana maddeleriyle yapılan pek çok türünü üretir ve tüketir olmuşlardır. Tarhananın bugün Türkistan (Orta Asya) coğrafyasında ne denli bilinir olup olmadığı müstakil bir çalışmanın konusudur. Ancak 1917 Ekim Devrimi ile siyaseten Sovyet yönetimi altında kalan Türkistan topraklarında bugün tarhananın bilinirliği Anadolu sahasındaki kadar yaygın olmasa bile buna şaşırmamak gerekir. Zira Sovyetler Birliği yıllarında birlik topraklarında ekilip dikilecek nebatatın çeşidine merkezi yönetim tarafından karar verilmiş, bireysel tercih hakkı olmadığı için pek çok coğrafyada pek çok hububat üretimi cebren sonlandırılmıştır. Türk cumhuriyetlerinin 1991 yılındaki bağımsızlığına kadar Sovyet öncesi dönemde bilinen pek çok ürün yıllar içerisinde unutulmuştur.

Söz gelimi, Özbekistan'ın bereketli toprakları on yıllar boyunca pamuk dışında herhangi bir bitkinin tohumuyla tanışamamış, haliyle mutfaklarda pamuk yağından başka endüstriyel yağ kullanılmamıştır. 1994-95 yıllarında Türkistan'daki görevimiz sırasında başta bulgur olmak üzere buğday türevli yiyeceklerin bilinmiyor olmasını gözlemlememiz, bu konuda bizim için farklı bir tecrübe olmuştur. Aynı şekilde süt ürünleri pazarında geleneksel bir peynir türü olan kurut ve ithal kaşar peyniri dışında peynire rastlamamamız, yoğurt aldığımız teyzelerin bizden şişelenmiş peynir mayası talep etmeleri tarafımızca Özbekistan, Kırgızistan gibi ülkelerde peynir kültürünün de Sovyetler Birliği döneminde yok edildiği şeklinde yorumlanmıştır. Son olarak 2024 yazında Kırgızistan yaylalarında geçirdiğimiz günlerde gördüğümüz devasa koyun sürülerine rağmen ülkede koyun yoğurdu ve peyniri görememiz, yine tarafımızca yukarıda sözünü ettiğimiz uygulamalarla ilişkilendirilmiştir.

Tarhananın Türkler tarafından çok sevilen ve sık içilen bir çorba olduğu yabancı seyyahlarca gözlemlenmiş, ordunun seferlerinde hem asker ve padişah tarafından tüketildiği kayıtlara geçmiş hem de Kapalı Çarşı'da tahta kaşıkların üzerine "Elin sırça sarayından bizim viranemiz yeğdir Elin leziz taamından bizim tarhanamız yeğdir" gibi sözler yazıldığı tespit edilmiştir. Bugünkü Suriye topraklarında hac yolcularına ikram etmek için tarhana hanları kurulduğu görlmüş, tarhana aşının kimi zaman fakir kimi zaman zengin yemeği olduğunu anlatan beyitler, dörtlükler tespit edilmiştir (Göre, 2024, s. 35-44).

Edebiyatımızda yemekler üzerine söylenmiş ilk manzum eserler XIV. yüzyılın sonu ile XV. yüzyılın ilk yarısında yaşamış olan Kaygusuz Abdal'a aittir. Bu şiirler *sımatiye* olarak bilinir. *Sımat*, "sofraya dizilmiş yemekler", *sımatiye* "yemekler hakkında yazılmış şiir" anlamına gelir. Sımatiyelerde tarhananın da adı geçmektedir (Kaya, 2008, s. 70). Âşıkların manzum destanlarında onlarca çeşit çorbanın arasında tarhana, dövme çorbasıyla birlikte adı diğerlerinden daha fazla anılan çorbadır (Kaplan 2024, s. 732). Şiirlerle örneklendirilecek olunursa 19. yüzyıl âşıklarından Kamili'nin esnaf destanında "*Vardım çiftçi oldum cümleden akdem / Yıllık ile tuttu beni bir âdem / İçtiğim tarhana çorbası her dem / Ağzım yaktım sıcak çorba içerken*" (Tekin, 2015), çağdaş âşıklardan Kamber Nar'ın "*Anıklı mis tarhananın / Tereyağlı kaygananın / Eti güzeldir dananın / Tadı damağımda kaldı*" (Kaya, 2008, s. 85) dizelerinde tarhanadan söz edilir.

Bugün Anadolu'da onlarca çeşit tarhana yapılmakta, bu çeşitlerin çoğunun temel maddelerini buğday ve yoğurt oluşturmaktadır. Bu çalışmada yoğurtlu tarhanadan farklı ve onun kadar yaygın olmayan et tarhanasının Konya'nın birbirine komşu ilçeleri Halkapınar ve Ereğli'de yapılışı ve sunumu ele alınacaktır.

Halkapınar ve Ereğli'de Tören Yemeği Olarak Et Tarhanası:

Ereğli, Konya'ya yaklaşık 150, Halkapınar ise 170 kilometre uzaklıkta iki komşu ilçedir. Büyükşehir merkez ilçeleri olan Selçuklu, Meram ve Karatay dışarıda tutulduğunda Ereğli, yirmi sekiz taşra ilçesi içerisinde nüfus ve ekonomik büyüklük olarak Konya'nın en büyük ilçesidir. Halkapınar ise Torosların Kuzey eteklerinde nüfus ve ekonomi açısından küçük ilçelerden birisidir.

Ereğli ilçesi bereketli toprakları ile tarım ve hayvancılığın Konya'daki önemli merkezlerinden birisidir. Tarımda özellikle 21. yüzyıl başına kadar hububat ve pancar ekimi ile meşgul olunan ilçede son çeyrek asırda endüstriyel sebze üretimi gelişmiştir. Bahçecilikte kiraz ve elma üretimi öne çıkar. Şalgam suyunun hammaddesi siyah havuç ile ihracatlık beyaz kiraz, ilçenin tescilli ürünlerindendir[1].

[1] Konya Ereğli Belediyesi, Türk Patent ve Marka Kurumudan Ereğli siyah havucuna 216, Ereğli beyaz kirazına 406, Ereğli koyun yoğurduna 798 numara ile coğrafi işaret tescil belgesi almıştır.

İlçede yerleşik Türkmen aşiretleri yüzyıllar boyunca geleneksel koyunculukla iştigal etseler de son yıllarda hayvancılık büyükbaş süt inekçiliği lehine gelişmiş, büyükşehir yasası, şehirleşme vb. yanlış politikalar geleneksel küçükbaş hayvan yetiştiriciliğine darbe vurmuştur. Konya kent merkezinde et tüketimi büyükbaş ağırlıklı iken yakın geçmişe kadar Ereğli ilçesinde tercih, küçükbaş hayvandan yana olmuştur. Daha net bir ifadeyle Ereğli halkı yüzyıllar boyunca yörede geleneksel olarak yetiştirilen koyunların etini tüketmiştir. Bugün ilçede inek eti geçmiş yıllara göre daha fazla tüketiliyor olsa da özellikle kırsalda yöre halkının tercihinin koyun etinden yana olduğu görülür.

Halkapınar ilçesi, Torosların eteklerinde kurulu olup Ereğli'ye 18 kilometre uzaklıktadır. İlçedeki İvriz Barajı, İvriz çayından beslenir. Toros dağları istikametinde İvriz çayının doğu ve batı yakasında uzanan iki vadi boyunca köyler sıralanır. Dereyüzü köyleri tabir edilen bu köylerin tarım arazileri sınırlı olduğu için bölgede başta kiraz olmak üzere bahçecilik gelişmiş, bunu hayvancılıkta geleneksel keçi ve koyun üreticiliği eşlik etmiştir. Son yıllarda süt inekçiliği de gelişme göstermiştir.

Ereğli ve Halkapınar ilçelerinde tarhananın yaygın olarak tüketilen türü klasik yoğurtlu tarhanadır. Kış aylarında yemek üzere yazdan hazırlanan yoğurtlu tarhanalar belli büyüklükte yassı şekillerde damlara serilip kurutulmakta ve kış boyu tüketilmektedir. Yine bunun gibi yoğurdun da içerisine girdiği, soğan, yeşil ve kırmızı biber ve domatesin de içerisine girdiği bir başka tarhana çeşidi de çok üretilenler arasındadır. Bu tarhana ilkinden farklı olarak cıvık hamur kıvamında kapalı kaplarda ekşitilmekte, sonrasında bez örtüler üzerine incecik dökülerek kurutulmakta ve tam kurumadan ufalanarak toz haline getirilmektedir. Yörede aşağıda tarifi yer alan et tarhanasından başka bir de üzüm hasatı mevsiminde pekmez ile yapılan tatlı tarhana (yöredeki adıyla simit) tespit edilmiştir. Sonbaharda üzüm hasadı yapılan günlerde bu tarhananın yapımıyla ilgili olarak alan araştırması yapmak da planlanmaktadır.

Çalışmaya konu olan et tarhanası, köftelik bulgur, et ve rezenenin ana malzeme olarak kullanıldığı bir yiyecektir. Rezene başta olmak üzere çeşitli baharatlar eşliğinde belli süre yoğurulan tarhana harcı genellikle üçgen şeklinde sıkılmakta, kızgın sac, kuzine soba veya tava üzerinde kızartılmakta, sade olarak veya çeşitli salatalarla veya yufka ekmeğe dürülerek yenilmektedir. Saha araştırmalarımıza göre et tarhanası ağırlıklı olarak Halkapınar köylerinde yapılmakta, Ereğli'nin sadece Karaman istikametindeki Yörük köylerinde bilinmekte, ovada yerleşik Türkmen köylerinde bilinmemektedir. Yine araştırmalarımıza göre Ereğli şehir merkezinde ikamet eden, et tarhanasını bilen ve tüketenlerin nadiren Ereğli'nin Yörük köylerinden gelenler, ağırlıklı olarak Halkapınar'da doğup Ereğli'ye yerleşenler olduğu tespit edilmiştir. Haliyle et tarhanası ağırlıklı olarak Halkapınar köylerinde bilinip tüketilmektedir, denilebilir.

Yörede et tarhanasının tören yemeği olarak tüketildiği de bir başka tespitimizdir. Bu tarhananın tüketildiği asıl tören, Kurban bayramıdır. Halkapınar köylerinde kurbanlar kesildikten sonra pek çok evde et tarhanası yoğurulup pişirilmekte, Karayusuflu gibi bazı köylerde söz konusu yiyecek, sadece hane sahiplerinin doymasında değil, bayram boyunca misafirlerin ağırlanmasında da kullanılmaktadır. Bayram sabahı tarhana harcı bolca karılıp hane halkının tüketeceği miktarda pişirilmekte, sonrasında hazır halde buzdolabına kaldırılan harç, misafir geldikçe taze taze pişirilip ikram olarak sunulmaktadır. Gün içinde gelecek misafir sayısı tahmin edilip belli bir miktar tarhananın pişmiş halde hazır edilmesi uygulaması da yapılmaktadır. Böylece hangi evi ziyaret ederlerse etsinler, misafirlerin tok bir mideyle bayram gezmesi yapması amaçlanmaktadır.

Bir başka tüketim şekli ise yine misafir olma merkezli buluşma törenleridir.

Kurban bayramlarında, uzak illerde yaşayan akrabaların çeşitli sebeplerle köye geldikleri günlerde, muhtarlığın veya kaymakamlığın düzenlediği törenlerde, kadınların kendi aralarında toplandıkları günlerde, koyun sağma zamanında, herhangi bir sebeple hayvan kesildiği günlerde, haneye toplu misafir geldiğinde, bereketli geçen bir av sonrası vurulan tavşanın tüketilmesinde tören yemeği olarak et tarhanası pişirilmekte ve topluca tüketilmektedir. Yine bunlar gibi aile içerisinde bir öğrencinin lise, üniversite sınavı kazandığı, aileye bir araç veya eşya alındığı, kız istendiği söz kesildiği günlerde kutlama yemeği olarak et tarhanasının pişirildiği de olmaktadır. Kendisinden tarif aldığımız bazı anlatıcılar, hane içinde evin beyinin, hanımının, büyüklerin veya çocukların canı çektiği durumlarda da et tarhanası pişirildiğini hatta uzun ve yorucu yoğurma işlemini kolaylaştırmak için önceden yoğurulan tarhana harcının derin dondurucuda saklanarak istenilen bir öğünde kısa sürede hazır edildiğini ifade etmişlerdir.

Rezene ve Yöredeki Benzer Türü Cimyonu/Se:

Rezene üzerine botanik bilimi alanında çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Demir, 2024; Özyılmaz, 2015; vd.). Et tarhanası tariflerinin değişmeyen baharatı rezene, herkesin baharatçılardan kolayca temin edebileceği bir bitkidir. Ereğli özellikle de Halkapınar özelinde rezenenin ticari olmayan üretimi yapılmaktadır. Köylerde yaşayan veya bahçe sahibi olan bazı haneler bahçelerinin bir köşesine veya sebzeliklerinin kenarına rezene tohumu saçıp kendi ihtiyaçlarına yetecek miktarda rezene üretmektedir.

Et tarhanası tarifleri aldığımız kaynak kişilerden *se* veya *cimyonu* adı verilen bir bitki adı duymamız bizi bu bitkiyle ilgili araştırma yapmaya da sevk etmiştir. Halkapınar'ın Dereyüzü tabir edilen köylerinin bazılarında tadı rezeneye benzeyen, tohumu da şekil olarak rezene tohumundan daha iri ancak daha yassı bir bitkiye yöre halkı tarafından cimyonu veya se adı verilmektedir. Bu bitkinin tohum hali rezeneyi andırmakla birlikte tohumları rezene tohumundan daha büyüktür. Rezene tohumu daha yuvarlak bir yapıdayken cimyonunun daha yayvan olduğu görülmektedir. Yörede oldukça dar bir çevrenin varlığından haberdar olduğu se veya cimyonu tohumunun bitkisi şekil olarak rezene bitkisine hiç benzememektedir. Rezene bitkisi dar yapraklı, kuşkonmazı andıran bir görünüme sahip iken cimyonu bitkisi geniş yapraklı, ilk bakışta çileği, yapraklarının dolgunluğu bakımından da bezelyeyi andıran bir görünüme sahiptir. Cimyonunun rezene tohumuna benzer bir tohum vermesi oldukça dikkat çekicidir. Botanik bilimcilerin görmesi için bitkinin ve tohumunun fotoğrafları, rezenenin bitki ve tohumuyla yanyana, çalışmanın sonuna eklenmiştir.

Rezene veya cimyonu, et tarhanasının vazgeçilmez baharatıdır. Bunlardan birisi olmadan et tarhanası yoğurulmamaktadır. Et tarhanasının yapımında ister rezene ister cimyonu kullanılsın bunların tohumları ya makinede çekilmekte veya havanda dövülerek hazır edilmektedir. Tarhana içerisinde tane tohum olarak değil, öğütülmüş olarak kullanılmaktadır.

Et Tarhanası Tarifleri:

Et tarhanasının birbirinden küçük farklar içeren altı tarifi alınmış; tarif, sunum veya malzeme farkı gösteren üç tanesine bu çalışmada yer verilmiştir. Tariflerin kaynak kişilerin yaşam şekline, yaşına ve yaşanılan coğrafyaya göre değişiklik gösterdiği görülmüştür. Söz gelimi köylerde yaşayanlar ağırlıklı olarak koyun etini tercih ederlerken şehir merkezinde inek etinin tercih edildiği görülmektedir. Tavşan, Toros dağları üzerinde kurulu köylerde kullanılan bir başka et olup şehirde tavşan etiyle tarhana yapılmadığı görülmüştür.

Et tarhanasında yağlı et tercih edilirken yaşı otuzun altında olan ve fiziği konusunda hassas davranan şehirli bir kaynak kişiden tamamen yağsız çift çekilmiş kıymayla yapılan ve teflon tavada eser miktarda yağda pişirilen tarhana tarifi de alınmıştır. Aşağıda farklı kaynak kişilerden alınmış üç tarif yer almaktadır.

1. Tarif: Et ve Tavşan Tarhanası[2]

a. Malzemeler:

1 kg yağlı et
1 kg setik (ince bulgur)
0,5 kg buğday irmiği
1 yemek kaşığı domates salçası
1 yemek kaşığı kırmızı pul biber
0,5 veya 1 yemek kaşığı rezene
1 tatlı kaşığı karabiber
0,5 tatlı kaşığı kimyon,
2 yumurta
1 orta boy soğan
Tuz.

b. Tarif:

Bir kilogram yağlı et, tahta üzerinde satırla dövülüp satır kıyması haline getirilir. Bu imkân yoksa et makinede de çektirilebilir. Büyük bir leğene et, setik, irmik, bir yemek kaşığı domates salçası, bir yemek kaşığı biber salçası, bir veya iki yemek kaşığı kırmızı pul biber, yarım veya bir yemek kaşığı öğütülmüş rezene, yarım yemek kaşığı karabiber, yarım yemek kaşığı kimyon eklenir. Üzerine iki yumurta kırılıp üç adet orta boy soğan rendelenir. Malzemeler birbiriyle iyice harman olup eriyene kadar yoğurulur. Harç sertleşecek olursa bir çay bardağı su eklenir. Harç özleşip kıvama gelince ceviz büyüklüğünce parçalar alınıp üçgen veya yuvarlak veya köşeli şekillerde sıkılır. Şekil verilen tarhana, sac üzerinde veya kuzine soba üzerinde veya tavada pişirilir.

Tavşan etiyle yapılırken tavşan önce kara veya buzlu suya yatırılıp bir gün bekletilir. Vücudunun kanı tamamen kara veya suya çıkar. İyice yıkandıktan sonra süzülmeye bırakılır. Suyu tamamen süzülen tavşanın etleri sıyırılır. Bir kilogram tavşan eti yine satırda veya makinede kıyma haline getirilir. Tavşan eti yağsız olduğu için içine yarım kilogram kadar iç yağı rendelenir. Etli tarhana nasılsa tavşan tarhanası da öyle yoğurulup pişirilir.

Tavşan etiyle yapılan tarhana diğerine göre daha lezzetli ve daha gevrek olur.

c. Sunum:

Pişen tarhana tercihe göre ekmeksiz olarak tüketileceği gibi yufka ekmeğin arasına dürüm yapılarak da yenebilir. Tarhananın yanında çoban salatası, sumaklı soğan salatası, turşu da ikram edilebilir.

[2] Bu tarif 1981 Ereğli doğumlu, çocukluk yıllarını Halkapınar'ın Osmanköseli köyünde geçirmiş, hâlen Halkapınar'da, yılın farklı dönemlerinde Halkapınar, Ereğli ve Osmanköseli'de yaşayan Hülya Şengün'den alınmıştır.

2. Tarif: Et Tarhanası[3]

a. Malzemeler:

1 kilogram yağlı inek veya koyun eti
0,5 kilogram köftelik bulgur
1 büyük soğan
1 çorba kaşığı dövülmüş rezene veya aynı miktarda cimyonu
1 çorba kaşığı pul biber
Tuz

b. Tarif:

Bir kilogram yağlı koyun eti satır kıyması haline getirilir. Bir büyük soğan incecik kıyılır. Bir leğenin içerisine satır kıyması, köftelik bulgur, ince doğranmış soğan, dövülmüş rezene veya rezeneye benzeyen cimyonu ve pul biber konulup uzun süre yoğurulur. Katılaşacak olursa bir miktar su ilave edilir. Özleşen harçtan küçük küçük alınan parçalar üçgen veya farklı şekillerde sıkılır. Sac üzerinde pişirilir. Eğer apartmanda yoğurulduysa ocak üzerinde tavada pişirilir.

c. Sunum:

Tarhana piştikten sonra köydeyse ateşteki sacın başında veya kurulan yer sofrasında, şehirdeyse masada tabaklarla yufka ekmek eşliğinde servis edilir. Köyde toplu misafir geldiği zaman sacın etrafında toplanmayı sağlayan yemektir. İsteyen olursa yanında mevsimine göre çoban salata, sumaklı soğan salatası veya turşu da ikram edilir. Kurban bayramında yoğurulduysa lenger adı verilen yayvan geniş bakır tabakların altına yufka yerleştirilip üzerine et tarhanası dizilir. Misafirlerin önüne iki kişinin önüne birer lenger olarak konulur. Kurban bayramında özellikle köyde şeker yerine tarhana ikram edilir ki misafirin evden tok ayrılması sağlanır.

3. Tarif: Et ve Tavşan Tarhanası[4]

a. Malzemeler:

1 kilogram yağlı koyun kıyması
3 su bardağı köftelik bulgur.
1 büyük soğan
1 yemek kaşık biber salçası
1 yemek kaşığı domates salçası
1 yemek kaşığı pul biber.
1 tatlı kaşığı dövülmüş rezene
1 tatlı kaşığı kimyon
1 tatlı kaşığı karabiber
1 tatlı kaşığı se veya diğer adıyla cimyonu
2 yemek kaşığı un
Tuz

b. Tarif:

Köftelik bulgur önce bir leğenin içine konulup hafiften ıslatılır. Üzerine bir büyük soğan incecik doğranır.

[3] Bu tarif çocukluk ve gençlik yıllarını Halkapınar ilçesinin Karayusuflu Köyü'nde geçiren, hâlen Ereğli şehir merkezinde ikamet eden iki çocuk annesi Cennet Kanık'tan alınmıştır. Cennet Kanık, 1957 Karayusuflu Köyü doğumlu olup Ereğli'de ikamet etmektedir.

[4] Bu tarif Halkapınar ilçesi, 1968 Nernek (Yayıklı) Köyü doğumlu Ayşegül Akay'dan alınmıştır. Ayşegül Akay, bu tarifi Kale Köyü doğumlu annesi Ayşe Kızılkan'dan öğrenmiştir. Akay, Halen Ereğli şehir merkezinde ikamet etmektedir.

Sonra eti konup üzerine domates ve biber salçaları, pul biber, dövülmüş rezene, kimyon, cimyonu, un ilave edilip yarım saat kadar yoğurulur. İyice özleşene kadar yoğurulur. Yoğurma esnasında malzemenin durumuna göre katılaşacak olursa el suya batırılarak ıslata ıslata devam edilir. Yoğurmanın son aşamasında üzerine yarım demet maydanoz doğranır. Tuzu eksikse biraz tuz ilave edilir. Küçük parçalar alınıp yuvarlak yuvarlak şekil verilir. Tavada yağ dökmeden veya damak zevkine göre çok az sıvı yağla kızartılır. Tavşan eti ile yapıldığında kanı tamamen arındırılmış tavşanın kıymasından yağsız olarak yapılır. Tavşan yağsız bir hayvan olduğu için tavşan tarhanası sıfır yağsız tıkır tıkır olur.

c. Sunum:

Kale ve Nernek (Yayıklı) köylerinde eskiden sade olarak veya yufka ekmekle tüketilirdi. Kurban bayramlarında ve toplu misafir geldiğinde tercih edilen bir yemektir. Günümüzde yine tercihe göre böyle tüketileceği gibi yanında soğan piyaz veya salata ile sunulabilir. Ekmekle tüketilecekse yufka ekmeği çok yakışır. Şehirdeki tüketiminde çiğ köfte gibi marulun veya yufka ekmeğin içersine dürülerek de tüketilebilir. Yanında ayran ikram edilir.

KAYNAKLAR:

Demir, S. (2024). Yerli ve yabancı kökenli tatlı rezene (foeniculum vulgare mill. var. dulce) çeşit ve popülasyonlarının agro-morfolojik ve kalite özellikleri ile genetik ilişkilerinin moleküler düzeyde belirlenmesi, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 208 s.

Göre Z. (2024). **Divan şiiri örnekleminde Türk mutfağının geleneksel lezzeti tarhana. *Aşçı Dede Ateşbaz-ı Veli 3*. Konya, s. 31-52.**

Kaşgarlı M. Dîvânu Lügâti't Türk (Haz. Ercilasun Ahmet B, Akkyounlu Ziyat). Ankara 2015.

Kaplan, H. (2024). Âşıklık geleneğinde yemek destanları: tematik ve işlevsel bir yaklaşım. *Folklor Akademi Dergisi*, 7(2), 724-744. https://doi.org/10.55666/folklor.1498500.

Kaya, D. (2008). Halk edebiyatında yemek destanları. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi* (I), 77-90.

Özyılmaz, B. (2015). Farklı yörelerden temin edilen tatlı rezene (foeniculum vulgare var. dulce) populasyonlarının karakterizasyonu, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi, 163 s.

Tekin, G. (2015). Kâmilî. https://teis.yesevi.edu.tr/madde-detay/kamili

EKLER:

1. Tarhana Fotoğrafları[5]:





[5] Aşağıda yer alan tarhana görselleri Halkapınar'da yaşayan Halkapınar Belediyesi basın yayın biriminden emekli Bülent Fakı Şengün'ün sosyal medya hesabından ve şahsi fotoğraf arşivinden alınmıştır. Şengün, bu çalışmadaki ilk tarifi veren Hülya Şengün'ün eşidir.


Bülent Fıkri Şengün


Bülent Fıkri Şengün

2. Rezene ve Cimyonu (Se) Fotoğrafları[6]:



Rezene bitkisi



Rezene tohumu

[6] Aşağıdaki ilk iki fotoğrafta rezene bitkisi ve tohumu, sonraki iki fotoğrafta cimyonu (se) bitkisi ve tohumu yer almaktadır. Dört fotoğrafın ilki hariç üçü tarafımızca çekilmiştir.



Cimyonu (se) bitkisi



Cimyonu (se) tohumu

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

SÜRDÜRÜLEBİLİR GASTRONOMİ AÇISINDAN ALTINEKİN MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0000-0001-9177-8704

Muhammed Fatih YILDIRIM
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0007-4354-8550

Baki ÖNAL
ORCID: 0009-0002-9127-6928

ÖZET
Bu çalışma, Konya'nın Altınekin ilçesinin kendine özgü mutfak kültürünü sürdürülebilir gastronomi bağlamında değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Küresel ölçekte artan çevresel kaygılar ve kültürel yozlaşma durumları, yerel mutfak kültürlerinin korunmasını ve sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Türk mutfağının korunması kapsamında, önemli bir tarihi ve kültürel mirasa sahip olan Altınekin'in mutfak kültürünün incelenmesi önemli görülmüştür. Altınekin'in mutfak kültürü, yerel tarım ürünleri, geleneksel pişirme teknikleri, coğrafi yapı ve tarihsel birikimle şekillenmiştir. Bu kapsamda çalışmada nitel araştırma yöntemi benimsenmiş; yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla yerel halkın (n=12) bilgi ve deneyimlerine başvurulmuştur. Görüşmelerden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, Altınekin mutfağının geleneksel yemekleri, üretim süreçleri, yerel tarım ürünlerinin kullanımı, mevsimsel tüketim alışkanlıkları ve toplumsal bellekteki yeri üzerine odaklanmaktadır. Altınekin mutfağında kullanılan malzemelerin çoğunlukla yerel ve doğal kaynaklı olması, geleneksel pişirme tekniklerinin hâlen yaşatılması ve kuşaktan kuşağa aktarılan tariflerin varlığı, bu kültürün sürdürülebilir gastronomi ile yüksek uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, Altınekin mutfağı; kültürel mirasın korunması, yerel üreticinin desteklenmesi ve gastronomi turizmi yoluyla kırsal kalkınmanın teşviki açısından önemli bir potansiyel taşımaktadır. Altınekin'in mutfak kültürü yalnızca beslenme pratiklerinin ötesinde, sürdürülebilir yaşam biçimlerinin ve kültürel sürekliliğin taşıyıcısı olarak değerlendirilmekte; sürdürülebilir gastronomi ilkeleri çerçevesinde bölgesel ve ulusal düzeyde desteklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır.
Anahtar Kelimeler: sürdürülebilirlik, sürdürülebilir gastronomi, Türk mutfağı, Altınekin mutfak kültürü

EVALUATION OF ALTINEKİN CULINARY CULTURE IN TERMS OF SUSTAINABLE GASTRONOMY

ABSTRACT
This study aims to evaluate the unique culinary culture of Altınekin district of Konya in the context of sustainable gastronomy. Increasing environmental concerns and cultural degeneration on a global scale make it necessary to protect local culinary cultures and integrate them with sustainability principles.

Within the scope of the protection of Turkish cuisine, it is considered important to examine the culinary culture of Altınekin, which has an important historical and cultural heritage. Altınekin's culinary culture has been shaped by local agricultural products, traditional cooking techniques, geographical structure and historical accumulation. In this context, qualitative research method was adopted in the study; the knowledge and experiences of local people (n=12) were consulted through semi-structured interviews. The data obtained from the interviews were evaluated by content analysis method. The findings focus on the traditional dishes of Altınekin cuisine, production processes, the use of local agricultural products, seasonal consumption habits and its place in social memory. The fact that the ingredients used in Altınekin cuisine are mostly local and naturally sourced, traditional cooking techniques are still kept alive, and the existence of recipes passed down from generation to generation reveals that this culture is highly compatible with sustainable gastronomy. Furthermore, Altınekin cuisine has a significant potential in terms of protecting cultural heritage, supporting local producers and promoting rural development through gastronomy tourism. The culinary culture of Altınekin is considered as a carrier of sustainable lifestyles and cultural continuity beyond mere nutritional practices, and it is emphasized that it should be supported at regional and national level within the framework of sustainable gastronomy principles.
Keywords: sustainability, sustainable gastronomy, Turkish cuisine, Altınekin culinary culture

GİRİŞ

Beslenme insanların hayatlarını sürdürebilmek için ihtiyaç duydukları en temel fizyolojik ihtiyaçlarındandır. Yeme-içme pratikleri, bireylerin ve toplumların sosyal kimliklerini inşa etmelerinde ve ait oldukları kültürel yapıyı sürdürmelerinde temel bir rol oynamaktadır (Johnston & Baumann, 2015). Bu alışkanlıkların tarih boyunca, toplumsal aidiyet, sınıfsal yapı ve kültürel kimlik gibi kavramlarla doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Her topluluk bulundukları coğrafyaya, iklim şartlarına, sosyal yapısına, geçmişten gelen ve gelişen kültürlerine bağlı olarak, kendilerine özgü bir beslenme kültürü oluşturmuştur (Counihan & Van Esterik, 2012). Mutfak kültürü toplumların yalnızca beslenme biçimlerini değil; aynı zamanda üretim, hazırlama, tüketim ve paylaşma gibi gıda ve ilgili tüm süreçler üzerinden bir toplumun tarihsel, coğrafi ve sosyo-kültürel yapısını yansıtan çok katmanlı bir olgudur (Montanari, 2006). Dolayısıyla mutfak kültürü çok zengin bir kültürel mirastır ve korunması ve sürdürülmesi önem arz etmektedir.

Konya köklü bir geçmişe ve kültürel mirasa sahiptir. Konya şehir merkezine çok yakın olan ve geçmişi çok eskilere dayanan Altınekin ilçesi de derin bir kültürel mirasa sahiptir. Bu derin kültürel mirasın Altınekin ilçesinin mutfak kültürüne de yansıdığı gözlemlenmiştir. Bizans, Selçuklu ve Osmanlı'dan günümüze şekillenen Anadolu-Türk mutfağının izleri Altınekin'de görülmektedir. Ancak son yıllarda Türk mutfak kültürünün bazı yöresel unsurlarının artık uygulanmadığı, unutulduğu veya bilinmediği görülmektedir. Özellikle Altınekin gibi yerel anlamda kıt imkanlara sahip bölgelerde, zor dönemler insanları benzer ürünlerle daha yaratıcı olmaya mecbur kılarak sürdürülebilir bir mutfak kültürü üzerine şekillenmesine sebep olmuştur. Bu anlamda yörenin, kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün korunması ve sürdürülebilir gastronomi kapsamında geçmişten günümüze yerel bazda uygulanan gastronomi değerlerinin incelenip literatüre kazandırılarak gelecek nesillere aktarılması önemlidir. Bunlara ek olarak bölgenin gastronomi turizmi açısından bir cazibe merkezi haline getirilmesi ve gelecek çalışmalara öncü olması da çalışmanın hedefleri arasındadır.

Çalışmada sürdürülebilir gastronomi ve ilgili kavramlar açıklanacak, ardından Altınekin'in genel özelliklerine değinilecek ve yörede yaşayan halkın mutfak kültürü hakkında verdikleri bilgiler incelenecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, sürdürülebilir gastronomi kavramı ile Altınekin'in mutfak kültürü arasındaki ilişki, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde ele alınarak, çalışmanın teorik temeli oluşturulacaktır.

Sürdürülebilirlik ve Gastronomi Kavramı

Sürdürülebilirlik kavramı, çevresel, ekonomik ve toplumsal boyutları içeren çok disiplinli bir yaklaşımı ifade etmektedir. En temel haliyle sürdürülebilirlik, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılama yetisini tehlikeye atmadan kalkınmayı sağlayabilme becerisi olarak tanımlanır (WCED, 1987). Bu kavram, doğal kaynakların korunması, ekonomik büyümenin sağlanması ve sosyal eşitliğin geliştirilmesi gibi üç temel ilkeye dayanmaktadır (Hopwood, Mellor & O'Brien, 2005). Gastronomi kavramı ise yalnızca yemeklerin hazırlanması ve tüketilmesinden ibaret olmayıp; tarih, kültür, ekonomi ve çevre gibi farklı disiplinlerle kesişen çok boyutlu bir alandır (Can & Ağcakaya, 2019). Bu alan, toplumların tarihsel süreç içerisinde geliştirdikleri yemek kültürlerini, beslenme alışkanlıklarını, üretim-tüketim biçimlerini ve ekonomik yapılarla olan ilişkilerini kapsamlı bir şekilde ele alırken, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle de doğrudan ilişkilidir (UNESCO, 2010). Bu iki kavramın birleşmesiyle ortaya çıkan sürdürülebilir gastronomi, gıda üretiminden tüketimine kadar olan tüm süreçlerde birçok çevresel etkinin azaltılmasını, yerel ürünlerin tercih edilmesini, geleneksel üretim yöntemlerinin yaşatılmasını ve gıda israfının önlenmesini amaçlamaktadır (Meyer, 2019). Bu çerçeveden bakıldığında, kültürel çeşitliliğin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması, sürdürülebilir gastronomiyle doğrudan ilişkilidir (Gössling, Garrod, Aall, Hille & Peeters, 2011). Sonuç olarak, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşma sürecinde gastronomi, yalnızca bir tüketim alanı değil; aynı zamanda sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarını bir araya getiren bir etkileşim alanı olarak değerlendirilmelidir. Sürdürülebilir gastronomi çevresel sorumluluk bilinciyle beslenen, kültürel sürekliliği önceleyen ve toplumsal duyarlılığı artıran bütünsel bir yaklaşım olarak, çağdaş sürdürülebilirlik tartışmalarında merkezi bir rol oynamaktadır.

Altınekin'in Fiziki ve Sosyo-Ekonomik Yapısı ile Tarihine Genel Bakış

Altınekin, Türkiye'nin İç Anadolu Bölgesi'nde, Tuz Gölü Kapalı Havzası sınırları içinde konumlanmakta olup idari olarak Konya iline bağlıdır. Konya kent merkezinin yaklaşık 66 kilometre kuzeyinde bulunan Altınekin'in kuzeyinde Cihanbeyli, güneyinde Selçuklu ve Karatay, batısında Sarayönü ve doğu yönünde Aksaray ili ile komşu ilçe olup stratejik bir konumda bulunmaktadır. Taşıdığı mevsimsel özellikler itibariyle sert karasal iklimin hüküm görüldüğü ilçede yazları sıcak ve kurak, kışları ise soğuk ve kar yağışlıdır (Karagülle, 2021). Topografik açıdan değerlendirildiğinde ise bölge, ağırlıklı olarak ova karakteri göstermektedir (Tuncer, 2011). Altınekin ilçesi, sahip olduğu verimli tarım arazileri ve geniş mera alanları sayesinde, günümüzde ağırlıklı olarak tarım ve hayvancılığa dayalı bir ekonomik yapıya sahiptir. İlçede özellikle küçük ve büyükbaş hayvancılığı yapılırken diğer yandan tarımsal olarak buğday, arpa, şeker pancarı ve nohut üretimi yaygındır (Konya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2022). İlçe genelinde tarım faaliyetlerinin geleneksel yöntemlerle sürdürülmesi, aynı zamanda sürdürülebilirlik ilkeleriyle de örtüşmektedir.

Bununla birlikte, büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık faaliyetleri, ev ekonomisine ve yerel mutfak ürünlerinin çeşitliliğine katkı sağlamaktadır (Gültekin & Aksu, 2020). Altınekin ilçesi, demografik açıdan değerlendirildiğinde ise nüfusu 2023 yılı itibarıyla yaklaşık 14 bin civarındadır. İlçede genç nüfus oranı düşük olup, göç eğilimi özellikle çalışma çağındaki bireylerde dikkat çekmektedir (TÜİK, 2023). Bu durum, kırsal kalkınma ve kültürel sürdürülebilirlik açısından bazı riskleri beraberinde getirmektedir. Nitekim genç nüfusun az olması, yerel bilgi ve geleneksel üretim biçimlerinin yaşatılmasını zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda, kırsal bölgelerde demografik istikrarın sağlanması, yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir zorunluluk olarak değerlendirilmelidir. Özellikle mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında geleneksel bilgi birikiminin korunması büyük önem arz etmektedir (Erkan, 2019). Altınekin'in fiziki ve sosyo-ekonomik yapısı, kültürel mirası ve üretim modellerinin sürdürülebilir gastronomi ile uyumlu olabileceğini göstermektedir. Yerel üretim-tüketim döngüsünün hâlâ büyük ölçüde geçerli olması, bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlayabilecek önemli bir potansiyel taşımaktadır (FAO, 2024).

Altınekin ve çevresinin tarihsel süreci, oldukça köklü bir geçmişe dayanmaktadır. Bölgedeki ilk yerleşim izlerinin Hititler dönemine kadar uzandığı bilinmektedir. Hititler sonrasında ise bölge sırasıyla Frigler ve Romalıların egemenliği altına girmiştir. Roma İmparatorluğu döneminde Altınekin bölgesindeki antik kentlerden Congusso (Kongoustos), Perta, Pegalla gibi yerleşimlerin varlığı arkeolojik ve yazılı kaynaklarla ortaya konulmaktadır (Koçak & Küçükbezci, 2022). 1071 Malazgirt Zaferi'nin ardından Anadolu'ya yönelen Oğuz boyları, bölgeye düzenledikleri akınlar sonucunda birçok Türk beyliğini burada kurmuşlardır. Zamanla, su kaynaklarının bolluğuna atıfla bu yerleşim alanına "suyu bol olan yer" anlamına gelen "Zıvarık" adı verilmiştir. Bu bağlamda, Altınekin'in eski adı olan Zıvarık, Avşar Türkmenlerinin yerleşim alanlarından biri haline gelmiştir (Şeker, 2023). Ayrıca, Altınekin'in ismi, eski dönemlerdeki "Kınalıtepe" yerleşkesiyle de ilişkilendirilmektedir (Demirtaş, 2018). Türkiye Selçukluları döneminde, bölgenin hem verimli topraklara sahip olması hem de stratejik coğrafi konumu sayesinde ekonomik ve kültürel anlamda önemli bir gelişim gösterdiği anlaşılmaktadır. Orta Çağ boyunca ticaret yolları üzerinde yer alması nedeniyle Altınekin, bölgesel ticaretin canlandığı önemli merkezlerden biri olmuştur. Bu dönemde bölgede, günümüzdeki konaklama işletmelerinin eski bir örneği olan pek çok han inşa edilmiştir. Zengicek Kalesi, Zulmanda Hanı, Ali Paşa Camii, Şeyh-i Kebir Taşgun Baba Tekkesi, Zıvarık Hanı, Gölcek Hanı, Sarnıç Hanı gibi yapılar günümüze kadar ulaşmış bazı tarihi eserlerdendir (Ünüvar & Sezgin, 2019). Bu bağlamda bölgenin turistik destinasyon olma potansiyelini sağlayacak yerler bulunmaktadır. Turizm tek başına tarihi eserler üzerinden sağlanamayacağından, bölgenin köklü mutfak kültürüyle desteklenmesi vasıtasıyla yeni bir turizm destinasyonunun oluşmasına uygun bir zemindedir.

Altınekin Mutfak Kültürü

Altınekin mutfak kültürü, İç Anadolu Bölgesi'nin genelinde olduğu gibi tarıma ve hayvancılığa dayalı geleneksel yaşam biçiminin somut bir yansıması olarak şekillenmiştir. Tarihsel süreç içerisinde oluşan kültürel birikimiyle zengin bir yerel mutfak yapısına sahiptir. Bölgenin iklim şartları gereği kışların sert ve verimsiz geçmesi, yazların ise kurak ve yağışsız geçmesi sebebiyle yörede görülen ürün çeşitliliği azdır. Bu azlık insanları, belirli ürünleri farklı şekillerde değerlendirmeye mecbur kılmıştır. Yemeklerin yalnızca beslenme amacıyla değil, aynı zamanda ortak yaşamı destekleyen sosyal etkileşimlerin bir parçası olarak sunulması, Altınekin mutfağını sosyokültürel bağlamda daha da anlamlı kılmaktadır.

Yöre insanının, yemekleri ve hazırlıklarını imece usulü adı verilen kollektif bir biçimde yaptıkları sık görülmektedir. Yöre mutfağı, bölgenin iklim koşulları, üretim biçimleri ve toplumsal yapısı ile yakın ilişki içerisindedir. İlçede tüketilen gıdaların büyük bir bölümü yerel üretime dayanmakta olup, özellikle kuru tarım ürünleri arasında yer alan buğday, arpa, nohut ve mercimek gibi tahıllar ile patlıcan, kabak, yeşil fasulye gibi sebzeler mutfak kültürünün temel yapı taşlarını oluşturmaktadır. Ayrıca yöre için önemli bir değer olan ve mutfakta yoğun bir biçimde kullanılan şeker pancarı ile ilgili belediye tarafından Şeker Pancarı ve Kültür Şenlikleri gibi etkinliklerle mutfak kültürüne destek verilmektedir (Ünüvar & Sezgin, 2019). Bunun yanında unlu mamuller, tahıl ve sebze bazlı yemek çeşitleri, Altınekin sofrasının belirleyici unsurları arasında yer almaktadır. Erişte, saç böreği, kıvrım böreği, fırın böreği, bidik, bulgur pilavı, kuru fasulye, nohut, mercimek, patlıcan, kabak, yeşil fasulye, kurutmalık yemeği gibi geleneksel lezzetler yöre mutfağında hem gündelik hem de özel günlere özgü tüketim tercihleri arasında önemli bir yer tutmaktadır (goKonya). Bölgede hayvancılığın yaygınlığı sayesinde süt ve süt ürünlerinin üretimi ve tüketimi yoğun görülmektedir. Tas yoğurdu, ayran, yoğurt çorbası, tulum peyniri ve tereyağı gibi ürünlerle gündelik beslenmenin vazgeçilmez ögeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan ilçede tatlı kültürü de gelişmiştir. Meyvelerden kayısı ve incir tatlısı, sebzelerden tahin ve pekmezli şeker pancarı haşlaması, hamur işlerinden ev baklavası, oklava çekmesi ve sacarası gibi tatlılar halk tarafından sıklıkla tüketilmektedir. Yörede kışların sert geçmesi sebebiyle insanlar kışa hazırlığa büyük önem vermektedir. Kışlık gıda hazırlıklarına örnek olarak turşu, konserve, reçel, yufka, kavurga, erişte, patlıcan ve kabak kurusu yapımıyla hem besin güvenliği sağlanmakta hem de kültürel sürekliliği temin eden bir uygulama olarak öne çıkmaktadır. Düğünlerde misafirlere hazırlanan düğün pilavı ve tirit, cenazelerde komşuların hazırlayıp getirdiği şebit ve helva, bayramlarda yapılan yoğurt çorbası, bamya çorbası, su böreği, sarma ve ev baklavası toplumsal dayanışma ve kültürel kimlik inşasının bir göstergesi niteliğindedir (Altınekin Derneği).

YÖNTEM

Bu araştırma, Konya ili Altınekin ilçesinin mutfak kültürünü ve yöredeki gastronomi unsurlarını inceleyerek kayıt altına almayı amaçlamaktadır. Araştırmanın temel amacı, yöreye ait geleneksel mutfak pratiklerinin yerel halk üzerindeki etkilerini, bu unsurların sürdürülebilirlik ile ilişkisini, yörede geçmişten günümüze mutfak kültürünün izlerini incelemeyi ve gastronomi turizmi açısından taşıdığı potansiyeli değerlendirmektir. Ayrıca, Altınekin mutfak kültürünün korunması, tanıtılması ve gelecek kuşaklara aktarılması için geliştirilebilecek stratejilerin belirlenmesi hedeflenmiştir.

Araştırma, nitel araştırma yaklaşımı temelinde yapılandırılmıştır. Özellikle kültürel miras, toplumsal yapı ve yerel bilgi birikimi gibi unsurların katılımcı deneyimleri üzerinden derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyan bu yaklaşım, incelenen olgunun kendi bağlamı içerisinde çok yönlü biçimde ele alınmasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda, yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veri toplanmış; elde edilen nitel veriler, betimsel analiz ve içerik analizi teknikleriyle değerlendirilmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Konya iline bağlı Altınekin ilçesi ve köylerinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. Çalışmada, evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından, amaca göre (purposive) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında, yöresel mutfak kültürü hakkında bilgi ve deneyime sahip bireylerin seçilmesine özen gösterilmiştir.

Örnekleme dahil edilen katılımcılar (n=12) arasında yerel aşçılar, ev hanımları, çiftçiler, yöresel ürün üreticileri ve turizm sektörüne dolaylı olarak katkı sağlayan bireyler yer almaktadır. Ancak yörede yemek yapımı ve mutfak kültürü hakkında kadınların daha aktif rol oynaması sebebiyle ağırlıklı olarak kadın katılımcılara yer verilmiştir. Görüşmelerde demografik çeşitlilik gözetilmiş, farklı yörelerde yaşamlarını sürdüren, çeşitli yaş gruplarından ve sosyal konumlardan bireylerle görüşmeler yapılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Dağılımı

KATILIMCILAR	CİNSİYET	MESLEK
K1	Kadın	İlçe Belediyesi Personeli
K2	Kadın	Çiftçi/Ev Hanımı
K3	Kadın	Ev Hanımı
K4	Kadın	Halk Eğitim Merkezi Personeli
K5	Erkek	Çiftçi
K6	Kadın	Pastane İşletmecisi
K7	Kadın	Düğün Aşçısı
K8	Erkek	Emekli
K9	Kadın	Çiftçi
K10	Kadın	Belediye Personeli
K11	Erkek	Ev Hanımı
K12	Erkek	Gıda İşletmecisi

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu form, sürdürülebilir gastronomi ve kültürel miras literatüründen yararlanılarak geliştirilmiş, uzman görüşleri doğrultusunda revize edilmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular, Altınekin'e özgü yemekler, mutfak alışkanlıkları, geleneksel pişirme yöntemleri, dönemsel hazırlıklar (örneğin konserve, salça üretimi), sofra adabı, mutfak araç gereçleri, misafir ağırlama kültürü ve mutfak kültürünün geleceği gibi temaları kapsamaktadır.

Araştırmada veri toplama süreci 19.04.2025-24.04.2025 tarihleri arasında yüz yüze olarak uygulanmıştır. Araştırma için gerekli izinler Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Etik Kurulu tarafından 07.04.2025 tarihinde alınan kararla onaylanmıştır. Görüşmeler katılımcıların onayı alınarak ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve gerekli durumlarda notlar alınarak desteklenmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmelerin süresi 45-70 dakika arasında değişmiştir. Görüşmeler, araştırma etiğine uygun biçimde tarafsızlık ve açıklık ilkeleri gözetilerek yürütülmüştür. Katılımcıların Altınekin mutfağına dair bilgi ve görüşlerini derinlemesine aktarabilmeleri amacıyla, yarı yapılandırılmış görüşme formu doğrultusunda esnek bir görüşme tekniği benimsenmiş; gerektiğinde açıklayıcı sorularla derinlemesine bilgi edinme sağlanmıştır. Elde edilen veriler, içerik analizi yöntemiyle kodlanmış, benzer ifadeler tematik gruplar altında toplanarak betimsel analiz tekniğiyle yorumlanmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin içerik analizinin yapılması sonucunda; "*Altınekin mutfak kültürünüzden bahseder misiniz?*" sorusuna katılımcıların tamamı, Altınekin mutfağının temelinde hamur işi ürünlerinin yer aldığını, etin ikinci planda olduğunu bölgede yetişen ürünlerin sıklıkla kullanıldığını, ev yapımı ve doğal ürünlerin önemli bir yere sahip olduğunu, bakliyat ve buğday ürünlerinin sık kullanıldığını, baharat kullanımının az olduğu belirtmiştir.

Katılımcılardan bazıları yöre mutfağında çorbanın önemli bir yere sahip olduğunu belirtmişlerdir (K1, K4, K5, K12). Bu durum, Ayrıca bazı katılımcılar "*Altınekin halkı tereyağını çok yer, birçok hamur işi, yemek ve tatlıda tereyağı bulunur*" olarak yanıt vermişlerdir (K4, K5, K8, K12). Bunun yanında sebze ve ot tüketiminden bahseden katılımcılar mevcuttur (K2, K7, K11). Ayrıca bir katılımcı, "*Geçmiş yıllarda herkesin bahçesinde tandır olurdu. Bu tandırlarda her gün bulgur pişerdi ve pişirilen bulgurlar, ev sahibinden izin istenmeksizin ihtiyaç dahilinde komşular tarafından izinsiz alınıp tüketilebilirdi*" şeklinde bir kültürden bahsetmiştir (K11).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda geçmişten günümüze kalan birçok üretim tekniği, ürün kullanımı, pişirme tekniği, yemek yeme ve sofra adabı kurallarının günümüzde de devam ettiği görülmektedir. Mutfak kültürünün şekillenmesinde kültürel etkilerin ve Konya'ya yakın bir konumda olmasının büyük etkisi olduğu düşünülmektedir. Mutfak kültürünü şekillendiren hususlardan biri de kullanılan hammaddelerdir. Altınekin'in iklim şartları gereği çok verimli bir bölgede olmaması sebebiyle benzer ürünlerin farklı yemeklerde kullanılarak değerlendirildiği görülmüştür. Bu durum, sınırlı ürünlerin çeşitlendirilerek kullanılmasına neden olarak yöresel mutfak kültürünün gelişimini sağlamıştır. Tahıl üretiminin yoğun görüldüğü Altınekin'de hamur işi ürünlerinin neredeyse her dönemde ve her öğünde tüketildiği görülmektedir. Hamurişleri yalnızca günlük hayatta değil aynı zamanda cenazelerde, ziyafet davetlerinde ve bayramlarda da görülmesi hamurişinin sıradan bir konumda olmadığını göstermektedir. Bunun yanında yine bölgede üretimi görülen fasulye, patlıcan, kabak gibi bazı sebzelerin hem taze hallerinin hem de onların belirli tekniklerle işlenmesiyle elde edilen kurutmalık yemeklerinin tüketiminin yoğun olduğu görülmüştür. Bölgede yetişen nohut, mercimek, fasulye gibi bazı bakliyatlar da sık kullanılmaktadır. Hamurişi, dönemsel hazırlık ürünleri ve özel günlerde yapılan yemeklerin imece usulüyle hazırlanması toplumsal dayanışmanın geçmişten günümüze bölgede görülmeye devam ettiğini göstermektedir. Bunun yanında katılımcılardan bir tanesinin belirttiği, komşuların birbirlerinden habersiz şekilde yaptığı yiyecek alışverişi de toplumsal hoşgörü ve güven duygusunu gösterse de bu gelenek günümüzde değerini yitirmiştir.

"*Yörenizi tanımlayan özel yemek ya da ürünler var mı? Siz veya tanıdıklarınız Altınekin'e özgü yöresel yemeklere mutfaklarında yer veriyor mu?*" sorusuna katılımcıların çoğunluğu yerel kökenli olan ve Altınekin'e özgü olarak tanımlanan yemeklerin bulunduğunu ve çoğunluğunun günümüzde de yapılmaya devam ettiğinden bahsetmiştir. Bu kapsamda verilen yanıtlar incelendiğinde, yöreye özgü bir hamur işi olan şebit (saç böreği) ve su böreğinin sıklıkla tüketildiği tüm katılımcılar tarafından belirtlilmiştir. Bunun yanında sütlü ve yağlı bir hamurdan yapılan bidik isimli yağlı ekmeğin yöreye özgü olduğu ve bayram dönemlerinde sıklıkla yapıldığından bahsedilmiştir (K1, K2, K4, K5, K7, K8, K9, K12). Ek olarak bidik ekmeğinin eskiden yuvarlanıp kıvrılarak yapıldığından ancak günümüzde daha çok şekil vermeden pişirildiğinden bahseden katılımcılar olmuştur (K11, K12). Bazı katılımcılar "*yöreye özgü lezzetlerimizden olan, genellikle fırın ekmeği yapıldıktan sonrasında yaptığımız, içini çeşitli harçlarla doldurduğumuz fırın böreğini geçmişten günümüze hala tüketmeye devam ederiz*" demişlerdir (K3, K9).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda yöresel olarak yapılan yemeklerden bazılarının Altınekin'e özgü olduğu görülmüştür. Bunlara örnek olarak bidik, şebit ve fırın böreği gibi özellikle hamur ürünleriyle kendine özgü ürün çeşitliliği oluşturduğu görülmektedir. Bu soru kapsamında yöreye özgü bu yemeklerin hepsinin hala yapıldığı bunlara ek olarak yapılan birçok yemeğin de günümüzde sıklıkla yapıldığını ifade ettikleri anlaşılmıştır. Katılımcılar kendilerinin ve çevrelerinin, Altınekin mutfağında geçmişte yer alan birçok yemeği günümüzde de yapmaya devam ettikleri sonucuna varılmıştır.

"*Altınekin'e özel gün ve ziyafet yemek kültürü hakkında bilgi verir misiniz?*" sorusuna katılımcıların tamamı "*düğünlerimizde bamya çorbası, yayla çorbası, Konya düğün pilavı, irmik helvası ve zerde yapılır*" yanıtını vermişlerdir. Bazı katılımcılar "*düğünde pilav döktürmeyi tercih etmeyenler, tirit, tava böreği, yaprak sarması, su böreği, hoşaf yaparlar*" şeklinde düğün adetlerinden bahsetmişlerdir (K1, K2, K4, K8, K11, K12). Bayram ritüellerinden bahseden katılımcılar "*Ramazan Bayramı'nda bamya çorbası, yoğurt çorbası, bidik, sarma, dolma, kıvrım tatlısı, ev baklavası, su böreği yapılır*" şeklinde bayramda en sık yapılan hazırlıklardan bahsetmişlerdir (K1, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K12). Katılımcılardan biri "*aynı yemekler, ev döşeme adı verilen düğün öncesi günde kız evi ve oğlan evi tarafından birleşip yapılırdı*" şeklinde bilgi vermiştir. Bayramda yapılan hazırlıklara örnek olarak "*Ramazan Bayramı'nın ilk günü veya arife günü yemeğimiz hazırlanır. Aile büyükleri herkesten önce kalkarak namaza gider. Bayram namazından sonra ailecek aynı evde büyüklerimizin yanında toplanırız. Hazırlanan yemekler hep beraber yenir*" denmiştir (K3, K9). Yine Ramazan Bayramı'nda tavuk yapıldığından bahseden katılımcılar mevcuttur (K5, K6, K10). Kurban Bayramı'nda yapılanlara örnek olarak ise "*Kurban Bayramı'nda kavurma yerler. Ekmeği doğrayarak üzerine kavrulmuş kıyma koyularak ekmek salması da yapılır*" belirtilmiştir (K5). Özel gün ve davetlerde yapılan yemeklerle ilgili "*misafirlere arabaşı çorbası, bamya çorbası, yoğurt çorbası, sarma, tas yoğurdu, su böreği, tavuklu pilav, kuru fasulye, taze fasulye, patlıcan musakka, güveç, ev baklavası, sütlaç, kaymak helvası, höşmerim yaparız*" diye ifade etmişlerdir (K2, K4, K6, K7, K11, K12). Ek olarak K12 davetlerde ve önemli misafirleri geldiğinde sıklıkla kuzu eti kullanılan yemekler yapıldığını ve zülbiye isimli yemeği iftarda misafirlere ikram ettiğini belirtmiştir. Katılımcıların bazıları "*doğum ve hasta ziyaretinde şifa vermesi amacıyla şehriye çorbası, pirinç çorbası, kaymak helvası ve höşmerim götürülürdü*" şeklinde hasta ziyareti ritüellerinden bahsetmişlerdir (K7, K11). Cenaze dönemi yemek kültürü ile ilgili "*cenazelerde yas evinde üç gün yemek pişiririz. Eskiden ağrı (beri) dışarıdan yemek gelmez; dördüncü ve beşinci güne kadar komşular yemek yaparlar. Börek, sarma, bamya çorbası, su böreği, yoğurt çorbası, patates oturtması, tas yoğurdu ile gelen şebit gibi şeyler yapılırdı. Ancak günümüzde genelde etliekmek ve ayran veriliyor*" olarak belirtilmiştir (K3, K5, K7, K9, K12).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, imkânı olan insanların düğünlerde pilav dökme anlamına gelen kapama adetini yaşattıkları anlaşılmıştır. Bu adete ek olarak düğün tiridi adetini devam ettirenler olduğu da ifade edilmiştir. Düğün adetlerindeki tüm yemeklerin, günümüzde Konya düğün pilavı adetindeki yemeklerle aynı (bamya çorbası, yayla çorbası, Konya düğün pilavı, irmik helvası ve zerde) olduğu anlaşılmıştır. Bunun sebebinin Altınekin'in Konya ile çok yakın olması olduğu düşünülmektedir. Yörede bu adeti gerçekleştirecek maddi durumu olmayan kişilerinse yine yöreye özgü tava böreği, su böreği, sarma gibi lezzetlerden oluşan bazı yemekleri düğüne gelen misafirlere ikram ettikleri görülmüştür. Özel günlerin neredeyse tamamında benzer yöresel yemeklerin imece usulü yapılıp yenmekte olması sürdürülebilir gastronomi açısından önemlidir. Cenaze ve düğünlerde üç gün yemek verilmesi de eskiden beri devam eden önemli adetler arasında yer almaktadır. Katılımcıların bir kısmı ise cenazelerde eskisi gibi çeşitli yöresel yemeklerin yapılmadığını, etliekmek ve ayran gibi daha pratik bir ikram yapıldığını belirterek eski adetlerinin devam ettirilmediğini ifade etmiştir. Dini günlerde yapılan birçok yöresel yemeğin olduğu ve misafir ağırlamanın önemli bir yere sahip olduğu da katılımcıların beyanlarından çıkarılan hususlardandır. Kurban Bayramı'nda, Türk mutfağında sık görülen kavurma adetinin yanında, ekmek salması gibi dönemsel bazı yemeklerin yörede sıklıkla yapılmaya devam edildiği görülmüştür. Doğum ve hastalık gibi durumlarda ise şifa niyetiyle yapılan yemeklerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Şehriye çorbası, pirinç çorbası, kaymak helvası ve höşmerim gibi besleyici yemeklerin bu amaçla tercih edilmesi, Anadolu'daki geleneksel şifa yemeği anlayışı ile örtüşmektedir. Elde edilen bilgiler doğrultusunda, özel günlerin tamamında yöreye özgü teknikler ve yörede yetişen ürünlerin kullanılmasının sürdürülebilir gastronomi açısından değerlidir.

"*Misafir ağırlama geleneği nasıldır, hangi yemekler genellikle misafirlere sunulur?*" sorusuna katılımcıların tümü, misafir ağırlamanın Altınekin mutfağında oldukça önemli bir yer tuttuğunu belirtmiştir. Misafire sunulan yemeklerin belirli bir sıralama ile, misafirler öncüllenerek, misafirlere hürmet göstererek, çeşitli ve özenli bir misafir ağırlama geleneği olduğunu belirtmişlerdir. Yapılan yemekler arasında en sık, yoğurt çorbası, saç böreği, su böreği, sarma ve kaymak helvası yapıldığı tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Katılımcılardan bazıları "*misafir geldiği zaman en çabuk olan şey hamur işidir. Hemen hamur yoğurulur. Misafirlere en çok yapılan peynirli veya patatesli gibi çeşitleri olan şebittir*" şeklinde bilgi vermişlerdir (K3, K4, K5, K9). Misafirlere normal zamanlarda çok sık yapılmayan, az bulunan bazı ürünlerden yapılan, özenilmiş yemekler yapıldığından bahseden bazı katılımcılar ise "*horoz, bulgur pilavı, et kavurması, karnıyarık, mantı, güveç, sacarası yapılırdı*" demişlerdir (K1, K4, K6, K7, K8, K9, K10, K12).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, Altınekin mutfak kültüründe misafir ağırlama, toplumsal saygının ve misafire verilen önemin göstergesi olarak öne çıkmaktadır. Yemekler belirli bir sıra ve özenle hazırlanmakta ve misafirler önceliklendirilerek geleneksel hürmet anlayışı sürdürülmektedir. Çeşitli çorbalar, börek çeşitleri, sarma ve kaymak helvası gibi yemekler misafirlere sıkça sunulurken, daha ağır misafirlerin davetlerinde daha nadir ve özel yemekler (örneğin horoz eti, mantı, güveç) tercih edilmektedir. Özellikle şebit gibi kolay hazırlanabilen hamur işleri, pratikliği nedeniyle misafir ağırlamada öne çıkmaktadır. Misafire verilen önem açısından tüm bu gelenekler, misafirperverliğin hem kültürel hem de sosyal bir sorumluluk olarak benimsendiğini göstermektedir.

"*Mutfak kültüründe yapılan dönemsel (mevsimsel) hazırlıklar nelerdir?*" sorusuna katılımcılar, kış aylarına yönelik olarak geleneksel gıda saklama ve muhafaza yöntemlerine dair zengin içerikler sunmuşlardır. Bunun yanında komşularla birlikte imece usülü adı verilen kollektif bir hazırlık yapısı olduğu gözlemlenmiştir. Yanıtlar genellikle ev yapımı ürünlerin hazırlanması, kurutma, turşu ve konserveleme gibi uygulamalar üzerinde yoğunlaşmıştır. Katılımcılar "*erişte, yufka, turşu, salça, menemenlik sos, acı sos, patlıcan közlemesi, sebze kurutmalığı, tulum peynirimizi yaparız*" olarak sık yapılan dönemsel hazırlıkları belirtilmiştir. Katılımcıların bir kısmı "*kayısı kurusu ve erik kurusu yapar ve bunlardan hoşaf yaparız*" demiştir (K1, K3, K4, K7, K10). Kurutmalık olarak yapılan ürünler incelendiğinde, kabak kurusu, fasilla (fasülye) kurusu, patlıcan kurusu, biber kurusu ve çiçek bamya kurusu yapıldığı gözlemlenmiştir. Katılımcılardan K12 patates, soğan, şeker pancarı gibi kök bitkileri kış için sonbahardan saklayarak yaza kadar tükettiklerini ifade etmiştir. Katılımcılardan bazıları geçmişte buzdolabı olmadığından bastırık (örtme) adı verilen, evin çatı katında veya bahçesinde bulunan, ürünleri serin tutmaya yarayan bir saklama alanı olduğundan ve burada ürünlerin iki yıla kadar bozulmadan saklandığından bahsetmişlerdir. Burada tereyağı, peynir, kaymak, yumurta gibi şarküteri ürünlerinin de saklandığı ifade edilmiştir (K4, K6, K7, K8, K11, K12). Hamur işlerinden yapılan dönemsel hazırlıklar açısından ise "erişte keseriz, yufka yaparız, tutmaç keseriz, su böreklik yaparız, mantu (mantı) yaparız" şeklinde ürünlerden bahsetmişlerdir (K2, K6, K8, K9, K11). Katılımcıların bir tanesi "*önceden buzdolabı olmadığından dolaba koyulacak şeyleri hiç yapmazdık, ancak kuru olanları yapardık. Kıyma bol tuzla kavrulurdu. Yemeğe tuz atmazdık bu sefer. Nenem kemiği bütünce tuzlardı ve asarak kuruturdu. Kemiği ıslatıp ocakta pişirirdik. Salçayı da tuzu fazla atardı öyle durdururlardı. Tuzla korurduk*" şeklinde tuzla saklama yönteminden bahsetmiştir (K5).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, dönemsel hazırlıkların özellikle kış aylarına yönelik olarak yapıldığı, geleneksel bilgiler ve kolektif iş birliği temelinde şekillendiği görülmektedir. Gıda muhafaza yöntemi olarak kurutma, turşulama, konserveleme ve tuzlama gibi yöntemler kullanıldığını; bu süreçlerin ise genellikle imece usulüyle, topluluk dayanışması içinde yürütüldüğünü anlaşılmıştır. Erişte, yufka, turşu, salça, kurutulmuş sebzeler, tereyağı ve peynir gibi ürünlerin yaygın olarak hazırlandığı anlaşılmaktadır. Geçmişte teknolojik imkanların sınırlı olduğu dönemlerde, bastırık (örtme) gibi doğal soğutma alanlarının kullanıldığı ifade edilmiştir. Bu uygulamalar, yerel halkın sürdürülebilir gıda yönetimi ve geleneksel muhafaza teknikleri konusundaki bilgi birikimini ortaya koymaktadır. Böylece, mutfak kültürü yalnızca gastronomik değil, aynı zamanda sosyal ve ekolojik bir miras olarak değerlendirilmektedir.

"*Altınekin Sofra adabı ve beslenme alışkanlıkları nelerdir? Sofra adabında hangi geleneksel kurallara dikkat edilir?*" sorusuna katılımcıların tamamı Altınekin'de sofra adabının geleneksel bir ahlaki değer olarak yaşatıldığını ifade etmişlerdir. Bu kültüre günümüzde de sıklıkla uyularak yaşatıldığı görülmektedir. Bu kapsamda verilen yanıtlar incelendiğinde "yemeğe önce büyükler başlar. Yemeklerimiz topluca yenilir" şeklinde tüm katılımcılardan ortak bilgi elde edilmiştir. Katılımcıların bazıları yemeklerin yer sofrasında yenildiğinden bahsetmiş, bu geleneğin günümüzde de yaşatıldığını belirtmişlerdir (K5, K6, K7). Misafire verilen değeri vurgulayan katılımcılar "*misafir olduğunda ev sahibi sofradan doysa da kalkmaz. Misafir doyduktan sonra kalırsa ev halkı yerdi*" demişlerdir (K1, K7). Sofraya verilen önem açısından ise "*Sofralar çok temiz olur ve titizlikle hazırlanır. Sofra düzeni çok güzel olur. Topluca herkesi yemeğe buyur ederiz*" şeklinde ifade etmişlerdir (K5, K8).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, sofra adabının geleneksel ahlaki normlara dayanan ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir kültürel pratik olarak varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Katılımcıların ifadeleri, yemeklerin topluca yenildiğini, sofraya önce büyüklerin başlamasının saygı göstergesi olarak kabul edildiğini ve bu geleneğe günümüzde de sıkı şekilde riayet edildiğini ortaya koymaktadır. Yer sofrası geleneği, herkesin birlikte davet edilerek topluca yemek yemesi ve misafire öncelik tanıma gibi uygulamalar, yemeğe verilen önemin ve misafirperverliğin sofra üzerinden sembolleştiğini göstermektedir. Bu yönüyle sofranın, sadece bir beslenme alanı değil; aynı zamanda sosyal birlik, saygı ve toplumsal düzenin yansıdığı bir ortam olduğu sonucuna varılmıştır.

"*Altınekin Mutfaklarda kullanılan araç-gereçler nelerdir?*" sorusuna ise katılımcılar eski mutfak yaşamına ait araç-gereçleri detaylı şekilde sıralayarak yanıt vermiştir. Bu anlatımlarda özellikle bakır, çömlek, ahşap gibi doğal malzemelerle yapılmış araç-gereçlerin kullanımı dikkat çekmektedir. Kullanılan ekipmanlar açısından "*çok yemek pişireceğimizde büyük kazanlar kullanırdık*" olarak bildirmişlerdir (K1, K6, K7, K11, K12). Bazı katılımcılar kullanılan malzemelere ek olarak "*Kuşane (bakır tencere) ve kaplar vardı eskiden. Bunlarda yemek yapılırdı. Cingil denilen kaplar vardı. Nohut, fasulye ve et hep cingile vurulurdu. Hala da yapıyoruz*" şeklinde bilgi vermişlerdir (K2, K3, K6, K11, K12). Katılımcıların bir kısmı "*büyük hamur yoğurma teknelerimiz vardı ama artık yok. Bu tekneler tahtadan olurdu ve orada hamuru yoğururduk. Israğan isimli bir aletle hamurları sıyırırlardı*" demiştir (K4, K5, K6, K10). Kullanılan ekipmanlar arasında "*kalbur ve gözer denilen ahşap elekler ile tahta kaşık ve oklavalar vardı. El değirmeni vardı ve düğü, bulgur, kahve gibi şeyler orada çekilirdi*" bildirilmiştir (K7, K8, K9, K11). Katılımcılardan birkaçı evin avlusunda bulunan, mutfak malzemeleri, yiyecekler, yakacaklar ve ocağın bulunduğu örtme adı verilen özel bir alandan bahsetmektedir (K6, K11, K12).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, Altınekin mutfak kültüründe kullanılan araç-gereçler, geleneksel yaşam biçiminin ve yerel üretim anlayışının bir yansıması olarak doğal malzemelerden üretilmiş ve uzun yıllar boyunca işlevselliğini korumuştur. Altınekin'de neredeyse her evde tandır veya taş fırın bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu durumun bölgede hamur işleri ve ekmek tüketiminin sık olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Katılımcıların aktardığı bilgiler doğrultusunda, özellikle bakır, çömlek ve ahşap gibi materyallerden yapılmış tencere, kazan, kuşane ve cingil gibi pişirme kapları dikkat çekmektedir. Ahşap hamur tekneleri, ısrağan adı verilen sıyırıcılar, oklava, tahta kaşık, elekler (kalbur ve gözer) gibi ekipmanlar ise hem işlevsel hem de el emeğine dayalı mutfak uygulamalarını temsil etmektedir. El değirmenleri ile bulgur, kahve ve düğü öğütülmesi gibi işlemler, geleneksel gıda hazırlama tekniklerinin sürdürülebilirliğine işaret etmektedir. Ayrıca, "örtme" olarak adlandırılan ve mutfak eylemlerinin tamamını gerçekleştirildiği çok amaçlı alanlar, kırsal yaşamın mekânsal organizasyonu bağlamında önem taşımaktadır. Bu araç ve alanlar, yalnızca kullanışlı olamkla kalmamış, aynı zamanda yerel kültürel belleğin taşıyıcıları olarak değerlendirilmektedir.

"*Altınekin Yöresine ait geçmişten günümüze gelen ve mutfakta sıklıkla yaptığımız yemekler nelerdir?*" sorusuna Altınekin halkından olan katılımcıların tamamı mutfaklarının iklim ve mevsimsellik temelli bir mutfak kültürü ile şekillendiğini belirtmişlerdir. Yazın çeşitli sebzeler ve otların tüketildiğinden kışın ise dönemsel hazırlıklar çerçevesinde yapılan ve bakliyat ağırlıklı bir tüketim tercihinden bahsedildiği görülmektedir. Bu soru kapsamında verilen yanıtlar belirli bir çerçevede sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda yörede tüketilen çorbalar açısından yayla ve bamya çorbasının neredeyse tüm özel gün ve davet yemeklerinde tüketildiği katılımcıların tamamı tarafından belirtilmiştir. Bu çorbalar ile ilgili tüm katılımcılar "*misafirlere yayla ve bamya çorbası yaparız. Düğünlerimizde de bu çorbalar verilir*" şeklinde bilgi vermişlerdir. Tutmaç çorbasından bahseden katılımcılar "*tutmaç çorbası için hamur yoğrulur ve parmak kalınlığında tutmaç kesilir. Salçayı kavurur, içine kara mercimek koyarız. En son tereyağında nane kavurur üzerine dökeriz*" olarak çorbayı tanıtmış ve yapılışından bahsetmişlerdir. Tutmaç çorbası hakkında "*Mantı veya mantu çorbası da denir buna*" olarak şeklinde bilgi veren katılımcılar da mevcuttur (K10, K11). Bölgede kış aylarında günümüzde hala sıklıkla tüketilen arabaşı çorbasından bahseden katılımcılar "*özellikle kışları arabaşı çorbası yaparız. Yakın akrabalar soğuk kış gününde bir araya gelir. Salçalı, etli ve acı bir çorba olur. Yanına sadece su ve undan yapılan bir hamur yaparız. Özellikle soğuk kış günlerinde tüketilir. Çorbayı içerken hamurdan bir parça alınır ve hamurlu kaşık çorbaya daldırılır. Bu esnada hamuru çorbanın içerisine düşüren olursa bir sonraki arabaşı davetini düzenlemekle cezalandırılır*" şeklinde çorbayı ve ritüellerinden bahsetmiştir (K1, K2, K6, K10). Katılımcılardan K11 ise "*arabaşı çorbası aslında bizim bölgede eskiden yapılmazdı. Bu çorba zamanla Cihanbeyli bölgesinden bu bölgeye sirayet etti ve kültür haline geldi*" olarak çorbanın kültürel döngüsünden bahsetti. Türk mutfağında sık yapılan çorbalardan olan mercimek çorbasından ise "*hem davet olduğunda hem de gündelik yemeklerimizde mercimek çorbasını çok sık yaparız*" şeklinde bahsedilmiştir (K1, K4, K6, K8, K9, K10, K11). Yöreye özgü olan ve bir gıda atığı değerlendirme yöntemi olarak da sayılabilecek çiğ suyu çorbası adı verilen çorbadan bahseden katılımcılar ise "*kaymaktan tereyağı elde edilirken soğuk ile yoğurma işlemi sırasında artan suyu ayırırız. Bu sudan nohutlu ve mercimekli çiğ suyu çorbası yaparız*" şeklinde çorbayı tanıtmışlardır (K2, K6, K8, K10). Çorbalara ek olarak katılımcılardan "*tel veya arpa şehriyeden şehriye çorbası yapardı annem eskiden. İçine patates koyardı. Bu yemek yas evine ve hasta ziyaretine komşular tarafından yapılıp getirilirdi*" şeklinde bilgi vermiştir (K1, K2, K4, K7, K11).

Bölgede eskiden tüketilen ancak günümüzde az tüketildiği görülen pirinç çorbası hakkında ise katılımcılar "*salçasız, un kavurarak yapılan soğanlı, kıymalı pirinç çorbası yapardık eskiden*" demişlerdir (K4, K6, K7, K11). Buna ek olarak "*eskilerden günümüze gelen, ananelerimizin yaptığı yeşil mercimekli ovmaç çorbası vardı. İçine bir yumurta kırılıp hamur iyice ufalanarak yapılırdı*" demişlerdir (K3, K5). Yörede tüketilen ana yemekler hakkında ise katılımcıların tamamı düğünlerde verilen kavurmalı pilav (kapama) adetinden bahsetmişlerdir. Katılımcılardan bazıları Konya pilavının eski usül yapılışından "*Altınekine özgü kavurmalı pilav önceden hep nohutlu olurdu. Koyunu keser, kazanlarda uzun süre pişirir, etini kemikten ayırır ve didiklerlerdi. Pilavın üzerine didiklenmiş eti koyarlardı. Bu adet sadece düğünlerde olurdu. Şimdilerde pilavlar genelde nohutsuz oluyor ve et didikleme adeti de kalmadı artık herkes kavurma yapıyor*" diyerek bahsetmişlerdir (K7, K11, K12). Bölgedeki et ve pilav adetlerinden bahseden katılımcılar ise "*bulgur pilavı çok tüketiriz. Eskiden kahvaltı adetimiz çok yoktu ve kahvaltıda bile bulgur pilavı yerdik. Sulu yemeklerin yanına bulgur pilavı yaparız. Bazen de tavuklu pilav yapılır. Önemli misafirlerimiz geleceğinde horoz keser, bulgur pilavı ile ikram ederiz*" demişlerdir (K1, K4, K7, K8, K9). Bölgenin iklim özellikleri dolayısıyla özellikle kış aylarında bakliyat yemeklerini yaptıklarını belirten katılımcılar "*kuru fasulye ve nohutu sonbaharda kış için hazırlarız. Kış boyunca genelde bunların sulu yemeklerini yaparız. Yemeğin içine kemikli et katarak pişiririz*" şeklinde bölgedeki bakliyat yemeklerinden bahsetmişlerdir (K4, K7, K9, K11, K12). Kışın yenilmesi için hazırlanan sebze ürünleri hakkında ise tüm katılımcılar "*biber, kabak, patlıcan, fasilla (yeşil fasulye) ve domatiyi (domates) yazın ipe dizer, kurutup kış aylarında tüketiriz*" şeklinde bilgi vermişlerdir. Özellikle yaz aylarında ve günümüze yakın dönemlerden bu yana tüketildiği söylenen yemeklerden bir tanesi karnıyarıktır (K2, K8, K9, K10). Katılımcılardan bir tanesi ise "*karnıyarık bizde eskiden farklı yapılırdı. Et çok değerli olduğundan içine kıyma yerine pirinç koyar, kuzine sobalarda pişirirdik*" diyerek karnıyarığın farklı bir yapılış şeklinden bahsetmiştir (K7). Yöreye özgü bir bayat ekmek değerlendirme yemeği olan paparadan bahseden katılımcılarsa "*annemgil ekmeği kurutulardı ve bu ekmeklerden papara yaparlarlardı. Bir kaba ekmeği doğrarlardı. Salça, soğan ve tereyağını kavurup içine yumurta kırardı. Onu suda haşlayıp ekmeğin üzerine dökerdi. Şimdi tirit de diyorlar ama bizim çocukluğumuzda papara olarak geçiyorudu*" şeklinde yemek hakkında bilgi vermişlerdir (K4, K6, K8). Yörede yapılan yemeklere ek olarak katılımcılar sarma, dolma, patates oturtması, tirit, ekmek salması, sulu patates, etli köfte, patlıcan musakka, mantı, etliekmek ve dolaman (domalan) mantarı yemeklerinden bahsetmişlerdir. İlkbahar aylarında toplanan ve salata olarak tüketilen otlardan tüm katılımcılar "*nisan-mayıs civarlarında cırcıvık, dedesakalı, güneyik (hindiba), yemlik, ebegümeci, hardal, gelincik, mıkırga (acı marul), turp otu ve babatça otlarını toplayarak tüketirdik. Bazen de bu otlardan salata yapar, salataya patates ve haşlanmış yumurta da eklerdik*" şeklinde bilgi vermişlerdir. Yörede toplanan otlarla çeşitli yemekler yapıldığından da bahseden katılımcılar "*özellikle yaz aylarında toklubaşı, sıyırma (kangal), sirken (kızılbaldır) ve pancar yaprağı otlarını yabandan toplarız ve yemeğini yaparız*" demiş (K1, K3, K6, K7, K9); bir kısmı "*soğan erkeğini toplayıp, pirinçle kavurup yemeğini yaparız*" demiş (K3); bir kısmı ise "*toklubaşı otunu sütle kavurup yemek yapar yeriz"* (K7, K9, K10, K11) şeklinde bilgi vermişlerdir. Bazı katılımcılar "*gergemit otu isimli, tadı naneli şekere benzeyen ve karın ağrısına iyi gelen bir ot vardı. Yemeği çok yediğimizde o otu yerdik ve hazmettirirdi*" diyerek bu otun faydasından bahsetmiştir (K7, K11). Altınekin mutfağında hamur işinin önemi büyüktür ve çok sık tüketilmektedir. Hamur işleri hakkında bilgi veren katılımcıların tamamı şebit (saç böreği) ve su böreğinden bahsetmiştir. Şebit (saç böreği) hakkında tüm katılımcılar "*şebit diyenler de saç böreği diyenler de olur buna. Şebit yapılırken yoğurulan hamur bezelere ayrılır.*

Bezeler oklava yardımı ile geniş ve yuvarlakça açılır. İçerisine kişinin isteğine göre yumurta, yoğurt, tuluk (tulum) peyniri, kaymak gibi çeşitli iç malzemeler koyularak hamur kapatılır ve kızgın saç üzerinde pişirilir. Pişen hamurun dış katmanı kaymak veya köy tereyağı ile yağlanır ve servis edilir. Kolay ve hızlı yapıldığı için aniden gelen misafirlere de sıklıkla yaparız" şeklinde ürün yapılışı ve tüketiminden bahsetmişlerdir. Aynı şekilde tüm katılımcılar "*bidik ekmeğimiz meşhurdur. Özellikle ramazan ayı ve bayramlar gelmeden önce bu ekmeği yapar ve severek yeriz. Bidiği normal hamur gibi yoğurur ve içine süt, tereyağı, çiçek yağı, koku versin diye irahan kurusu (reyhan) ve genevir (kenevir) koyarız."* şeklinde bidik ekmeğini tanıtmışlardır. Fırın böreği hakkında bilgi veren bazı katılımcılar "*burada herkesin bahçesinde bulunan taş fırınlarında kendi gömeç ekmeklerimizi yaparız. Fırını yakmışken ekmek hamurunun dışında fırın böreği için de ayrı bir hamur yoğururuz. İçini çeşitli harçlarla doldurduğumuz fırın böreklerini yeriz*" diyerek bu hamur işini tanıtmışlardır (K1, K4, K5, K6, K8, K9, K11, K12). Düşme adı verilen ekmek hakkında bilgi veren K11, "*tandır ekmeği yaparken ateşe düşen hamur ateşin üzerinde tortop (yuvarlakça) şekilde pişerdi. O düşen parçaya düşme denirdi. Sinirsi ve kokulu olurdu. Çok severek tüketirdik*" demiştir. Tava böreği hakkında ise katılımcılar "*bazı yerlerde pişi de derler tava böreğine. İçine patates, sebze veya peynir ne seviyorsak onu koyduğumuz, avuç içi büyüklüğünde açtığımız ve sıvıyağda kızarttığımız bir hamur işidir*" diyerek tanıtmışlardır (K1, K4, K5, K6, K7, K9, K10). Buna ek olarak, el açması yufka böreği olan kıvrım (dede sarığı) böreğinden (K1, K2, K9, K10, K11) ve yağda kızartılan, yumurtalı bir hamur işi olan kaygana adı verilen hamur işinden (K2, K4, K9), içine peynir koyulup dürülerek tüketilen sıkmadan (K1) da bahsetmişlerdir. Katılımcılardan birkaçı "*önceden kayınvalidemden duyduğum kadarıyla yokluk zamanlarında un bulamayınca kemikleri kurutup, onları değirmende öğütüp un haline getirerek kemik ununda ekmek yaparlarmış. Arpa ununda da ekmek yapılırmış*" diyerek yokluk döneminde yapılan bir ekmek türünü anlatmıştır (K4, K11). Yörede tatlı olarak tüm katılımcıların belirttiği kaymak helvası (kara helva) dikkat çekmektedir. Bu helvanın özelliği bol kaymakla yapılmasıdır. Bunun yanında helva türlerinden olan höşmerim, düğün zamanları çok sık yapılan irmik helvası, cenazelerde yapılan un helvası gibi tatlılardan da bahsedilmiştir. Yörede bayram zamanları ve misafir ağırlama zamanları ev baklavası, oklava çekmesi (kıvrım tatlısı), sac arası gibi tatlılar yapıldığı ifade edilmiştir. Meyve tatlıları olan kayısı ve incir tatlısından (K1, K2, K4, K11), özellikle düğünlerde çok sık yapılan zerde tatlısından (K2, K4, K5, K6, K7, K10), haside tatlısın pekmezsiz hali olan asıda tatlısından (K8, K10, K11), şeker pancarının haşlanarak tahin ve pekmez ile lezzetlendirildiği pancar haşlaması tatlısından (K12), çeşitli kuruyemişler ve bulgurun öğütülüp süt ve toz şekerle tüketildiği düğüden (K5, K7, K8, K11) de bahsedilmiştir. Katılımcılardan K7, "*çobanlara çok yapılan, ekmeği ufalayıp, yağ kızartıp ve içine yumurta kırılan, üzerine toz şeker serpilen çakal yapılırdı. Yine çobanlara çok yapılan dürge vardı. Pişirilen kaymak helvası yufkanın arasına konulup dürülürdü. Bunun yanında üzüm aşı (kişnişli sütlaç) ve bulgurlu sütlaç da yöremize özgü tatlılardandır*" diyerek yöreye özgü farklı tatlılardan bahsetmiştir. Yörede tüketilen içecekler hakkında bilgi veren katılımcılar, gündelik hayatta ayran ve siyah çay tükettiklerini, yaz aylarında şeker ve karanfille yapılan şerbetler yapıldığını, Ramazan ayında ve düğünlerde, yazdan hazırlanan erik ve kayısı gibi meyve kurularından hoşaf ve komposto yapıldığını, taze gül yapraklarından gül suyu yapıldığını belirtmişlerdir. Katılımcılar bölgede yetişen mennek isimli bitkiden çay yapılarak uzun yıllar siyah çay yerine bu çayı tükettiklerini belirtmişlerdir (K4, K8, K11). Katılımcılardan K11, "*kekik ve ıhlamur çayı eskiden çok tüketilirdi. Türk kahvesi eskiden çok pahalı olduğundan yaygın değildi. Kahve olarak eşek kangalının (deve dikeni) tohumları kurutulup el değirmeninde öğütülüp içilirdi. Çok meşhurdu ancak artık çok yok*" diyerek yok olmaya yüz tutmuş içeceklerden bahsetmiştir.

Yörede sık tüketilen yemişler açısından çetnevir olarak da bilinen eğlencelerde veya misafir oturmalarında verilen kavurgadan (kavırga) bahsedilmiş, "*bulgur kızgın bir saçta yağ ile kavrulurdu. Bu çetnevirin içerisinde düğü, iğde, kavurga, nohut, mercimek, buğday, kuru üzüm ve çerez falan olurdu*" olarak bu gelenek ifade edilmiştir (K8, K9, K11).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, köklü tarihi, iklimsel ve coğrafi koşullar üzerinde şekillenen Altınekin yöresine ait mutfak kültürü, kendine has bir mutfak olarak karşımıza çıkmaktadır. Altınekin mutfağı yaz aylarında taze sebze, ot ve meyvelerin; kış aylarında ise kurutulmuş sebze, bakliyat ve hamur ürünlerinin yoğunlukla tüketildiği bir mutfak düzenine sahiptir. Yörede en çok tüketilen çorbalar arasında yer alan yayla çorbası, bamya çorbası, tutmaç çorbası gibi çorbaların özel gün davetlerinde de tüketildiği görülmüştür. Yörede kış aylarında çeşitli hayvanların etleriyle yapılan arabaşı çorbası ise, farklı bir gelenek haline gelerek önemli bir toplumsal birliktelik örneği olmuştur. Ana yemeklerde özellikle kavurmalı pilav, bulgur pilavı, etli yemekler, sebze yemekleri, kurutmalık yemekleri ve yokluk zamanlarında ortaya çıkan papara gibi yemekler sürdürülebilir gastronomi anlamında önemlidir. Bu yemeklerin yapılışında yerel maddi koşullar, tarımsal faaliyetler ve mevsimsel yaşam şartları hakkında sürdürülebilirlik kavramına paralel sonuçlara ulaşılmaktadır. Nohut ve fasulye gibi bazı yemeklerin kemikli etle birlikte pişirilmesi, Türk mutfağıyla sık uygulanmaması sebebiyle farklılaşmaktadır. Altınekin mutfağında hamur işlerinin çok önemli bir yer tutmakta olduğu anlaşılmıştır. Şebit, su böreği, bidik, gömeç, kıvrım, tava böreği, kaygana ve sıkma gibi ürünler, hem gündelik sofraların hem de bayram, düğün gibi özel zamanların vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Bu ürünlerin yapımında kullanılan yöntemlerin sözlü kültür yoluyla kuşaktan kuşağa aktarıldığı, üretimin çoğunlukla ev içi emeğe dayalı olduğu ve kadın emeğinin bu kültürel aktarımda belirleyici rol üstlenmesi gibi hususlar hem sürdürülebilir gastronomi hem de kültürel miras açısından önemlidir. Tatlı kültürü bağlamında ise kaymak helvası, irmik helvası, kıvrım tatlısı, sac arası, ev baklavası gibi ürünlerin özel günlerde sıklıkla yapıldığı görülmektedir. Bunlara ek olarak üzüm aşı, pancar tatlısı, bulgurlu sütlaç gibi yöreye özgü tatlılar, hem ekonomik malzemelerle üretilmeleri hem de yörede üretilen ürünlerle hazırlanmaları anlamında önem arz etmektedir. İçecekler açısından değerlendirildiğinde ayran gibi Türk kültüründe yaygın görülen içeceklerin yanı sıra, hoşafın hem özel günlerde hem de gündelik tüketimde sıklıkla tercih edildiği görülmektedir. Yörede yetişen bitkilerden elde edilen mennek çayı, kekik ve ıhlamur çayı gibi doğadan toplanan ürünlerle hazırlanan içeceklerin geçmişte günümüzden daha sık tüketilmesi mutfak mirasının korunması açısından önemlidir. Kahve yerine geçmişte eşek kangalı (deve dikeni) tohumu ile yapılan içeceklerin tercih edilmesi de yokluk dönemlerinde yapılıp günümüzde yitirilen önemli bir mutfak kültürü unsurudur. Bu durum, yöre halkının doğaya uyumlu, yerel kaynaklara dayalı ve ekolojik sürdürülebilirlik taşıyan bir tüketim bilincine sahip olduğunu da göstermektedir. Son olarak, çetnevir ya da kavurga gibi atıştırmalıklar, toplumsal eğlencelerle ilişkili olarak geçmişten günümüze sıklıkla tüketilmektedir. Bu tür gelenekler, yemek kültürünün aynı zamanda sosyal bir paylaşım alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Tüm bu mutfak kültürü ögelerinin yöresel anlamda sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

"*Yöresel yemeklerin yaşatılabilmesi ve gelecek nesillere aktarılması için neler yapılabilir?*" sorusuna katılımcıların geleneksel mutfağa dair endişeleri ve bu kültürün kaybolmaması için öneriler içermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu, mutfak kültürünün sürdürülebilirliği için nesilden nesile aktarım ya da birebir öğretim yöntemlerinin etkili olduğunu savunmaktadır (K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9).

Halk eğitimi ve okullarda ders olarak okutulmasını önererek kurumsal desteğin gerekliliğine dikkat çeken katılımcılar bulunmaktadır (K4, K10). Bazı katılımcılar, gençlerin geleneksel mutfağa karşı ilgisiz olduğunu belirtmiş ve aktarıma dair endişelerini dile getirerek "*yeni nesiller dinlemezler. Gençler yapmaz. Aktarmak çok zor çünkü eskileri beğenmiyorlar*" demişlerdir (K4, K5, K6, K10, K11). Tanıtımla ilgili fikirlerini belirten bazı katılımcılar ise "*Altınekin yemek kitabı çıkarılabilir. Tanıtım günleri yapılabilir*" şeklinde ifade etmişlerdir (K1, K4).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, Altınekin'de geleneksel mutfak kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması, bireysel öğretim yöntemleri ile kurumsal eğitim modellerinin bir arada yürütülmesiyle mümkün görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğu, aile içi öğrenme ve kuşaktan kuşağa aktarıma dayalı bilgi paylaşımının kültürel sürdürülebilirlik açısından etkili olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, halk eğitimi ve okul müfredatlarında geleneksel mutfak uygulamalarına yer verilmesi gerektiği yönündeki görüşler, kültürel mirasın kurumsal düzeyde desteklenmesine duyulan ihtiyacı göstermektedir. Genç kuşağın geleneksel mutfağa karşı ilgisizliği ise, kültürel aktarımda kırılma riski taşıyan önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle, Altınekin'e özgü yemeklerin tanıtımı için yerel yemek kitaplarının hazırlanması ve tanıtım günlerinin düzenlenmesi gibi kültürel farkındalık artırıcı faaliyetler katılımcılar tarafından önerilmiştir. Bu yaklaşımlara bakılarak, gastronomik mirasın sadece korunması değil, aynı zamanda toplumda yeniden değer kazanması için stratejik adımlar olarak değerlendirileceği sonucu çıkarılmaktadır.

"*Mutfak kültürünün yeterince tanıtıldığını düşünüyor musunuz? Mutfak kültürünü tanıtmak için neler yapılmalıdır?*" sorusuna katılımcıların büyük çoğunluğu Altınekin mutfak kültürünün yeterince tanıtılmadığını düşünmektedir. Yanıtlarda hem tanıtım eksikliğine yönelik tespitler hem de çözüm önerileri yer almaktadır. Bu kapsamda verilen yanıtlar incelendiğinde "*mutfak kültürünü tanıtmak için bu yemekleri yapıp televizyon programlarına çıkarabiliriz. Altınekin mutfak kültürü pek tanıtılmıyor. Bu da eski yemeklerin yitirilmesine sebep oldu*" şeklinde tespitlerde bulundukları gözlemlenmiştir (K2, K4). Katılımcıların çoğu yöre mutfağının değerli ve zengin olduğunu ancak bunun dışarıya yeterince duyurulmadığını ifade etmiştir (K4, K7, K8, K9, K10, K12). Son olarak katılımcıların bazıları Altınekin mutfağının yeterince tanındığını düşünerek "*Konya ve çevresi Altınekin yemeklerini bilir. Ancak sosyal medya ve sponsorlarla tanıtımlar arttırılmalıdır*" şeklinde fikirlerini belirtmişlerdir (K1, K3, K5, K6, K11).

Kaynak kişilerin vermiş olduğu bilgiler doğrultusunda, Altınekin mutfak kültürünün sahip olduğu zenginliğe rağmen yeterli düzeyde tanıtılmadığı görülmektedir. Bu durum, geleneksel yemeklerin unutulması riskini beraberinde getirmiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı, mutfak kültürünün hem yerel hem ulusal düzeyde tanıtılması gerektiğini vurgulamakta; özellikle televizyon programları, sosyal medya ve sponsor destekli tanıtım faaliyetleri gibi araçların etkin şekilde kullanılmasını önermektedir. Altınekin mutfağının Konya ve çevresinde bilinirliğinin olduğu ifade edilmekle birlikte, bu tanınırlığın ulusal ve uluslararası düzeyde yeterli olmadığı yönünde genel bir kanaat mevcuttur. Tanıtım eksikliğinin, kültürel mirasın aktarımı açısından bir tehdit oluşturduğu görüşü hâkimdir. Bu nedenle mutfak kültürünün görünürlüğünü artırmaya yönelik stratejik iletişim ve tanıtım politikalarının geliştirilmesi gerektiği ortaya konulmuştur. Diğer taraftan katılımcıların coğrafi işaret ve festival benzeri tanıtım ve marka değerini yükseltici spesifik faaliyetler ile ilgili bilgi eksiklikleri olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, Altınekin mutfağının korunması ve yaşatılması, etkili kültürel tanıtım faaliyetleriyle doğrudan ilişkilendirilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Mutfak kültürü her bölgenin coğrafi ve kültürel özelliklerine bağlı olarak oluşur, gelişir ve çeşitlilik gösterir. Altınekin köklü tarihi ve kültürel geçmişiyle önemli bir gastronomik mirasa sahiptir. Bu kapsamda yapılan çalışma ile Altınekin mutfak kültürünün sürdürülebilir gastronomi açısından değerlendirilmesinin, ilçenin mutfak kültürünün korunması, kültürel mirasın yaşatılması ve yerel turizmin desteklenmesi açısından önemli olduğunu ortaya konmuştur. Altınekin'e özgü yemeklerin geleneksel üretim yöntemleriyle sürdürülebilir bir şekilde devam ettirilmesi hem çevresel hem de sosyoekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır. Altınekin mutfağına özgü tarifler ve pişirme teknikleri, bölgenin kimliğini yansıtan önemli unsurlardır. Bu değerlerin literatüre kazandırılması ve tanıtılmasıyla birlikte, ilçenin gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyel kazanacağı düşünülmektedir.

Çalışma kapsamında yapılan literatür taramasında Altınekin ile ilgili yok denecek kadar az sayıda bilimsel çalışma olduğu görülmüştür. Yöreyi gastronomi ve turizm açısından değerlendiren çalışmaya ise hiç rastlanılmamıştır. Bu durumun birçok sosyo-ekonomik ve coğrafi sebebi mevcuttur. Altınekin Konya'ya yakınlığı sebebiyle kültürel anlamda çok etkileşime girmiş; bu yakınlığın olumsuz tarafı olarak da Konya'ya çok fazla genç nüfus göçü vermiştir. İlçede geçim sorunları göçü tetiklemiş ve bu durum uzun yıllar bu şekilde devam ederek mutfak kültürü hafızalarını yavaş yavaş yitirmeye neden olmuştur. Aslında önemli bir kültürel hazineye sahip olan ilçenin bu değerlerinin korunması önem arz etmektedir. Bu kapsamda ilçenin mutfak kültürünü belirlemek, korumak, tanıtmak ve sürdürmek amacıyla bir çalışma yapılması ve bu değerlerin kayıt altına alınması gerekli görülmüştür. Bu doğrultuda çalışmada önce sürdürülebilir gastronomi, Altınekin'in genel özellikleri ve Altınekin mutfak kültürü hakkında bilgi verilmiş; ardından Altınekin'de yaşayan ve yöre mutfağına hâkim olduğu düşünülen katılımcılara yüzyüze olarak sorular yönlendirilmiştir. Genel olarak mutfak kültürü bilgisi, yöreye özgü yemekler, özel gün yemekleri, sofra kültürü, dönemsel hazırlıklar, mutfak araçları, mutfak kültürünün korunması için öneriler, mutfağın tanıtımı ile ilgili öneriler ve yörede yapılan çorbalar, yemekler, otlar, tatlılar, hamur işleri, mezeler, çerezler ve içecekler kayıt altına alınmıştır. Bu kapsamda elde edilen veriler değerlendirilmiş ve bölgenin kendine özgü gastronomik değeri olduğu sonucuna varılmıştır. Yörenin kıt imkanlara sahip olması dezavantaj olsa da toplum, az üründen çok çeşitli yiyecek elde ederek bu dezavantajı avantaja çevirmeyi bilmiştir. Diğer taraftan birçok yemeğin ve beslenme geleneğinin günümüzde sürdürüldüğü görülse de yöreye özgü bazı yiyeceklerin unutulmaya yüz tuttuğu ve yöre mutfağına olan ilginin azaldığı görülmüştür. Bölgenin benzer kültürel ve demografik toplumlar etrafında şekillenerek yaşaması çevre ilçelerden ayrıldığı bir konudur. Bu da ilçenin bir mutfak kültürü etrafında şekillenmesini ve mutfağının kimlik özelliklerinin belirlenmesini sağlamıştır. Bu sayede yöreye özgü bazı ürünler ortaya çıksa da bunların hiçbirinin coğrafi işarati alınmamıştır. Çalışma kapsamında yöreye özgü bazı mutfak kültürü ögelerinin unutulmaya yüz tuttuğu, bazı yemeklerin yapılış tekniği ve sıklığının değiştiği, teknolojinin gelişmesinin bazı ekipmanların kullanımını bırakmaya sebep olduğu, yine aynı sebeple birçok dönemsel hazırlığın günümüzde yapılmadığı gibi hususlar sürdürülebilir gastronomi açısından olumsuz durumlar olarak dikkat çekmektedir. Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir gastronomi açısından olumlu birçok ögeye sahip olan zengin mutfak çeşitliliğiyle Altınekin mutfağının tanıtımının yapılması büyük önem taşımaktadır. Konya'ya yakınlığı ve bünyesinde barındırdığı tarihi eserlerin değerlendirilmesi gibi fırsatların, gastronomik ögelerle birleştirimesi ile yörenin turizm faaliyetlerinin oldukça artacağı düşünülmektedir.

Bu kapsamda projeler geliştirmek, festival düzenlemek, mahreç işaret belgeleri almak, yöreye özgü ürünlerin reçetelerini çıkarmak, yöreye özgü yiyeceklerin ilçe restoran işletmelerinin menülerinde yer verilmesini sağlamak, mutfak kültürünü yansıtan gastronomi evi kurmak, tanıtıcı belgeseller hazırlamak, sosyal medya vasıtasıyla tanıtım sağlamak, alternatif turizm faaliyetleri oluşturmak gibi faaliyetler geliştirilerek mutfak kültürünün korunup geliştirilmesi sağlanabilir. Konya'ya yakın konumu sayesinde turistik çekiciliğini artırma potansiyeline sahip olan ilçede, yavaş şehir (Cittaslow) ve yavaş yemek haraketi çerçevesinde değerlendirildiğinde hem turist çekimi sağlanabilir hem de sürdürülebilir bir kalkınma sistemi oluşturulabilir. Sonuç olarak mutfak kültürünün mevcut çalışmayla korunduğu ve sonraki çalışmalara öncülük edecek bir temel oluşturulduğu düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Altınekin Derneği. Altınekin'in Beşeri Coğrafyası. http://www.altinekindernegi.org/web/altinekin_beseri_bilgi.html (Erişim tarihi: 24.04. 2025).

Can, İ. İ., & Ağcakaya, H. (2019). Somut Olmayan Kültürel Miras Kapsamında Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği: Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 3(4), 788-804. https://doi.org/10.32958/gastoria.582778

Demirtaş, S. (2018). Konya ve Çevresi Yerleşim Yerleri Tarihi Üzerine Notlar. Konya Araştırmaları Dergisi, 5(2), 145–160.

Erkan, Y. (2019). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması: Türkiye'de Yerel Uygulamalar ve Sorunlar. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Yayınları.

FAO. (2024). The State of Food and Agriculture. Value-driven transformation of agrifood systems. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Gültekin, H., & Aksu, M. (2020). Kırsal Alanlarda Tarımsal Üretim ve Geçim Stratejileri: Konya Örneği. Sosyoekonomi, 28(44), 137–154.

GoKonya. *Altınekin'i Tat*. https://gokonya.com/tr/altinekinde-tat (Erişim tarihi: 23.04.2025).

Gössling, S., Garrod, B., Aall, C., Hille, J., & Peeters, P. (2011). Food management in tourism: Reducing tourism's carbon "foodprint". Tourism Management, 32(3), 534-543.

Hopwood, B., Mellor, M., & O'Brien, G. (2005). Sustainable development: Mapping different approaches. Sustainable Development, 13(1), 38-52.

Karagülle, Ö. (2021). Konya Ovası'nda İklim ve Tarım İlişkisi. Türk Coğrafya Dergisi, (77), 58–72.

Koçak, Ö., & Küçükbezci, H. G. (2022). Konya'nın kırk ören yeri (Konya'nın 40'ları Serisi: 11). Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.

Konya İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (2022). Altınekin İlçesi Tarımsal Faaliyet Raporu.

Meyer, J. (2019). Sustainable gastronomy: Challenges and opportunities. Journal of Gastronomy and Tourism, 4(2), 101-118.

Şeker, Ş. (2023). XIX. Yüzyıl Ortalarında İnsuyu Kazasına Bağlı Zıvarık Köyünün Sosyal ve Ekonomik Yapısı. Akademik Tarih ve Araştırmalar Dergisi, 6(9), 207-237.

Tuncer, Tahir. Altınekin ilçesinde yeraltı suyu kullanımı: Tarımsal faaliyet ilişkisi. MS thesis. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2011.

TÜİK. (2023). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. Türkiye İstatistik Kurumu. (Erişim tarihi: 23.04.2025).

Ünüvar, Ş., Sezgin, M. (2016). Konya Turizm Rehberi. Editör: Şafak Ünüvar. Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları: 334.

World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). Our Common Future. Oxford University Press.

UNESCO. (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris, MISC/2003/CLT/CH/14.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ORTAÖĞRETİM YİYECEK-İÇECEK HİZMETLERİ PROGRAMI ÖĞRENCİLERİNİN GIDA GÜVENLİĞİ BİLGİ DÜZEYİNİN BELİRLENMESİ

Tuğçe Nur AKÇALI SEZEK
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0009-3050-2291

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-8791-4782

ÖZET

Gıda güvenliği, halk sağlığının korunmasında kritik bir rol oynayan ve gıda sektöründe çalışacak bireyler için temel bir gereklilik olan önemli bir konudur. Özellikle yiyecek-içecek sektöründe eğitim gören öğrencilerin bu konuda bilinçli olması, mesleki yeterlilikleri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmada, Konya'nın Karatay ilçesindeki mesleki ve teknik liselerindeki yiyecek-içecek hizmetleri alanında eğitim gören öğrencilerinin gıda güvenliği bilinç düzeylerini belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmaya katılan öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi seviyelerini ölçmek ve eksikliklerini tespit etmek amacıyla yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Veri toplama sürecinde ise 221 öğrenciye 20 sorudan oluşan 5'li Likert ölçekli anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları, mesleki ve teknik liselerinde eğitim gören öğrencilerinin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerine ilişkin önemli bulguları ortaya koymaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda öncelikle öğrencilerin bilinç düzeyleri gıda güvenliği kapsamında düşük, orta ve yüksek olarak sınıflandırılmıştır. Bulgulardan gıda güvenliği alanında terminolojik bilgi eksikliklerinin ve denetimden sorumlu kurumlara dair farkındalık düzeyinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, gıda güvenliği konusunda kavramsal farkındalığın artırılması ve ilgili kurumların denetim süreçlerine dair daha sistematik bir yaklaşımın geliştirilmesi gerekmektedir. Araştırma sonuçları, mesleki ve teknik eğitim veren kurumların gıda güvenliği eğitim programlarını güçlendirmeleri açısından da ilave veriler sunmaktadır. Ayrıca elde edilen bulgularda, öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi seviyelerini ve eksikliklerini ortaya konulmasıyla, mesleki eğitim süreçlerinde gıda güvenliği farkındalığının artırılmasına yönelik yeni ve farklı öneriler geliştirilmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, eğitim kurumları ile yiyecek-içecek sektöründeki işletmelerin iş birliği içerisinde düzenleyeceği bilinçlendirme projeleriyle, sektörde daha bilinçli ve donanımlı bireylerin yetişmesine katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Gıda güvenliği konusundaki bu farkındalıkların artırılması hem öğrencilerin mesleki gelişimini destekleyecek hem de toplum sağlığını şimdi ve gelecekte de korunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Bilinç Düzeyi, Gıda Güvenliği, Orta Öğretim, Yiyecek İçecek Hizmetleri

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

DETERMINATION OF FOOD SAFETY KNOWLEDGE LEVELS OF STUDENTS AT THE FOOD AND BEVERAGE SERVICES PROGRAM IN SECONDARY EDUCATION

ABSTRACT

Food safety plays a critical role in protecting public health and is a fundamental requirement for individuals working in the food sector. In particular, it is extremely important for students studying in the food and beverage sector to be aware of this issue in terms of their professional competence. This study aims to determine the level of food safety knowledge among students studying in the field of food and beverage services in vocational and technical high schools in Konya. In this direction, face-to-face survey method to assess the level of knowledge of the participating students regarding food safety, and to identify potential gaps. A Likert-type questionnaire consisting of 20 items was applied to 221 students during the data collection process.

The findings of the study provide important information about the food safety knowledge levels of students enrolled in vocational and technical high schools. Based on the collected data, the awareness levels of students in food safety were categorised as low, medium and high. The results indicated deficiencies in terminological knowledge related to food safety and a lack of awareness about the institutions responsible for food safety inspections. In this context, it is necessary increase conceptual awareness on food safety and to develop a more systematic approach to the inspection processes carried out by the relevant authorities. The results of the study provide valuable data for strengthening food safety education programs in vocational and technical education institutions. Moreover, the study contributes to the development of new and alternative suggestions for raising awareness in vocational education processes by identifying students' knowledge levels and deficiencies in the field of food safety. In addition, it is foreseen that awareness-raising projects carried out in collaboration between educational institutions and food and beverage industry enterprises will contribute to the training of more conscious and well-equipped individuals within the sector. Increasing awareness regarding food safety will support the professional development of students and help protect public health both now and in the future.

Keywords; Awareness Level Food and Beverage Services, Food Safety, Awareness Level, Secondary Education

GİRİŞ

Gıda güvenliği, bireylerin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmeleri ve toplum sağlığının korunabilmesi açısından hayati bir öneme sahiptir. Gıda üretiminden tüketime kadar olan tüm aşamalarda hijyen kurallarına uyulması, zararlı mikroorganizmaların bulaşmasının engellenmesi ve güvenli gıda arzının sağlanması, yalnızca tüketici sağlığını değil, aynı zamanda ekonomik sürdürülebilirliği de doğrudan etkilemektedir (Baş et al., 2009). Dünya Sağlık Örgütü'ne göre, her yıl milyonlarca insan gıda kaynaklı hastalıklar nedeniyle sağlık sorunları yaşamakta; bu durum, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde önemli bir halk sağlığı sorunu olarak varlığını sürdürmektedir (WHO, 2020). Gıda güvenliğini sağlamak ve ekonomik kayıpları önlemek amacıyla, uluslararası düzeyde HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), GMP (Good Manufacturing Practices), GHP (Good Hygiene Practices), ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) gibi çeşitli kalite güvence sistemleri geliştirilmiştir. Bu sistemler özellikle gelişmiş ülkelerde yaygın olarak uygulanmakta olup, son yıllarda gelişmekte olan ülkelerde de kullanımı artmaktadır (Onurlubaş & Gürler, 2015).

Gıda güvenliği bilinci, özellikle gıda sektöründe çalışacak bireylerin mesleki yeterlilikleri açısından hayati bir öneme sahiptir. Bu doğrultuda, yiyecek-içecek alanında eğitim alan ortaöğretim öğrencilerinin gıda güvenliğine ilişkin bilgi ve farkındalık düzeyleri, ileride üstlenecekleri görevlerde sergileyecekleri mesleki tutum ve davranışları doğrudan etkilemektedir (Demirbaş & Aydın, 2016). Eğitim kurumlarında verilen teorik ve uygulamalı derslerin içeriği, öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini artırmalı ve onları sektöre bilinçli bireyler olarak hazırlamalıdır (Ergönül, 2013). Gıda işletmelerinde güvenliğin sağlanabilmesi için yerine getirilmesi gereken temel koşullar arasında, çalışanların bilgi birikimi önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca, tüketici tutum ve davranışlarının analizinden elde edilen bulgular, günümüzde pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir kaynak hâline gelmiştir. Ortaöğretim düzeyinde, yiyecek-içecek programı kapsamında mutfakla ilgili alanlarda eğitim alan öğrencilere gıda hijyeni ve sağlığına yönelik gerekli kazanımların kazandırılması, toplum sağlığının korunması açısından büyük önem taşımaktadır (Özdemir, 2009). Öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi eksikliklerinin giderilmesi ve mutfakta karşılaşılan hatalı uygulamalara yönelik doğru eğitimlerin verilmesi, ileride görev alacakları işletme ve kurumlarda gıda kaynaklı hastalıkların önlenmesine katkı sağlayacak, bu sayede gerekli tedbirlerin alınmasına olanak tanıyacaktır (Şallı, 2016).

Türkiye'de yapılan çeşitli araştırmalar, bireylerin gıda güvenliği konusunda sınırlı bilgiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Kahraman ve Şanlıer (2009) tarafından yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerinin orta seviyede olduğu ve hijyen eğitimi alan öğrencilerin daha bilinçli davrandıkları belirtilmiştir. Benzer şekilde, Çakıroğlu ve Uçar (2008) tarafından yapılan araştırma, gıda sektöründe çalışan personelin hijyen ve sanitasyon konularında yetersiz bilgiye sahip olduğunu göstermiştir.

Demirbaş ve Bayramoğlu (2015) ise tarım ve hayvancılıkla uğraşan bireylerin gıda güvenliği algı düzeylerini incelemiş ve özellikle kırsal kesimde bilgi eksikliklerinin yaygın olduğunu tespit etmiştir. Bu bulgular, toplumun farklı kesimlerinde eğitim düzeyine bağlı olarak gıda güvenliği bilincinde değişiklikler yaşandığını göstermektedir. Eğitim düzeyi yüksek bireylerin etiket okuma, doğru saklama koşullarına dikkat etme ve çapraz bulaşma risklerini azaltma gibi konularda daha bilinçli davrandıkları tespit edilmiştir (Baş, Ersun & Kıvanç, 2006).

Uluslararası alanda yapılan araştırmalar da gıda güvenliği bilincinin bireylerin yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum ve eğitim düzeyi gibi çeşitli demografik özelliklerine bağlı olarak değiştiğini ortaya koymuştur. Ehiri ve arkadaşları (2001), Nijerya'da yaptıkları çalışmada, özellikle annelerin tamamlayıcı gıda hazırlarken hijyen kurallarına yeterince dikkat etmediklerini ve bunun bebek sağlığını olumsuz etkilediğini vurgulamışlardır. Çalışma, düşük eğitim düzeyinin hijyen kurallarına uyumu önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir.

Ko (2010), Güney Kore'de restoran çalışanları üzerinde yürüttüğü araştırmada, çalışanların gıda güvenliği bilgisi, tutumu ve uygulamaları arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Çalışma sonucunda, eğitim düzeyi yüksek olan çalışanların HACCP uygulamalarını daha doğru ve eksiksiz bir şekilde gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Bu sonuç, gıda güvenliği bilinci ile eğitim düzeyi arasında pozitif bir korelasyon olduğunu desteklemektedir.

FAO (Food and Agriculture Organization) (2020) tarafından yayımlanan raporda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde gıda güvenliği bilincinin düşük olduğu, bu durumun ise gıda kaynaklı hastalıkların artmasına neden olduğu ifade edilmiştir. Rapora göre, sağlıklı gıdaya erişim yalnızca fiziksel değil aynı zamanda bilgiye dayalı bir sorun olup, tüketicilerin eğitilmesi büyük önem taşımaktadır.

Ünüsan (2007) ise Türkiye'deki ev kadınları üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, bireylerin gıdaları saklama koşulları, pişirme yöntemleri ve çapraz bulaşma riskleri konusunda yetersiz bilgiye sahip olduklarını ifade etmiş, özellikle çocuklu ailelerde bu bilincin artırılmasının sağlık açısından kritik olduğunu belirtmiştir.

Bu çalışmada, Konya ilinde bulunan Mesleki ve Teknik Anadolu Liselerinde Yiyecek-İçecek Hizmetleri alanında eğitim gören öğrencilerin gıda güvenliği bilgi düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Gıda güvenliği kavramının kapsamı içerisinde yer alan terminoloji bilgisi, hijyen kuralları, saklama koşulları ve denetim süreçleri gibi temel konulara ilişkin öğrenci farkındalığı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulgular, hem eğitim kurumlarının mevcut müfredatlarının değerlendirilmesine hem de gelecekteki eğitim planlamalarına katkı sağlayacak niteliktedir. Ayrıca, eğitim süreçlerinin yanı sıra sektör ile eğitim kurumları arasındaki iş birliği olanakları da bu bağlamda önem arz etmektedir. Öğrencilerin yalnızca teorik bilgi ile değil, aynı zamanda uygulamalı eğitim ve sektörel deneyim ile desteklenmeleri, uzun vadede daha donanımlı ve bilinçli gıda profesyonellerinin yetişmesini mümkün kılacaktır (Koçak ve Karabudak, 2016). Bu doğrultuda yapılan bu araştırma, ortaöğretim düzeyindeki mesleki eğitim sürecine katkı sunmayı ve öğrencilerin gıda güvenliği farkındalığını artıracak önerilere zemin oluşturmayı hedeflemektedir.

METHOD

Araştırma verileri Konya ilinde bulunan Karatay BİST Zübeyde Hanım Kız Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinde, Yiyecek-İçecek Hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerden anket yoluyla temin edilmiştir. Araştırmada ana kitlenin tamamına ulaşılması hedeflenmiş ve bu doğrultuda başarılı olunmuştur. Okulda bu alanda öğrenim gören toplam 221 öğrencinin tamamı ankete katılmıştır. Katılımcıların yaş ortalaması 16.3 olup tamamı kadın öğrencilerden oluşmaktadır. Bu durum, araştırma bulgularının genellenebilirliğini sınırlayan bir unsur olarak değerlendirilmiştir.

Bu araştırma, araştırmacı tarafından geliştirilen ve iki bölümden oluşan bir anket formu aracılığıyla yapılmıştır. Anketin ilk bölümünde, öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine yönelik sorular yer almaktadır. Bu bölümde öğrencilerin yaş, sınıf düzeyi, aylık harçlık miktarı, çalışma durumu ve geldikleri bölge gibi bilgilere yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini ve tutumlarını belirlemeye yönelik 20 ifadeden oluşan bir ölçek kullanılmıştır. Bu bölümdeki ifadeler, 5 dereceli Likert tipi bir ölçek ile değerlendirilmiştir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Sorular, gıda güvenliği terminolojisi, etiket okuma alışkanlıkları, ambalaj tercihi, hijyen duyarlılığı ve evde saklama koşulları gibi alt boyutları içermektedir. Araştırmanın temel amacı, öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeylerini belirleyebilmek olduğundan, Likert tipi ölçek kullanılarak hazırlanmış 20 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Bu sorulara verilen cevaplar, 1 tam puan üzerinden değerlendirilmiş ve öğrencilerin toplam puanları üzerinden bilinç skorları hesaplanmıştır. Anketin her bir sorusu için en yüksek puanı veren bir öğrenci toplamda 20 puan almış ve bu, öğrencinin gıda güvenliği konusunda tam bilinç düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Bu durumda 20 puan "tam bilinç düzeyi" olarak kabul edilmiştir. Sınıflandırma; genel ortalamanın standart sapması esas alınarak yapılmış olup şu şekilde belirlenmiştir (Gündüz & Aydoğan, 2015);

Bilinç Düzeylerinin Sınıflandırılması;

Elde edilen bilinç skorları doğrultusunda öğrenciler, aşağıdaki üç grup altında sınıflandırılmıştır:

- Düşük Bilinçli: $0 \leq x <$ ortalama- standart sapma aralığında yer alanlar

- Orta Bilinçli: ortalama- standart sapma ≤ x <ortalama + standart sapma aralığında yer alanlar
- Yüksek Bilinçli: ortalama + standart sapma ≤ x ≤ 1 aralığında yer alanlar

Gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeyini ölçmeye yönelik sorular ve bu sorulara verilen yanıtların tanımlayıcı istatistikleri Tablo 1'de sunulmaktadır. Anketin güvenilirliği, verilen yanıtların güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla Cronbach Alfa katsayısı (Cronbach, 1951) ile ölçülmüştür. Cronbach alfa katsayısının %60'tan büyük olduğu durumların güvenilir kabul edileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda, anketin iç tutarlılığı bu kriter doğrultusunda değerlendirilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin gıda güvenliği bilinç düzeyleri (düşük, orta ve yüksek) ile sosyo-ekonomik özellikleri (yaş, eğitim düzeyi, cinsiyet, harcama alışkanlıkları vb.) arasındaki ilişkiyi incelemek için ki kare testi uygulanmıştır. Bu test, bilinç düzeylerinin sosyo-ekonomik faktörlerle nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu anlamaya yönelik kullanılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma kapsamında Konya ilinde Yiyecek-İçecek Hizmetleri alanında eğitim gören toplam 221 lise öğrencisinden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Katılımcıların tamamı kadın öğrencilerden oluşmaktadır ve yaş ortalamaları 16.3'tür. Öğrencilerin aylık ortalama harçlık miktarı 546.75 TL olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların %75.6'sı herhangi bir işte çalışmadığını belirtirken, %24.4'ü çalıştığını ifade etmiştir.

Katılımcıların coğrafi kökenleri incelendiğinde, %76.47'sinin İç Anadolu Bölgesi'nden geldiği; geri kalan %23.53'lük kısmın ise diğer bölgelerden (Doğu Anadolu, Marmara, Ege, Karadeniz, Akdeniz ve

Güneydoğu Anadolu) olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeylerine göre dağılımı oldukça dengelidir: %28.5'i 9. sınıf, %28.1'i 10. sınıf, %23.1'i 11. sınıf ve %20.4'ü 12. sınıf öğrencisidir.

Tablo 1. Sosyo- Ekonomik Özellikleri

Sosyo-Ekonomik Özellikler	**FREKANS**		
	N=221	**%**	**Birikimli Yüzde %**
Yaş			
14-18	215	97.28	97.29
19-21	3	1.35	98.64
22-24	1	0.45	99.10
25+	2	0.90	100
Total	221	100	-
Aylık Harçlık Tutarı (TL)			
0-250 TL	21	9.5	9.5
251-500 TL	79	35.75	45.25
501-750 TL	47	21.27	66.52
751+	74	33.48	100
Total	221	100	-
Çalışma Durumunuz			
Çalışıyor	54	24.4	24,4
Çalışmıyor	167	75.6	100
Total	221	100	-
Geldiğiniz Bölge			
İç Anadolu Bölgesi	169	76.47	76.47
Marmara Bölgesi	6	2.71	79.18
Ege Bölgesi	5	2.26	81.44
Karadeniz Bölgesi	5	2.26	83.70
Akdeniz Bölgesi	7	3.17	86.87
Doğu Anadolu Bölgesi	16	7.24	94.11
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	4	1.81	95.92
Diğer	9	4.07	100
Total	221	100	-
Öğrenim Gördüğü Sınıf			
9.Sınıf	63	28.5	28.5
10.Sınıf	62	28.1	56.6
11.Sınıf	51	23.1	79.7
12.Sınıf	45	20.4	100
Total	221	100	-

Öğrencilerin gıda güvenliği bilinç düzeylerini belirlemek amacıyla, Likert ölçeği ile hazırlanmış sorular Tablo 2'de yer almaktadır. Öğrencilerden alınan yanıtların güvenilirliği için hesaplanan alfa katsayısı %83.81 olarak bulunmuş olup, bu değer yanıtların oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo2.Gıda Güvenliği Bilincini Ölçmede Kullanılan Sorular (Gündüz & Aydoğan, 2015)

	Ortalama	**Standart Sapma**
Gıda güvenliği terminolojisindeki kavramları duydum. (HACCP, ISO 22000, ALO 174).	3.60	1.04
Gıda güvenliği terminolojisindeki kavramların anlamlarını biliyorum (HACCP, İSO 22000, ALO 174).	3.25	1.06
Gıda kontrolü Tarım ve Orman Bakanlığının görevidir.	3.03	1.26
Gıdaların üretim tarihine dikkat ederim.	4.19	0.95
Gıdalarda son kullanma tarihine dikkat ederim.	4.47	0.82
Üretici ve paketleyici firmanın adına, adresine ve üretildiği yere dikkat ederim.	3.45	1.10
Enerji ve besin öğelerine dikkat ederim.	3.51	1.07
Katkı maddelerini incelerim.	3.46	1.05
Markasına dikkat ederim.	4.19	0.89
Gıda güvenlik ve kalite standartlarına sahip olmasına dikkat ederim.	3.93	0.98
Evde yiyecekleri uygun şartlarda saklamayı dikkat ederim	4.51	0.80
Etiketteki içerik bölümünü okurum.	3.54	1.02
Cam ambalajlı ürünleri satın almayı tercih ederim.	3.73	0.97
Plastik ambalajlı ürünleri satın alırım.	3.22	0.91
Açıkta satılan gıdaları satın alırım.	2.49	1.08
Gıda satın aldığım yerin hijyenine dikkat ederim.	4.47	0.81
Gıda satın aldığım yerde çalışanların eldiven maske, önlük v.b takmış olmalarına dikkat ederim.	4.22	0.89
Sorunlu gıda ürünü için yetkilileri ararım.	3.66	1.05
Gıda ürünü ile deterjan birlikte saklanabilir.	1.64	1.03
Gıdaların sağlıkla olan ilişkisini arkadaşlarıma, aileme anlatırım.	3.71	1.02

Gıda güvenliği bilincine yönelik sorulara verilen yanıtların ortalamaları değerlendirildiğinde, öğrencilerin en yüksek bilinç düzeyine sahip oldukları konuların “gıdalarda son kullanma tarihine dikkat etme”, “evde yiyecekleri uygun koşullarda saklama”, “gıda satın alma yerinin hijyenine dikkat etme” ve “çalışan personelin hijyen kurallarına uygun giyinmiş olmasına dikkat etme”, olduğu belirlenmiştir. Bu bulgular, öğrencilerin gıda güvenliğini uygulamalı düzeyde önemsediklerini göstermektedir.

Buna karşın, “gıda güvenliği terminolojisindeki kavramları duyma” ve “bu kavramların anlamlarını bilme” düzeylerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, öğrencilerin teorik bilgi düzeylerinin uygulama bilgisine kıyasla daha sınırlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca “gıda ile deterjanların birlikte saklanabileceği” ifadesine verilen düşük düzeyde katılım, öğrencilerin bu alandaki temel güvenlik bilgilerine sahip olduklarını ortaya koymaktadır.

Öğrencilerin açıkta satılan gıdaları satın alma eğilimi düşük, cam ambalajlı ürünlere olan tercih eğilimi ise orta düzeydedir. Bu durum, öğrencilerin ambalaj ve hijyen unsurlarını satın alma kararlarında kısmen dikkate aldıklarını göstermektedir.

Tablo 3. Bilinç Düzeylerine Göre Öğrenci Dağılımı

Bilinç Düzeyi	Katılımcı Sayısı	Yüzde (%)
Düşük	28	%12.67
Orta	160	%72.40
Yüksek	33	%14.93
Toplam	221	100

Tablo 3'de yer alan bilinç düzeylerine göre dağılım, öğrencilerin çoğunluğunun (%72,40) orta düzeyde gıda güvenliği bilincine sahip olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, öğrencilerin temel konularda belli bir farkındalığa ulaştıklarını ancak bu bilincin ileri düzeye taşınması için daha fazla desteğe ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır. Düşük bilinçli grubu oluşturan 28 öğrenci (%12,67), özellikle gıda güvenliği terminolojisi, ambalaj okuma ve saklama koşulları konularında yetersiz bilgiye sahiptir. Bu durum, eğitim programlarının bazı öğrenciler için yetersiz kaldığını ve bu grubun daha yoğun bir eğitim sürecine ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Buna karşın yüksek bilinçli grup (33 öğrenci, %14,93), hem teorik bilgileri hem de pratik uygulamaları kavramış bireylerden oluşmaktadır. Bu grup, mevcut eğitimin bazı öğrenciler üzerinde oldukça etkili olduğunu kanıtlar niteliktedir. Eğitim sürecinin daha çok uygulamalı, örnek olaylarla desteklenen ve etkileşimli yöntemler içeren bir yapıya kavuşturulması, düşük bilinçli öğrencilerin gelişimine katkı sağlayabilir. Ayrıca, yüksek bilinçli öğrencilerin deneyimlerinden faydalanılarak öğrenci odaklı projeler, atölyeler ve sektörel iş birlikleriyle tüm bilinç düzeylerinin yukarı taşınması mümkündür.
Tablo 4'ün sonuçlarına göre yapılan ki-kare testin de, çeşitli demografik değişkenlerin gıda güvenliği bilinç düzeyiyle olan ilişkisini incelemiştir. Yaşın, öğrencilerin gıda güvenliği bilinç düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu sonuç, yaşın gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeyini etkilemeyen bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Öğrencilerin harçlık durumlarının gıda güvenliği bilinç düzeyleri üzerinde belirleyici bir faktör olduğunu göstermektedir. Harçlık durumu iyi olan öğrencilerin, gıda güvenliği konusundaki farkındalıklarının farklı olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 4. Sosyo-Ekonomik Özellikler ile Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi Arasındaki İlişki

Değişken	**Ki-Kare Değeri**	**Serbestlik Derecesi**	***P*-Değeri**
Yaş ve Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi	6.42	12	0.894
Harçlık ve Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi	30.5	12	0.002
Geldikleri Bölge ve Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi	59.5	28	<0.001
Çalışma Durumları ve Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi	13.7	4	0.008
Öğrenim Gördüğü Sınıf ve Gıda Güvenliği Bilinç Düzeyi	26.5	12	0.009

Geldikleri bölge ve gıda güvenliği bilinç düzeyi arasındaki ilişki de oldukça güçlü bir şekilde anlamlı bulunmuştur. Bölgesel faktörlerin öğrencilerin gıda güvenliği bilinç düzeylerini etkileyen önemli bir etken olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle coğrafi farklılıkların, gıda güvenliği konusundaki eğitim ve farkındalık düzeylerini etkileyebileceği düşünülmektedir. Çalışma durumu ve gıda güvenliği bilinç düzeyi arasında da anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Öğrencilerin gıda güvenliği bilinç düzeyleri üzerinde etkili bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Çalışan öğrenciler, daha fazla bilgi edinme fırsatına sahip olabilir ve bu da onların gıda güvenliği konusunda daha bilinçli olmalarını sağlayabilir.
Öğrenim görülen sınıf ve gıda güvenliği bilinç düzeyi arasında da anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıf seviyelerinin, gıda güvenliği bilinç düzeylerini etkileyen bir başka önemli faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Farklı sınıf seviyelerindeki öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilinç düzeylerinin değişkenlik gösterebileceği anlaşılmaktadır.

TARTIŞMA

Araştırma bulguları doğrultusunda öğrencilerin genel olarak orta düzeyde bilgiye sahip oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş değişkenine göre bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuç, öğrencilerin yaşları ilerledikçe bilgi düzeylerinin artmadığını; dolayısıyla gıda güvenliği bilgisinin bireysel yaş gelişiminden çok eğitim süreciyle şekillendiğini göstermektedir. Bu durum, yaşın tek başına belirleyici bir faktör olmadığını ve yapılandırılmış eğitimin daha etkili bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.
Sınıf düzeyi değişkenine göre öğrenciler arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Özellikle üst sınıf öğrencilerinin bilgi düzeylerinin daha yüksek olması, eğitim süresinin ilerlemesiyle birlikte öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki farkındalıklarının arttığını göstermektedir. Bu sonuç, gıda güvenliği konusundaki eğitimin kademeli olarak bilgi düzeyini olumlu etkilediğini ve mesleki eğitimin bu bağlamda önemli bir araç olduğunu ortaya koymaktadır.
Araştırmanın bulguları, benzer şekilde mesleki eğitimde öğrencilerin bilgi düzeylerini değerlendiren çalışmalarla genel anlamda paralellik göstermektedir. Ancak bazı temel konularda hâlâ bilgi eksikliklerinin görülmesi, gıda güvenliği eğitiminin hem teorik hem uygulamalı boyutlarda güçlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, ortaöğretim yiyecek-içecek hizmetleri alanında öğrenim gören öğrencilerin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen bulgular, öğrencilerin genel olarak orta düzeyde bir gıda güvenliği bilincine sahip olduklarını, ancak bazı temel konularda bilgi eksikliklerinin bulunduğunu göstermektedir. Özellikle son kullanma tarihlerine dikkat etme, yiyeceklerin uygun koşullarda saklanması ve gıda satın alma yerlerinin hijyenine özen gösterilmesi gibi günlük yaşantıyla doğrudan ilişkili uygulamalarda öğrencilerin daha bilinçli davrandıkları gözlemlenmiştir. Bu durum, öğrencilerin pratik hayatta karşılaştıkları durumlar üzerinden bir bilinç geliştirdiklerini ortaya koymaktadır. Ancak, gıda güvenliği terminolojisi ve teknik kavramlara yönelik bilgi düzeylerinin, örneğin HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) ve ISO 22000 (Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi) gibi sistemlere dair bilgilerin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, öğrencilerin teorik bilgi düzeylerinin uygulamalı bilgiye göre daha düşük olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda, gıda güvenliği eğitimlerinin yalnızca bilgi aktarımına dayalı teorik içeriklerle sınırlı kalmaması gerektiği; öğrencilerin yaşantısal deneyimlerini dikkate alan, etkileşimli ve uygulamaya dönük eğitim yöntemlerinin geliştirilmesinin önemli olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim programlarının içeriği, sadece temel hijyen kurallarıyla sınırlı kalmamalı; aynı zamanda sektörel standartları ve güncel gıda güvenliği sistemlerini kapsayacak şekilde genişletilmelidir. Gıda güvenliği, bireylerin sağlığını doğrudan etkileyen ve toplumsal düzeyde ciddi sonuçlara yol açabilen bir konudur. Bu nedenle, yiyecek-içecek sektöründe çalışacak bireylerin bu alanda yeterli bilgi, beceri ve farkındalığa sahip olmaları hayati önem taşımaktadır. Nitekim gıda kaynaklı hastalıkların büyük bir bölümü; kişisel hijyen eksiklikleri, kontamine gıdaların tüketimi ve yetersiz denetim gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu çerçevede, mesleki eğitim kurumlarında verilen eğitimin kalitesi ve içeriği, yalnızca bireysel düzeyde değil; toplum sağlığı açısından da büyük önem arz etmektedir. Araştırma bulguları, teorik bilgilerin yanı sıra uygulamalı eğitimlerin de güçlendirilmesi gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle hijyen ve gıda güvenliği konularında laboratuvar uygulamaları, vaka analizleri, interaktif öğrenme araçları ve sektörle iş birliği içinde yürütülecek saha çalışmaları, öğrencilerin mesleki bilgi ve becerilerini artıracaktır. Böyle bir öğretim modeli, öğrencilerin öğrenme sürecini derinleştirecek, kavramsal bilgileri içselleştirmelerine ve bu bilgileri sahada doğru şekilde uygulamalarına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, öğrencilerin bilgi düzeylerinin düzenli olarak ölçülmesi ve eksik kalan konularda telafi edici eğitim programlarının sunulması da önemlidir. Bu tür ölçme-değerlendirme süreçleri, eğitim programlarının etkililiğini analiz etme ve gerekirse yeniden yapılandırma imkânı sunar. Aynı zamanda, öğrencilerin bireysel gelişim süreçlerinin izlenmesi ve farklı öğrenme ihtiyaçlarına göre özelleştirilmiş eğitim planlamalarının yapılması da mümkün olacaktır. Eğitimcilerin, öğrencilerin bilgi eksikliklerini zamanında tespit ederek doğru yönlendirmeler yapması, öğrenmenin kalıcılığını artıracaktır.

Araştırmadan elde edilen bulgular, mesleki eğitim süreçlerinin değerlendirilmesi ve gelecekteki eğitim planlamalarına yön verilmesi açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Gıda güvenliği eğitimlerinin daha kapsamlı, güncel ve uygulama temelli bir yapıya kavuşturulması hem bilgi eksikliklerinin giderilmesini hem de sektöre daha bilinçli bireylerin kazandırılmasını sağlayacaktır. Araştırma bulguları yalnızca eğitim kurumları için değil; aynı zamanda politika yapıcılar, müfredat geliştiriciler ve sektör temsilcileri için de yol gösterici niteliktedir. Gıda güvenliği, bireysel sorumluluğun ötesinde, toplumsal bir bilinç ve ortak hareket gerektiren bir alandır. Bu nedenle, bu alanda yapılacak her türlü eğitimsel ve yapısal iyileştirme, uzun vadede hem toplum sağlığının korunmasına hem de yiyecek-içecek sektöründe kalite standartlarının yükseltilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Baş, M., Ersun, A. Ş., & Kıvanç, G. (2006). The evaluation of food hygiene knowledge, attitudes, and practices of food handlers in food businesses in Turkey. Food Control, 17(4), 317–322. https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2004.11.006

Çakıroğlu, F. P., & Uçar, A. (2008). Gıda sektörü çalışanlarının hijyen bilgi düzeylerinin belirlenmesi. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Bilimleri Dergisi, 14(4), 395–402.

Demirbaş, N., & Bayramoğlu, Z. (2015). Tarım ve hayvancılıkla uğraşan bireylerin gıda güvenliği algısı: Karaman ili örneği. Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, 29(3), 62–69.

Ehiri, J. E., Azubuike, M. C., Ubbaonu, C. N., Anyanwu, E. C., Ibe, K. M., & Ogbonna, M. O. (2001). Critical control points of complementary food preparation and handling in eastern Nigeria. Bulletin of the World Health Organization, 79(5), 423–433.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2020). The state of food security and nutrition in the world 2020: Transforming food systems for affordable healthy diets. FAO. https://doi.org/10.4060/ca9692en

Gündüz, O., & Aydoğan, C. (2015). Önlisans öğrencilerinin gıda güvenliği bilinç düzeyleri üzerine bir araştırma. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 6(1), 34–44.

Kahraman, Ö., & Şanlıer, N. (2009). Üniversite öğrencilerinin gıda güvenliği konusundaki bilgi düzeylerinin saptanması. Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi, 25, 1–10.

Ko, W. H. (2010). The relationships among food safety knowledge, attitudes and self-reported HACCP practices in restaurant employees. Food Control, 21(10), 1310–1314. https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2010.03.018

Unusan, N. (2007). Consumer food safety knowledge and practices in the home in Turkey. Food Control, 18(1), 45–51. https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2005.08.006

World Health Organization. (2022). Food safety. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/food-safety

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

EGE OTLARI İLE UYARLANMIŞ SOS FORMÜLASYONLARI: PESTO VE RANCH TARİFLERİNİN YENİDEN YORUMLANMASI

Aylin ULU
Bahçeşehir Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID ID: 0009-0007-0882-0395

Betül ORAL
Bahçeşehir Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0004-5873-3845

Dr. Kerem İLASLAN
Bahçeşehir Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0001-9789-6437

Özet
Bu çalışma, Ege Bölgesi'ne özgü otların modern sos tariflerine entegrasyonu yoluyla özgün ve alternatif tat profillerinin oluşturulma potansiyelini incelemektedir. Yerel malzemelerin kullanımı, bölgesel tatların korunmasına ve çağdaş mutfaklarda yenilikçi lezzet stratejilerinin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Araştırmanın odağı, yerel otların soslara eklenmesiyle ortaya çıkan tat, kıvam ve renk gibi duyusal özellikler ile genel beğeninin değerlendirilmesidir.Yöresel olarak kazayağı (*Chenopodium album*), muşlat (*Lepidium draba*) ve mis otu (*Tordylium apulum*) olarak bilinen üç farklı otla pesto ve ranch sosları geliştirilmiştir. Araştırmanın ön aşamasında, yedi katılımcının yer aldığı bir duyusal analiz gerçekleştirilmiş ve geri bildirimlerle formülasyonlar düzenlenmiştir. Nihai değerlendirme uygun koşullarda gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni sos tüketicileridir. Örneklem, kolaylık örneklemesi yöntemiyle seçilmiş ve çalışmaya 25–59 yaş arası 20 gönüllü (12 kadın, 8 erkek) katılmıştır. Katılımcılar, üç ot ve iki sosla oluşturulan altı örneği değerlendirmiştir. Veriler, duyusal form ve 9 puanlık hedonik ölçekle toplanmıştır. Toplanan veriler, betimsel istatistikler ve non-parametrik testlerle analiz edilmiştir. Gruplar arasındaki farklılıklar Kruskal-Wallis testi ile incelenmiş, anlamlı fark bulunan değişkenler için Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Duyusal özelliklerle beğeni ilişkisini belirlemek için Spearman Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Duyusal analiz sonuçlarına göre, Ranch sosları genel olarak daha yüksek beğeni alırken, Pesto sosları daha düşük puanlanmıştır. Ranch-Kazayağı kombinasyonu en yüksek genel beğeni puanına sahipken, Pesto-Mis kombinasyonu en düşük beğeni ortalamasını almıştır. Ranch-Muşlat ve Ranch-Mis kombinasyonları orta düzeyde beğeni alırken, Pesto-Kazayağı ve Pesto-Muşlat kombinasyonları nispeten düşük puanlanmıştır. Kazayağı otu ürün geliştirme açısından en uygun seçenek olurken, mis otu en düşük beğeniye sahip olmuştur. Analiz bulguları, tuzlu algılanan sosların genel olarak daha fazla beğenildiğini ($p < 0.05$) ve tatlılık algısının hoşluk (sosun ağızda bıraktığı tat) ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir ($p < 0.05$). Sonuçlar, Ege otlarının soslara entegrasyonu ile elde edilen tat profillerinin, gastronomide alternatif ve yenilikçi ürün geliştirmeye katkı sağlayabileceğini göstermektedir. Bu nedenle, sonraki sos formülasyonlarında üretim teknikleri ve raf ömrü gibi parametrelerin araştırılması önerilmektedir.
Anahtar Kelimeler: Ege otları, duyusal analiz, pesto sos, ranch sos

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

MODIFIED SAUCE FORMULATIONS WITH AEGEAN HERBS: REINTERPRETING PESTO AND RANCH RECIPES

Abstract

This study explores the potential to create distinct flavor profiles by integrating herbs native to the Aegean Region into modern sauce recipes. Using local ingredients contributes to preserving regional tastes and innovative flavor development in contemporary cuisine. The research evaluates the taste, texture, color, and acceptance of adding local herbs to sauces. Pesto and ranch sauces were developed with three herbs locally known as kazayağı (*Chenopodium album*), muşlat (*Lepidium draba*), and mis otu (*Tordylium apulum*). In the preliminary phase, a sensory analysis was conducted with seven participants, and the formulations were adjusted accordingly. The final evaluation was performed correctly. The study population consisted of sauce consumers. A convenience sample of 20 volunteers (12 women, 8 men) aged 25-59 was selected. Participants evaluated six combinations of the three herbs and two sauce types. Data were collected using a sensory form and a 9-point scale. Data were analyzed with descriptive and non-parametric tests. Intergroup differences were analyzed via the Kruskal–Wallis test, followed by Mann–Whitney U tests for significantly differing variables. Spearman Correlation Analysis was used to determine the relationship between sensory attributes and overall liking. According to the results, ranch sauces generally received higher acceptability scores, while pesto sauces were rated lower. The ranch-kazayağı combination had the highest liking score, whereas the pesto-mis combination had the lowest. Ranch-muşlat and ranch-mis received moderate ratings, while pesto-kazayağı and pesto-muşlat were rated relatively low. Kazayağı was the most suitable herb for product development, while mis otu scored lowest. The analysis showed that saltier sauces were generally more liked ($p < 0.05$), and sweetness perception was positively associated with aftertaste ($p < 0.05$). The findings suggest that integrating Aegean herbs into sauces supports innovation in gastronomy. Future formulations should explore parameters like production and shelf life.

Keywords: Aegean herbs, sensory analysis, pesto sauce, ranch sauce

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

FONKSİYONEL GIDA ÜRETİMİNDE GASTRONOMİ, PASTACILIK VE EKMEKÇİLİĞİN ROLÜ

İlayda BAYLAN
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-6350-0622

Dr. Öğr. Üyesi Ali ŞEN
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-4310-362X

ÖZET

Gün geçtikçe tüketilen gıdalarda sağlık ve besin değeri kaygısının artmasıyla birlikte fonksiyonel gıdalara yönelim artmaktadır. Bu durum fonksiyonel gıda pazarının genişlemesine ve üretim çeşitliliğinin artmasına katkı sağlamaktadır. Fonksiyonel gıdalar, insan sağlığına fayda sağlayan ve bazı hastalıkların oluşmasını engelleyen gıda bileşenleridir. Gıdalar, doğal halleriyle tek başına fonksiyonel gıda sayılabilecekleri gibi yararlı bileşenler eklenerek de fonksiyonel gıda sayılabilmektedirler. Unlu mamuller ve tatlılar insanların günlük hayatlarında sıklıkla tükettikleri gıdalar olmaları sebebiyle gastronomi alanında da fonksiyonel ekmekler, tatlılar, kekler ve kurabiyelerin üretimi gelişmiştir. Böylece pastacılık ve ekmekçilik ürünlerini tüketemeyen gıda alerjisi veya intoleransa sahip olan bireyler için bu gıdaların temel malzemelerinin ikamesi olarak kullanılmaktadırlar. Bu çalışmada fonksiyonel gıdaların pastacılık ve ekmekçilikteki rolü gastronomik açıdan değerlendirilmekte olup derleme yöntemiyle; un, süt, şeker ve yumurta yerine kullanılabilecek olan fonksiyonel ikameler incelenmektedir. Literatürdeki çalışmalarda; fonksiyonel gıdalar kullanılarak geliştirilen pastacılık ve ekmekçilik ürün çalışmalarının duyusal analizleri incelenerek, kullanılan fonksiyonel gıdalar gastronomik açıdan değerlendirilmektedir. Fonksiyonel pastacılık ve ekmekçilik ürünlerinin gıda ikamesi olarak kullanılma durumları değerlendirildiğinde, gıda alerjisi ve intoleransa sahip bireyler için fonksiyonel gıdanın önemi görülmektedir. Literatürde bulunan fonksiyonel pastacılık ve ekmekçilik çalışmaları incelendiğinde pastacılık ve ekmekçilik ürünlerinin reçetelerinde bulunan temel gıdalara (un, süt, yumurta, şeker) fonksiyonel alternatifler bulunmaktadır. Bu çalışmalarda 12 adet fonksiyonel un, 8 adet fonksiyonel süt, 5 adet fonksiyonel şeker, 4 adet fonksiyonel yumurta ikamesi türleri bulunmuştur. Literatürdeki çalışmalarda kullanılan fonksiyonel gıda türlerinin sağlığa faydaları, geliştirilen ürüne katkıları ve ikame gıda olarak kullanılabilme durumlar gastronomik açıdan değerlendirilmektedir. Bu durum, gıda sektöründe de market raflarına yansımakta olup işletmelerin menülerinde fonksiyonel pastacılık ve ekmekçilik ürünlerine daha çok yer vermesi tavsiye edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Fonksiyonel gıda, fonksiyonel pastacılık, gastronomi, gıda alerjisi ve intoleransı, fonksiyonel unlu mamuller.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE ROLE OF GASTRONOMY, PASTRY AND BAKERY IN FUNCTIONAL FOOD PRODUCTION

ABSTRACT

With the increasing concerns about health and nutritional value in consumed foods, there has been a growing trend towards functional foods. This trend contributes to the expansion of the functional food market and the diversification of production. Functional foods are food components that provide health benefits and help prevent certain diseases. Foods can be considered functional either in their natural state or by the addition of beneficial components. Since bakery products and desserts are foods frequently consumed in daily life, the production of functional breads, pastries, cakes, and cookies has developed in the field of gastronomy. Thus, for individuals with food allergies or intolerances who cannot consume conventional bakery and pastry products, functional ingredients are used as substitutes for the basic ingredients. In this study, the role of functional foods in bakery and pastry products is evaluated from a gastronomic perspective through a literature review, focusing on functional substitutes that can replace flour, milk, sugar, and eggs. In the reviewed studies, sensory analyses of bakery and pastry products developed with functional foods are examined, and the functional ingredients used are assessed from a gastronomic point of view. When evaluating the use of functional bakery and pastry products as food substitutes, the importance of functional foods for individuals with food allergies and intolerances becomes evident. A review of studies in the literature shows that there are functional alternatives for the basic ingredients (flour, milk, eggs, and sugar) used in bakery and pastry recipes. In these studies, 12 types of functional flours, 8 types of functional milk substitutes, 5 types of functional sugars, and 4 types of functional egg substitutes have been identified. The health benefits of the functional food types used in the literature, their contributions to the developed products, and their potential as substitute ingredients are evaluated from a gastronomic perspective. This trend is also reflected on supermarket shelves, and it is recommended that businesses offer more functional bakery and pastry products on their menus.

Keywords: Functional food, functional pastry, gastronomy, food allergies and intolerances, functional bakery products.

GİRİŞ

Pastacılık ve ekmekçilik ürünlerinin üretimine katkı sağlayan ya da ikame gıda olarak kullanılan fonksiyonel gıdalar, gün geçtikçe kullanımı artmakta ve paketli ürünler haline gelmektedir. Bu durum evlerde dahi fonksiyonel ürün üretmeye yardımcı olmakta ve fonksiyonel gıda tüketimini arttırmaktadır. Fonksiyonel gıdalar, tüketilen gıdalara sağlıklı besin takviyesi sağlayan ve hastalıklara karşı korumada yardımcı olan gıdalar veya gıda bileşenleridir. Tek başına doğal bir fonksiyonel besin olabileceği gibi, başka bir fonksiyonel besin ile etkisi arttırılabilir veya probiyotik, antioksidanlar, besinsel lifler, vitaminler vb. gibi yararlı bileşenler eklenerek ürün fonksiyonel gıda hâline getirilebilmektedir (Dayısoylu, Gezginç ve Cingöz, 2014).

Son dönemlerde beslenme şekillerinin değişmesiyle birlikte sindirim sistemi hastalıkları, kardiyovasküler, obezite, diyabet, kolesterol, hipertansiyon gibi hastalıklar sıklıkla görülmekte olup bu tip hastalıkların önüne geçebilmek için fonksiyonel gıda tüketimi ve üretim talebi artmaktadır (Türksoy, 2018). Çölyak hastaları gibi gıda alerjisi veya intoleranslara sahip olan insanlar günlük hayatlarında pastacılık ve ekmekçilik ürünlerini tüketebilmek için fonksiyonel gıdalardan yararlanmaktadırlar.

Glutensiz yaşam süren bir kişi için çavdar, arpa, buğday, yulaf gibi tahıllardan üretilmiş unları tüketmek yasaktır ve üretilen nişasta bazlı glutensiz ürünlere bakıldığında protein, lipit, vitamin, lif açısından besin değeri zayıf olduğu görülmektedir. Bu yüzden glutensiz gıda üretiminde besin değerini ve kabul edilebilirliği artırmak amacıyla gluten olmayan proteinler, prebiyotikler üzerine çalışmalar yapılmaya başlanmakta olup besin değeri yüksek olan karabuğday, keten tohumu, nar çekirdeği gibi fonksiyonel gıdalar üzerinde araştırmalar yapılmakta ve kullanımı tavsiye edilmektedir (Tümer ve Özer, 2018).

Bu çalışmanın amacı literatürdeki fonksiyonel tatlı ve ekmek çalışmalarını, ürün geliştirmelerini inceleyerek fonksiyonel gıdanın pastacılık ve ekmekçilikteki rolünü, kullanılabilecek fonksiyonel ikame ve alternatif gıdaların türlerini, kullanım alanlarını ve lezzet profillerini inceleyerek gastronomik açıdan analiz etmektir. Çalışmanın yöntemi fonksiyonel gıdanın literatür taraması yapılarak ortaya çıkışı, ihtiyaç duyulması ve kullanılma sıklığının artmasının gastronomik açıdan değerlendirilmesi ve pastacılık, ekmekçilikteki rolünü ortaya koymaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Fonksiyonel Gıda Nedir?

Fonksiyonel gıdaların evrensel olarak belirlenmiş olan bir tanımı yoktur. Fonksiyonel gıda kavramı ilk olarak 1980 yıllarında Japonya'da, sağlık hizmetleri maliyetlerinin önüne geçebilmek ve yaşlı nüfusun sağlığını iyileştirmek için Sağlık ve Refah Bakanlığı tarafından sağlığa iyi gelen besinleri tescillemesi ile ortaya çıkmakta olup 3 Temmuz 2002 yılında yaklaşık 300 ürüne FOSHU (Foods For Specific Health Use) etiketi verilmiştir. Türkiye'de tescillenmiş fonksiyonel gıdalar, Özel Sağlık Kullanıma Yönelik Gıdalar olarak tanımlanmaktadır (Zuhairi ve Doğan, 2021).

Avrupa Birliği Fonksiyonel Gıdalar Komisyonu'na göre "Bir gıdanın fonksiyonel gıda sayılabilmesi için, temel beslenme özelliklerinin yanı sıra, insan sağlığını iyileştirmede ve/veya hastalıkların oluşumunu önlemede etkili olması gerekir" olarak belirtilmektedir ve 2500 yıl öncesinde Hipokrat'ın "Besinler ilacınız, ilacınız besininiz olsun" sözü bilinmekte olup gıdaların hastalıkları önlemede kullanılabileceği vurgulanmaktadır (Yiğit ve Ay, 2016). Bir ürünün fonksiyonel gıda sayılabilmesi için besin değeri ile sağlığı korumalı veya katkıda bulunmalı, bilimsel verilerle güvenle tüketilebileceği bilinmeli ve ürün doğal olmalı ilaç formunda olmamalıdır (Bayram, Özeker ve elmacı, 2013). Türkiye' de son yıllarda fonksiyonel gıda pazarının genişlediği söylenmekte olup, market raflarında fonksiyonel ürünlerin yer aldığını, yerli ve yabancı firmaların bu ürünlere yatırım yaptığı bilinmektedir (Türkmen ve Gürsoy, 2017).

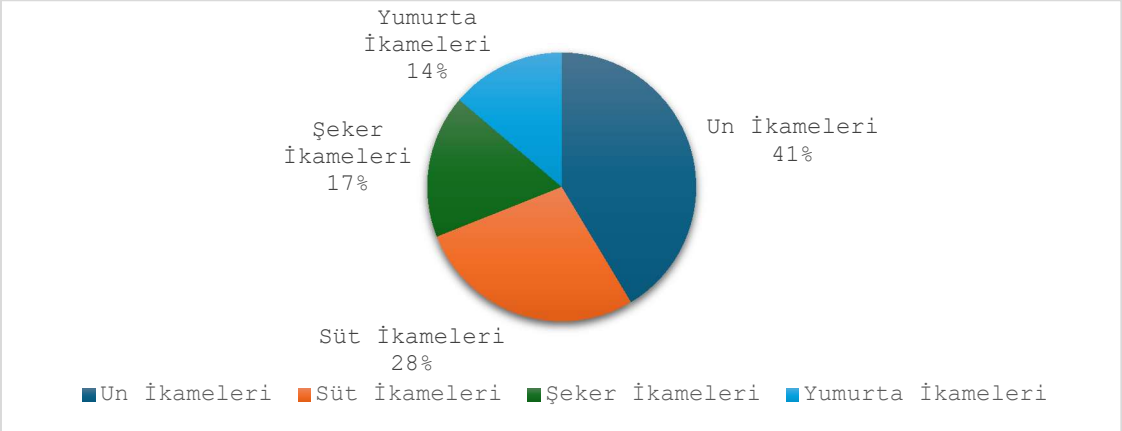
YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı alan yazında yapılmış olan fonksiyonel pastacılık ve ekmekçilik çalışmalarını inceleyerek fonksiyonel gıdanın pastacılık ve ekmekçilik açısından önemini, ne gibi etkileri olduğunu ve sunduğu ikame olabilecek gıdaları belirleyerek gastronomideki rolünü ortaya koymaktır. Araştırma nitel olarak tasarlanmıştır ve doküman analizi yöntemi tercih edilmiştir. Bulgular oluşturulurken ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Araştırmanın evrenini fonksiyonel gıdalar oluştururken örneklemini ise fonksiyonel gıdalar içerisinde kabul edilen ikame yumurtalar, sütler, şekerler ve unlar oluşturmaktadır. Araştırma verileri 04.03.2025 ile 15.04.2025 tarihleri arasında toplanmıştır.

Google akademik, resear chgate, sciencedirect, yöktez de bulunan akademik dergiler ve tez çalışmaları, ulusal- uluslararası seminer, kongre ve bildiri kitapları kaynak olarak kullanılmıştır ve araştırmada kaynaklara erişebilmek adına (fonksiyonel gıda, fonksiyonel süt, fonksiyonel un, şeker ikamesi, yumurta ikamesi vb.) kelimeler kullanılarak alan yazı taranmıştır. Kelimeler Türkçe - İngilizce olarak alan yazında aratılmış ve kaynaklar bulunmuştur. Bulunan fonksiyonel ikame gıdalar türlerine göre ayrılarak alan yazıda bulunan bazı fonksiyonel gıdaların duyusal analiz çalışmalarının sonuçlarına yer verilmiştir.

BULGULAR

Fonksiyonel Unlar



Tablo.5 İncelenen fonksiyonel ikame gıdaların pasta grafiği üzerinde dağılımı.

Temel bir pastacılık ve ekmekçilik gıdası olan unun, yaygın olarak kullanılan çeşidi buğday unu olmasıyla birlikte, fonksiyonel olarak birçok alternatif türü bulunmaktadır. Unlu mamuller dengeli beslenme için önemli olup market raflarında hamburger ekmeği, ekmek, sandviç ekmeği, simit, muffin, kek, çörek, kurabiye gibi ürünler yer almakta ve bu ürünleri tüketicilerin daha sağlıklı halleriyle tüketebilmeleri adına ürünlere diyet lifler eklenerek fonksiyonel ürün haline getirilmektedir (Aydın, 2020).

Gliadin ve glutenin fraksiyonlarının oluşturduğu gluten proteini hamura viskoz, esneklik ve gaz tutabilme özelliği sayesinde kabarma işlevlerini kazandırmaktadır. Unlu mamuller için önemli olan gluten proteini bazı insanlarda hassasiyet veya alerji durumu teşkil edebilmektedir. Bu alerji durumuna çölyak veya gluten enteropatisi adı verilmekte olup, bu rahatsızlığa sebep olan gluten proteine insan bağışıklığı tepki vermekte ve alerjik reaksiyon göstermesidir. Bu yüzden Çölyak hastalığına sahip veya gluten proteinine karşı hassasiyeti olanlar için gluten proteini içermeyen unlar alternatif olarak unlu mamullerde kullanılmaktadır (Şahan, 2022).

Karabuğday Unu

Birçok unlu mamulde kullanılan (muffin, makarna, ekmek, kurabiye, kraker, kek) karabuğday unu, besin değeri yüksek ve sağlık açısından faydalıdır. Diyabet ve hipertansiyon gibi rahatsızlıkları önlemektedir. (Hayıt ve Gül, 2015). Bu yüzden karabuğday unu fonksiyonel ekmek yapımında kullanılabilmektedir. Ertan ve Şevik, 2025; çalışmalarında, buğday ununun yerine %0, %15 ve %30 karabuğday unu ekleyerek oluşturdukları 3 çeşit ekmekte, karabuğday ununun oranı arttıkça ekmeğin kabul edilebilirliğini arttığımı duyusal analizle test etmişlerdir.

Un oranı arttıkça antioksidan seviyesi arttığını ve sağlık açısından faydalı olduğu sonucuna varmışlardır. Karabuğday ununun gluten içermediği için ekmeğin kabarmasını azalttığını bu yüzdende dikkat edilerek uygulama yapılmasını önerilmektedir.

Badem Unu

Badem, zengin içeriği sayesinde fonksiyonel ürünlerde hem kendisi hem de unu kullanılan fonksiyonel bir gıdadır. Avrupa Yönetmeliğine göre bir gıdanın enerji değeri %12'sinin proteinden karşılanması gerekmektedir, bademin %14,7'si proteinden karşılandığından yönetmeliğe göre 'doğal protein kaynağı' olarak tanımlanmaktadır (Topçuoğlu ve Ersan, 2020). İçerisinde bulundurduğu doymamış yağ, folik asit, magnezyum, kalsiyum, E vitamini sayesinde, kalp, tansiyon, kilo, şeker sağlığı açısından faydaları bulunmaktadır. Badem yağı üretiminin yan ürünü olan badem unu, içerisinde kalsiyum, demir, diyet lif içermekte olup bademin öğütülmesi ile elde edilmektedir. Badem unu fonksiyonel bir un çeşidi olup pasta, tatlılarda ve unlu mamullerde fonksiyonel bir ikame olarak kullanılabilmektedir (Yıldız, 2019).

Keçiboynuzu Unu

Keçiboynuzu meyvesinin tohum ve kabuklarından elde edilen keçiboynuzu unu, pastacılık alanında kakao ikamesi olarak kullanılmakta ve içerisinde bulundurduğu diyet lif sayesinde fonksiyonel bir un çeşidi olmaktadır. Bünyesinde bulundurduğu şeker, mineraller ve fenolik bileşikler sayesinde pastacılık da sağlıklı bir şeker alternatifi olarak kullanılabilmektedir (Tülek, 2025). Keçiboynuzu unundan glutensiz kurabiye üretilen bir çalışmada, normal reçetedeki buğday ununun yerine; %21,4 glutensiz un, %18,7 keçiboynuzu unu ve %15 fındık unu kullanılmış ve panelistler tarafından glutensiz keçiboynuzu unlu kurabiye kabul görmüştür (Ceylan ve Muştu, 2021). Keçiboynuzu ununun kakao yerine kullanıldığı bir çalışmada, yapılacak olan kakaolu kekin içerisine %0, %20, %40, %60 ve %80 oranlarında keçiboynuzu unu eklenerek kakao, bu oranlara göre reçeteden eksiltilmiştir. Panelistler tarafından %40'a kadar keçiboynuzu ununun kakaolu keklerde kullanılabileceği uygun görülmüştür (Gerçekaslan ve Boz, 2018).

Kestane Unu

Kestane meyvesi fosfor, magnezyum, kalsiyum ve yüksek antioksidan içeren fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilmekte olup, şekerleme, çocuk maması, un üretimleri yapılmaktadır Gluten içermeyen bir un olduğundan dolayı diyet lif ve B vitamini açısından düşük olan glutensiz ekmeklerde kullanılabilmektedir (Topaloğlu,2019). Nişastanın yapısında %40 -%60 nem, %56 -%82 nişasta, %10 - %30 sukroz, bulunmakta olup kestane unu haşlama veya dondurarak kurutma işlemleriyle katkı maddesi eklenmeden hazırlanan glutensiz ve fonksiyonel bir un çeşididir (Seferoğlu, 2012).

Bamya Tohumu Unu

Bamyanın tohumu, içerisinde önemli antioksidanlar, C vitamini, magnezyum, E vitamini bulundurmakta olup fonksiyonel bir gıda çeşididir. Bamya tohumu, kolonda su emilimini arttırdığı, kan şekerini düzenlediği ve kilo sağlığı için faydaları bulunduğu bilinmektedir (Yılmaz, 2017). Glutensiz kek üretimi yapılan bir çalışmada pirinç ununa %15, %30, %45 oranlarında ikame olarak bamya tohumu unu kullanılmış ve pirinç unundan üretilen keklerle karşılaştırılarak analiz edilmiştir. Bamya tohumu unu ile keklerde yağ, protein, diyet lif ve antioksidan açısından değerler artmıştır.

Keklerde sertlik değerlerinin arttığı gözlenmiştir ve bunun sebebi bamya tohumu ununun içerdiği yüksek diyet lifinden kaynaklandığı belirtilmiştir. Duyusal analiz sonucunda %30 bamya tohumu unlu glutensiz kek panelistler tarafından en yüksek puanı alan kabul gören kek olmuştur (Şahan, 2022).

Mor Un

Mor, kırmızı meyve ve sebzelerin (mor havuç, nar, böğürtlen, mor lahana, dut, ahududu, üzüm vb.) renk pigmentlerinden antosiyaninlerin ayrıştırılmasıyla üretilen mormiks karışımı, un ile karıştırılmasıyla birlikte fonksiyonel bir un olan mor unu oluşturmaktadır. Unlu mamullerde kullanılan mormiks, hamura mor rengini vermekte ve polisakkaritlerin glikoza ayrışmasını yavaşlatmaktadır. Böylece glisemik indeksi dengelemektedir (Cömert ve Gün, 2020).

Hindistan Cevizi Unu

Hindistan cevizi, kalsiyum, folik asit, B grubu vitaminleri, C vitamini, şeker ve diyet lifi içermekte olup insan sağlığı için faydalı bir meyvedir. Hindistan cevizi unu, sütü elde edildikten sonra kalan posasından üretilmekte olan fonksiyonel bir un çeşididir. İçerisinde bulundurduğu diyet lif sayesinde bağırsak sağlığı açısından fayda sağlamaktadır ve kalın bağırsakta sağlıklı bakterilerle fermente olarak vücuda yararlı kısa zincirli yağ asitleri üretmeye yardımcı olmaktadır (Yüksel, Yavuz ve Baltacı, 2020). Makaron, browni, havuçlu kek gibi ürünlere Hindistan cevizi unu takviye edilerek besin değeri ölçülen bir çalışmada diyet lifi ve düşük glisemik indeks özelliğini geliştirdiği gözlemlenmektedir (Trinidad ve Ark. 2006).

Mercimek Unu

Mercimeğin içerdiği yüksek protein sayesinde unlu mamullerde kullanılabilecek uygun potansiyelde bir un çeşidi olmasıyla birlikte kolesterol düşürücü, kolon kanseri ve tip 2 diyabet riskini azaltan yapısıyla aynı zamanda fonksiyonel bir un çeşididir. (Jarpa-Parra, 2018).

Amarant Unu

Bir tahıl çeşidi olan amarant diğer tahıl türlerine göre besin değeri daha yüksektir. İçerisinde %65 karbonhidrat, %13-14 protein bulunmakta olup aminoasit açısından zengin, yumurta proteine benzer proteine sahiptir ve kas gelişimi, bağışıklık sistemi, sinir sistemi sağlığına fayda sağlayacak aminoasitlere sahiptir (Köten, Karahan ve Satouf, 2022). Top keklerde buğday unu yerine farklı oranlarda amarant unu kullanılan ve şeker yerine stevia kullanılan bir çalışmada, amarant ununun nem, kül, protein, yağ, antioksidan ve besinsel lif içerikleri açısından katkı sağladığı gözlemlenmiştir (Alp, 2022).

Hurma Çekirdeği Unu

Diğer meyve çekirdeklerine göre hurma çekirdeğinin daha fazla antioksidan içermesiyle birlikte antioksidanlar yönünden iyi bir kaynak olduğu bu yüzdende fonksiyonel bir gıda türü olarak kabul edilmektedir. Meyve çeşitlerine göre lif oranı daha yüksek olup bünyesinde diyet lif içermektedir. Hurma çekirdeğinin öğütülmesiyle elde edilen hurma çekirdeği unun üretilmesini inceleyen bir çalışmada; karbonhidrat, protein, vitamin ve mineraller açısından güneşte kurutularak işlenirse iki katı daha verimli olacağı gözlemlenmiştir (Can, 2024).

Yulaf Unu

Yulaf yağ, lif, protein ve nişasta açısından zengin olmasıyla birlikte kolesterol, şeker, hipertansiyon gibi hastalıkların etkisini, kan damarlarındaki daralmayı azaltmaya yardımcı olur ve bağışıklık sistemini güçlendirerek fonksiyonel bir un çeşidi olmasını sağlamaktadır. (Karaman, Akgün ve Türkay, 2020). Buğday unu ve yulaf ununun yapılan ekmeklerin fenolik madde ve antioksidan açısından karşılaştırıldığı bir çalışmada, yulaf unlu ekmeğin antioksidan ve fenolik madde açısından daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Yulaf unuyla yapılmış ekmeklerin su tutma seviyesi yüksek olduğu için ekmeğin raf ömrünü uzatmaktadır. (Topçu, Caba ve Erdil, 2019).

Nohut Unu

Potasyum, kalsiyum, magnezyum, demir, çinko, yaralı yağlar ve protein açısından oldukça zengin olan nohut unu düşük glisemik indekse sahip bir fonksiyonel un çeşididir (Rachwa – Rosiak, Ark. 2015). Glutensiz pirinç un bazlı ekmek üretiminde nohut ununun etkileri incelenen bir çalışmada farklı oranlarda nohut unu eklenerek hazırlanan ekmeklerde %40 oranında nohut unu bulunan ekmek, duyusal analizde panelistler tarafından en çok kabul gören ekmek olduğu görülmektedir. Nohut ununun oranı artmasıyla ekmekte pişme hacminin düştüğü, ekmekteki protein miktarının arttığı gözlenmektedir (Barışık ve Tavman, 2018).

Tablo.1 İncelenen fonksiyonel un ikamelerinin sağladığı yararlar ve kullanım alanları.

Un İsmi	**Kullanılabildiği Ürünler**	**Sağladığı Yararlar**	**Kaynakça**
Karabuğday Unu	Muffin, makarna, ekmek, kurabiye, kraker, kek	Antioksidan seviyesi artar, diyabet, hipertansiyon önleyici	Hayıt ve Gül, 2015. Ertan ve Şevik, 2025.
Badem Unu	Pasta ve tatlılarda, unlu mamuller	Doğal protein kaynağı, folik asit, magnezyum, kalsiyum, E vitamini,	Topçuoğlu ve Ersan, 2020. Yıldız, 2019
Keçiboynuzu Unu	Kek, kurabiye, pasta, unlu mamuller	Diyet lif, şeker, mineraller, kakao ikamesi	Tülek, 2025. Ceylan ve Muştu, 2021.
Kestane Unu	Pastacılık ve fırıncılık ürünlerinde	Fosfor, diyet lif magnezyum, kalsiyum ve yüksek antioksidan	Topaloğlu,2019. Maroni ve Ark. 2009. Seferoğlu, 2012
Bamya Tohumu Unu	Unlu mamullerde	Diyet lif antioksidanlar, C vitamini, magnezyum, E vitamini	Yılmaz, 2017. Şahan, 2022.
Mor Un	Pastacılık ve Fırıncılık ürünlerinde	Glisemik indeksi dengelemektedir, antioksidan.	Cömert ve Gün, 2020.
Hindistan Cevizi Unu	Unlu mamullerde	Kalsiyum, folik asit, B grubu vitaminleri, C vitamini, şeker ve diyet lifi	Yüksel ve Ark, 2020. Trinidad ve Ark. 2006.
Badem Unu	Pasta ve tatlılarda, unlu mamuller	Doğal protein kaynağı, folik asit, magnezyum, kalsiyum, E vitamini,	Topçuoğlu ve Ersan, 2020. Yıldız, 2019

Keçiboynuzu Unu	Kek, kurabiye, pasta, unlu mamuller	Diyet lif, şeker, mineraller, kakao ikamesi	Tülek, 2025. Ceylan ve Muştu, 2021.
Kestane Unu	Pastacılık ve fırıncılık ürünlerinde	Fosfor, diyet lif magnezyum, kalsiyum ve yüksek antioksidan	Topaloğlu,2019. Maroni ve Ark. 2009. Seferoğlu, 2012
Bamya Tohumu Unu	Unlu mamullerde	Diyet lif antioksidanlar, C vitamini, magnezyum, E vitamini	Yılmaz, 2017. Şahan, 2022.
Mor Un	Pastacılık ve Fırıncılık ürünlerinde	Glisemik indeksi dengelemektedir, antioksidan.	Cömert ve Gün, 2020.
Mercimek Unu	Unlu mamullerde	Protein, diyet lifi.	Jarpa-Parra, 2018.
Amarant Unu	Unlu mamullerde	Protein, diyet lif, antioksidan	Köten ve Ark. 2022
Hurma Çekirdeği Unu	Pastacılık ve fırıncılık	Karbonhidrat, protein, vitamin ve mineraller, diyet lif, antioksidan	Can, 2024; Wahini, 2016.
Yulaf Unu	Unlu mamullerde	Lif, protein ve nişasta, fenolik madde ve antioksidan	Karaman ve Ark. 2020. Topçu ve Ark. 2019
Nohut Unu	Unlu mamullerde	Potasyum, kalsiyum, magnezyum, demir, çinko, yaralı yağlar ve protein	Rachwa – Rosiak, Ark. 2015. Barışık ve Tavman, 2018.

Fonksiyonel Sütler

Hayvansal süte alternatif olarak ortaya çıkan bitkisel bazlı sütlerin hayvancılık üretiminde sürdürülebilirliği sağlaması ve laktoz alerjisine sahip bireylerin laktoz içermeyen bitkisel sütlere yönelmesi sonucunda bitkisel süt alternatiflerinin kullanımı artmaya başlamıştır. Bitkisel sütler içerdikleri mineraller, vitaminler ve antioksidanlar sayesinde insan sağlığına faydaları olduğu için fonksiyonel gıda bileşeni olarak sayılmaktadır (Altınay ve Şanlı, 2023).

Tablo.2 İncelenen fonksiyonel süt ikameleri ve yararları

İkame Süt	Fonksiyonel Faydası	Kaynakça
Fındık Sütü	Protein açısından besin değeri yüksek, fındık peyniri ve fındık yoğurdu; cheesecake, tiramisu	Pourfarzad ve Ark, 2017. İpek, 2024.
Kaju Sütü	Potasyum, kalsiyum, demir, magnezyum ve fosfor	Tamuno ve Monday, 2019.
Kenevir Tohumu Sütü	Amino asit ve doymamış yağ asitleri açısından zengindir, E vitamini, fosfor, potasyum, çinko, kükürt, demir, magnezyum ve kalsiyum.	Besir ve Ark. 2022
Soya Sütü	Yüksek protein, demir, kalsiyum, doymamış yağ asitleri.	Gürsoy ve Ark. 1999; Nilüfer ve Boyacıoğlu, 2008.
Pirinç Sütü	D vitamini, magnezyum, demir.	Öztürk,2022.
Badem Sütü	Vitamin E, diyet lifi, çoklu doymamış yağ asitleri, folik asit	Topçuoğlu,2019.
Yulaf Sütü	Yağ, karbonhidrat, protein, antioksidan	Babolanimogadam ve Ark. 2022. Karaman ve Ark. 2020.
Hindistan Cevizi Sütü	Yüksek potasyum, magnezyum, çinko, demir, C ve E vitamini	Bükülmez, 2020. Trinidad ve Ark. 2006.

Laktoz süt içerisinde bulunan doğal bir şekerdir ve ince bağırsakta laktaz enzilimi parçalanarak emilir. Yeterli miktarda laktaz enzimi sentezlenmediği zaman bağırsakta sindirim sorunlarına yol açar (Bayhan ve Yentür, 1993).
Bitkisel süt elde etmek için sütü elde edilecek bitkinin en az 12 saat su içinde bekletilerek yumuşatılması ve zarların veya kabuklarından kurtulması sağlanır. Belli oranlarda su ile karıştırılarak özütü elde edilir bu sırada yağ oranı yüksek bitkilerin yağı ayrıştırılır. Elde edilen karışım süzülerek bitkisel süt elde edilir (Bilici, 2022).

Fındık Sütü
Fındık, protein, selüloz, pektin, karbonhidrat, B12, B2 vitaminler bulundurması ve doymamış yağ asitlerinin fazla olmasıyla birlikte kullanılacak olan ürünün besin değerini artırmasına katkı sağlayan bir gıdadır (Pourfarzad ve Ark, 2017). Fındık sütünden peynir ve yoğurt yapılabilmekte olup, bu ürünlerden vegan cheesecake, vegan tiramisu, vegan pancake ve waffle gibi süte ihtiyaç duyan tatlılarda kullanılabilmektedir. Fındık yoğurdu; fındık sütü, un ve nişastanın tencerede hamur haline getirildikten sonra bitkisel yağ, tuz, limon, fındık sütü ve posası eklenerek blenderda çekilir ve bir gece dolapta dinlendirilerek hazırlanır. Fındık peyniri; fındık sütü, nişasta ve zeytinyağı ile karışımına haşlanmış patates, fındık posası, tuz, un eklenerek blenderdan geçirilir ve en az 5 saat dinlendirilerek oluşturulur (İpek, 2024).

Kaju Sütü
Kaju sütünün içerisinde potasyum, kalsiyum, demir, magnezyum ve fosfor mineralleri bulunarak hayvansal süte alternatif sunabilecek fonksiyonel bir süt çeşididir. İçerisinde zengin yağ ve protein içermesi sebebiyle diğer bitkisel sütlere göre besin değeri daha yüksektir. Diğer sütlerle besin değerlerinin karşılaştırıldığı bir çalışmada soya sütü ve hindistan cevizi sütünden daha fazla protein oranına sahip olduğu gözlemlenmiştir (Tamuno ve Monday, 2019).

Kenevir Tohumu Sütü
Besin değeri açısından zengin olmasına rağmen insanların kenevire karşı önyargısı bulunduğundan dolayı fazla tercih edilmemektedir. Amino asit ve doymamış yağ asitleri açısından zengindir, E vitamini, fosfor, potasyum, çinko, kükürt, demir, magnezyum ve kalsiyum besinsel değeri yüksektir (Besir ve Ark. 2022).

Soya Sütü
Soya Fasulyesinin özütülmesiyle elde edilen, proteini yüksek fonksiyonel bir süt çeşididir. B vitamini, antioksidan ve mineral açısından besin değeri yüksektir. Laktoz içermemesi sebebiyle laktoz alerjisi veya intoleransı olan bireylerde kullanıma uygundur. Tadında fasulye aromasının bulunması sebebiyle tadı farklı gelse de protein açısından zengin olması sayesinde kullanılmaktadır. Anne sütüne ve inek sütüne göre daha fazla protein, demir ve doymamış yağ içerirken yağ, karbonhidrat ve kalsiyum açısından besin değeri daha düşüktür. Pastacılık ve unlu mamullerde hayvansal süt yerine ikame oluşturabilecek fonksiyonel süt çeşididir. (Gürsoy, Gökçe ve Kınık, 1999; Nilüfer ve Boyacıoğlu, 2008).

Pirinç Sütü
Pirincin özütülmesiyle elde edilen pirinç sütü laktoz ve hayvansal protein içermeyen besin değeri yüksek, pastacılık ve ekmekçilikte süt ikamesi olarak kullanılabilecek fonksiyonel bir süt çeşididir. Magnezyum, D vitamini, demir gibi çeşit mineraller açısından besin değeri yüksektir (Öztürk,2022).

Badem Sütü
Bademin özütülmesi ile elde edilen badem sütü vitamin E, çoklu doymamış yağ asitleri, folik asit açısından zengin besin değerine sahip laktoz içermeyen fonksiyonel bir süt çeşididir. Kalp damar ve kolesterol sağlığı için önemli olup içerisinde bulundurduğu %14 protein, magnezyum, potasyum, kalsiyum ve düşük glisemik indekse sahip olmasıyla birlikte hafıza güçlendirici diyabet engelleyici ve içerdiği diyet lifi ile safra kesesi sağlığına iyi gelmektedir (Topçuoğlu, 2019).

Yulaf Sütü
Yulaftan elde edilen yulaf sütü içerdiği yağ, karbonhidrat, protein ve antioksidan ile hayvansal süt yerine uyum sağlayacak bir fonksiyonel ikame süt çeşididir. Besin değerinin yüksek olması ve laktoz içermemesi sayesinde vegan, laktozsuz tatlı çeşitlerinde kullanımı tercih edilebilmektedir (Babolanimogadam ve Ark. 2022).

Hindistan Cevizi Sütü
Hindistan cevizinden elde edilen hindistan cevizi süt içerdiği potasyum, C ve E vitamini, magnezyum, demir, karbonhidrat, çinko, az miktarda protein ve yüksek miktarda yağ içermesiyle birlikte besin değeri yüksek fonksiyonel bir ikame süt çeşididir. Sütlü tatlılarda ve süt içeren unlu mamullerde hayvansal süt yerine kullanılabilecek ikame süt alternatifi olmaktadır (Bükülmez, 2020).

Fonksiyonel Şeker İkameleri
Kullanılan ilk doğal tatlandırıcı bal olup daha sonrasında sakaroz içermekte olan şeker kamışı ile rafine şeker üretilmiştir.

Rafine şeker yerine daha sağlıklı olması için özellikle diyabet, kilo problemleri ve diş çürüklerini engellemek adına glisemik indeksi düşük olan doğal tatlandırıcılar tercih edilmektedir. Doğal tatlandırıcılar fonksiyonel özellikler sağlayarak pasta ve ekmekçilikte rafine şeker ikamesi olarak kullanılabilmektedir (Özdemir ve Ark. 2014).

Tablo.3 İncelenen şeker ikamelerin fonksiyonel yararları.

İkame Şeker	**Sağladığı Fonksiyonel Yarar**	**Kaynakça**
Bal	Protein, mineral, antioksidan ve organik asit, glikoz ve fruktoz	Pehlivan, 2023; Subramanian ve Ark. 2007.
Pekmez	A ve C vitaminleri, potasyum, demir, iştah açıcı	Acun ve Ark. 2024.
Hindistan Cevizi Şekeri	Magnezyum, çinko, potasyum ve vitaminler	Kendilci ve Akdeniz, 2024.
Akçaağaç Şurubu	Fruktoz, sakkaroz, antioksidan ve mineral	İşgören ve Sungur, 2019.
Agave Şurubu	Kalsiyum, demir, potasyum, magnezyum	Ozuna ve Franco-Robles, 2022.

Bal

Balın tatlandırıcı olarak kullanılması çok eskilere dayanmaktadır, tatlılarda ve şerbetlerde kullanılan bal aynı zamanda iyileştirici etkisi bulunmakta olup tedavilerde de kullanıldığı bilinmektedir. Bal, protein, mineral, antioksidan ve organik asit içermekte olup glikoz ve fruktoz içeren, yapısı ve dokusuyla beğeni alan fonksiyonel doğal bir tatlandırıcıdır (Pehlivan, 2023).

Pekmez

Dut, keçiboynuzu, üzüm gibi meyvelerden üretilmekte olup A ve C vitaminleri, potasyum, demir gibi besin değeri yüksek olan doğal bir tatlandırıcıdır. Pastacılıkta, unlu mamullerde tatlandırıcı olarak kullanılabilmektedir. Enerji verici ve iştah açıcı olarak bilinmekte olup insanların güç ve enerji toplamak, öksürüklerine iyi gelmeleri için tükettikleri bir fonksiyonel gıdadır. Pekmez ve balı şeker alternatifi olarak kullanarak glutensiz muffin incelemesi yapılan bir çalışmada. Pekmez ve bal içerikli muffinlerin mineral açısından besin değerlerinin yükseldiğini, muffin pişme hacminin azaldığını ve özellikle lavanta balı ve çam balı ile tatlandırılan muffinlerin panelistler tarafından en fazla beğeni alan muffinler olduğu gözlemlenmiştir (Acun ve Ark. 2024).

Hindistan Cevizi Şekeri

Hindistan cevizinin suyunun kurutulmasıyla elde edilir içerisinde magnezyum, çinko, potasyum ve vitaminler içeren doğal bir fonksiyonel tatlandırıcıdır. Unlu mamullerde, kek ve kurabiyelerde kullanımı uygundur. (Kendilci ve Akdeniz, 2024).

Akçaağaç Şurubu

Akçaağacından elde edilen özün kaynatılarak yoğunlaştırılmasıyla ile elde edilen fonksiyonel doğal bir tatlandırıcıdır. İçersin de fruktoz, sakaroz, içermekte olup antioksidan ve mineral açısından besin değeri yüksektir (İşgören ve Sungur, 2019).

Agave Şurubu

Agav bitkisinden elde edilen ve besin değeri kalsiyum, demir, potasyum, magnezyum açısından zengin ve fruktoz oranı yüksekken glisemik indeksi düşük fonksiyonel bir şeker ikamesidir. Fazla fruktoz oranı içerdiğinden dolayı dikkatli kullanılmalıdır fazla kullanımda şişkinlik veya sık dışkılama gibi durumlar görülebilmektedir (Ozuna ve Franco-Robles, 2022).

Yumurta İkamesi Olarak Kullanılabilecek Fonksiyonel Ürünler

Yumurta fonksiyonel bir gıda olarak sayılabilmektedir fakat vegan tüketimlerde veya yumurta proteini alerjilerinde yumurta ikameleri tercih edilebilmektedir. Yumurtanın jel oluşturma, kabartma, köpürtme ve bağlama gibi pastacılık ve ekmekçilik ürünlerine fayda sağlayan özellikleri bulunan ve bu ürünlerin temelini oluşturan gıdalardan bir tanesidir. Yumurta ikamesi olarak aynı faydayı sağlayabilecek doğal ve fonksiyonel olan chia tohumu, keten tohumu, soya sütü, nohut suyu gibi ikame gıdalar bulunmaktadır (Yüceer, 2021).

Tablo.4 İncelenen fonksiyonel şeker ikameleri ve yararları.

Yumurta İkamesi	Fonksiyonel Faydası	Kaynakça
Chia Tohumu ve keten tohumu	Jel oluşturma, köpük oluşturma ve stabil etme, Omega-3, diyet lifi protein.	Erkoç ve Ark, 2021. Sur ve Çiçek, 2021.
Nohut Suyu	Su ve yağ bağlama, çözünürlük, jelleşme, köpürme ve emülsifiye etme, protein.	Oktay ve Gözükırmızı, 2023.
Soya sütü	Protein, esansiyel amino asitler, omega 3-yağ, diyet lif, su tutma, jelleştirici ve bağlayıcı	Gülmez ve Ark. 2024.

Chia Tohumu

A vitamini, potasyum, magnezyum, diyet lifi, omega3 yağ asidi, %15-23 protein içeriği ile besin değeri açısından zengin olup, kendinden 27 katı daha fazla su tutabilme, jelleştirme ve yoğunlaştırma gibi özelliklere sahip olduğundan dolayı sütlü tatlılarda ve unlu mamullerde fonksiyonel yumurta ikamesi olarak kullanılabilmektedir. Diyabet, kanser ve tansiyon hastalıklarına iyi geldiği bilinen chia tohumu, pastacılık ve ekmekçilikte ürünlere katkı sağlayabilecek fonksiyonel gıdalardan sayılabilmektedir (Sur ve Çiçek, 2021).

Keten Tohumu

Keten tohumu karbonhidrat, çoklu doymamış yağ asitleri, diyet lif, omega3, aminoasitler, vitamin, mineraller ve protein açısından besin değeri yüksek fonksiyonel bir yumurta ikamesidir. Fazla kilo artışı sorunlarında, kanser riskini önlemede, kalp ve damar sağlığını korumada kullanılmakta olup pastacılık ve ekmekçilik ürünlerinde ürün kalitesine ve kıvamına fayda sağlamaktadır (Yüksel, Akdoğan ve Çağlar, 2018).

Yumurta beyazı ikamesi olarak chia ve keten tohumu jellerini kullanarak pankek çalışmasının yapıldığı bir çalışmada chia ve keten tohumunu suda bekletme işlemi yapılarak jelleşmesini sağlanmıştır. Bu jelleri pankekler %50 ve %100 olacak şekilde yumurta beyazı ikamesi olarak kullanılmıştır. %100 keten tohumu içeren pankek en sert pankek, %100 oranında chia tohumu içeren pankek ise en yumuşak pankek olduğu gözlenmiştir. %100 keten tohumu içeren pankek kıvamı en yoğun olan örnek olduğu ve tohum jeli miktarları arttıkça duyusal analizde panelistler tarafından beğeninin azaldığı, %50 keten tohumu jeline sahip pankek en yüksek beğeniyi alan kontrol örneğine en yakın örnek olarak gözlemlenmiştir (Erkoç ve Ark. 2021).

Nohut Suyu

Baklagillerin protein içermesi sayesinde yumurta ikamesi olarak kullanılabilecek fonksiyonel gıdalardır. İçerdikleri protein sayesinde köpük oluşturma, su ve yağı bağlama, jel oluşturma gibi faydalar sağlayabilmektedir. Nohut suyu, aquafaba olarak da geçmekte olup pastacılık ve ekmekçilik ürünleri (kek, mereng, ekmek kraker) hayvansal yumurta yerine alternatif olarak kullanılabilecek protein, yapı ve dokuyu sağlamaktadır (Oktay ve Kırkın Gözükırmızı, 2023).

Soya Sütü

Hayvansal yumurtada bulunan lesitinin soyada da bulunmakta olan bir emülgatör olup su ve yağın bağlanmasına yardımcı olan bir maddedir. Soya sütü su tutma, jelleştirme gibi özellikleri ile pastacılık ve ekmekçilikte hayvansal yumurta yerine kullanılabilecek fonksiyonel bir yumurta ikamesidir. İçerisinde omega3, protein, diyet lifi bulundurmakta olup besin değeri yüksektir. Maliyeti düşük olması ve kolay bulunabilmesi sayesinde sıkça tercih edilebilmektedir (Gülmez, Şentürk ve Tacer Caba 2024).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Un ikameleri kullanılarak ürün geliştirilen çalışmalarda diyet lif içerdiğinden dolayı, pişme hacmi düşmesi ve sertlik oluşmaması için en fazla %40 oranında ikame un kullanımı uygun görülmektedir. Glutensiz ürün üretilecek ise pirinç unu ile ikame unlar desteklenebilmektedir. Buğday unu ile üretilen unlu mamullerin besin değerini arttırmak ve fonksiyonel katkı sağlamak için ikame unlar kullanılabildiği gözlemlenmektedir. Bu çalışmada 12 adet fonksiyonel un, 8 adet fonksiyonel süt, 5 adet şeker ikamesi, 4 adet yumurta ikamesi incelenmiştir. Alan yazında en çok çeşitli çalışması bulunan sırasıyla fonksiyonel un ikameleri, süt ikameleri, şeker ikameleri ve yumurta ikameleridir. Fonksiyonel gıdalar, ikame gıda olarak kullanılabilmektedir ve yalnızca alerji ve intolerans sahibi bireylerin değil, sağlığa katkı sağlaması adına diğer bireylerin reçetelerinde de fonksiyonel gıdaları kullanmaları tavsiye edilmektedir. Fonksiyonel gıda üretiminde pastacılık ve ekmekçiliğin rolü büyük olup önemli bir yere sahiptir. Gastronomi alanında fonksiyonel gıda üretimi yaygınlaşmalı, reçetelerde katkı sağlaması adına kullanılmalıdır.

KAYNAKÇA

Acun, S., Gül, H., Ulutürk, Ş., Çevik, H. E. ve Ark. (2024). Şeker İkamesi Olarak Doğal Tatlandırıcılar ile Glutensiz Muffin Kek Üretimi ve Kalite Değerlendirmesi. *Aydın Gastronomy*, 8(1), 16-26.

Alp, O. (2022). *Kavrulmuş Amarant Unu ve Stevianın Kek Yapımında Kullanımı* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şanlıurfa.

Altınay, C., & Şanlı, T. (2023). Vegan Beslenmede Alternatif Süt Ürünleri: Teknolojik ve Beslenme Yönü. Gıda, 48(6), 1319-1321.

Alzuhairi, S., & Doğan, M. (2021). Fonksiyonel gıdaların gastronomideki önemi. *ART/Icle: Sanat ve Tasarım Dergisi*, *1*(2), 251.

Aydın, E. (2020). Unlu mamullerin kompozit unlar ile zenginleştirilmesi. *Akademik Gıda*, *18*(2), 218–219.

Barışık, D., & Tavman, Ş. (2018). Glütensiz Ekmek Formülasyonlarında Nohut Unu Kullanımının Ekmeğin Kalitesi Üzerine Etkisi. *Akademik Gıda*, 16(1), 34-38.

Bayhan, A.., & Yentür, G. (1993). Laktoz İntoleransı. *Gıda*, 18(6), 385-386.

Babolanimogadam, N., Gandomi, H., Akhondzadeh Basti, A., & Taherzadeh, M. J. (2023). Nutritional, functional, and sensorial properties of oat milk produced by single and combined acid, alkaline, α-amylase, and sprouting treatments. *Food Science & Nutrition*, *11*(5), 2289-2293.

Beşir, A., Awad, N., Mortaş, M., Yazıcı, F. (2022). A Plant-Based Milk Type: Hemp Seed Milk. *Akademik Gıda*, 20(2), 171-177.

Bilici, R. (2022). *Vegan Mutfağı Kapsamında Geliştirilmiş Yenilikçi Bir Ürün: Bitkisel Bazlı Pastacı Kreması* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Bükülmez A. (2020). Anne Sütü Alternatifleri: Hangi Formülü Ne Zaman Kullanmalı? *pediatr pract res*.8(2):51-52.

Can, N. (2024). Fonksiyonel bir gıda bileşeni olarak hurma çekirdeği. *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(70), 130-140.

Ceylan, V., & Muştu, Ç. (2021). Keçiboynuzu Unu Bazlı Glutensiz Kurabiye Formülasyonu Geliştirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 5(1), 2-10.

Cömert, M., & Gün, A. (2020). Fonksiyonel Gıda Olarak Mor Ekmek. *Journal of International Social Research*, *13*(74), 464-471.

Dayısoylu, K. S., Gezginç, Y., & Cingöz, A. (2014). Fonksiyonel gıda mı, fonksiyonel bileşen mi? Gıdalarda fonksiyonellik. *Gıda*, *39*(1), 58–59.

Erdoğan Bayram, S., Özeker, E., & Elmacı, Ö. L. (2013). Fonksiyonel gıdalar ve çilek. *Akademik Gıda*, *11*(2), 132–133.

Erkoç, S., Özcan, İ., Özyiğit, E., Kumcuoğlu, S. Ve Ark. (2021). Yumurta İkamesi Olarak Kullanılan Çiya ve Keten Tohumu Jelinin Pankek Hamuru Reolojisi ve Ürün Özellikleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi. Gıda, 46(6), 1398-1411.

Ertan, E., & Şevik, R. (2025). Karabuğday Unu İkamesinin Ekmeklerin Fiziksel, Kimyasal ve Duyusal Özellikleri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi,* 25(1), 132-135.

Gerçekaslan, K. E., & Boz, H. (2018). Keçiboynuzu Unu İlavesinin Kakaolu Kekin Fiziksel, Duyusal ve Tekstürel Özelliklerine Etkisi. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 8(1), 96-101.

Gülmez, B., Şentürk, M., & Caba, Z. T. Farklı Yumurta İkameleri Kullanılarak 3d Baskı Yöntemiyle Acıbadem Kurabiyesi Yapımı ve Duyusal Analizi. *Sofradaki Bilim ve Lezzetteki Sanat: Gastronomiye Kapsamlı Bir Bakış*, 161-163.

Gürsoy, O. ., Gökçe, R. ., & Kınık, Ö. . (1999). Beslenmede Yeni Yaklaşımlar: Soya Sütü ve Ürünleri. *Pamukkale Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 5(3), 1123-1125.

Hayit, F., & Gül, H. (2015). Karabuğday'ın Sağlık Açısından Önemi ve Unlu Mamüllerde Kullanımı. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 29(1), 124-126.

İpek, G. (2024) *Fındık ve Fındık Sütü ile Vegan Menülerinin Oluşturulması* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.

İşgören, A., & Sungur, S. (2019). Tatlandırıcılar. *Lectio Scientific*, 3(1), 23-24.

Jarpa-Parra, M. (2018). Lentil protein: a review of functional properties and food application. An overview of lentil protein functionality, *International Journal of Food Science and Technology*, 53(4), 893.

Karaman, R., Akgün, İ., & Türkay, C. (2020). İnsan Beslenmesinde Alternatif Besin Kaynağı: Yulaf. *Turkish Journal of Science and Engineering*, 2(2), 78-84.

Köten, M., Karahan, A. M., & Satouf, M. (2022, Nisan). *Glutensiz gıda kaynağı olarak tahıl benzeri tohumlar* [Sözlü sunum]. 8. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Konferansı, Adana, Türkiye.

Nilüfer, D. ., & Boyacıoğlu, D. . (2008). Soya ve Soya Ürünlerinin Fonksiyonel Gıda Bileşenleri. Gıda, 33(5), 241-242.

Oktay, M., & Kırkın Gözükırmızı, C. (2023). Nohut ve bezelye konserve sularının vegan mayonez üretiminde kullanımı. *Harran Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 27(1), 95-96.

Ozuna, C., & Franco-Robles, E. (2022). Agave syrup: An alternative to conventional sweeteners? A review of its current technological applications and health effects. *Lwt*, *162*, 1-2.

Özdemir, D., Başer, H., & Çakır, B. (2014). Tatlandırıcılar. *Turkiye Klinikleri Journal of Endocrinology*, *9*(2), 61-62.

Öztürk, R. (2022). *Pirinç Sütü ve Nohut Sütü Kullanılarak Probiyotik Fermente İçecek Üretimi* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Pehlivan, T. (2023). The Importance and Antioxidant Potential of Chestnut Honey in Gastronomy. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, *11*(1), 89-90.

Pourfarzad, A., & Mehrpour, G. R. (2017). Health benefits of hazelnut. *EC Nutrition*, *8*(3), 101-104.

Rachwa-Rosiak, D., Nebesny, E., & Budryn, G. (2015). Chickpeas—composition, nutritional value, health benefits, application to bread and snacks: a review. *Critical reviews in food science and nutrition*, *55*(8), 1138-1140.

Y. T. V. Aksoy Kendilci, E. & Akdeniz, E. (2024). Gıdalarda Şekeri Azaltmaya Yönelik Tatlandırıcılar ve Sağlık Etkisi. *Sağlık & Bilim 2024: Beslenme-IV*, 196-197.

Seferoğlu, B. (2012). *Çölyak Hastalarına Yönelik Kestane Unu ve Glutensiz Unlarla Hazırlanan Ekmek, Kek ve Bisküvi Çeşitlerinin Duyusal Analiz ile Değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sur, E. B., & Çiçek, Ş. K. (2021). Chia tohumunun kimyasal, antioksidan ve antimikrobiyal özellikleri. *Gıda,* 46(4), 972-975.

Şahan, A. (2022). *Glutensiz kek üretiminde bamya tohumu unu kullanım olanaklarının araştırılması* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=716197

Tamuno, E. N. J. ve Pazartesi, A. O. (2019). Physicochemical, Mineral and Sensory Characteristics of Cashew Nut Milk, *Uluslararası gıda bilimi ve biyoteknoloji dergisi*, *4*(1), 2-5.

Topaloğlu, K. (2019). *Glutensiz Bisküvi Üretimi* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Topçu, B., Caba, Z. T., & Erdil, D. N. (2019). Yulaf Ekmeği Üretim Aşamalarının Fenolik Madde İçeriği ve Antioksidan Aktiviteye Etkisi. *Food and Health*, *5*(1), 49-61.

Topçuoğlu, E. (2019). *Badem Sütü ile Zenginleştirilmiş Probiyotik Yoğurt Üretimi* (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Topçuoğlu, E., & Yılmaz Ersan, L. (2020). Fonksiyonel Beslenmede Bademin Önemi. *Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34(2), 428-438.

Trinidad, T. P., Mallillin, A. C., Valdez, D. H., Loyola, A. S., Askali-Mercado, F. C., Castillo, J. C., ... & Chua, M. T. (2006). Dietary fiber from coconut flour: A functional food. *Innovative food science & emerging technologies*, *7*(4), 311-317.

Tülek, E. (2025). *Bazı Laktik Asit Bakterilerinin Keçiboynuzu Unu ile Enkapsülasyonu* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Tümer, E., & Özer, S. (2018). Bazı fonksiyonel ürünlerin glutensiz ekmek üretiminde ekmek nitelikleri üzerine etkisi. *Ç.Ü. Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, *36*(6), 80.

Türkmen, N., & Gürsoy, A. (2017). Fonksiyonel dondurma. *Akademik Gıda*, *15*(4), 387.

Türksoy, S. (2018). Tam tane baklagil unlarının kimyasal, fonksiyonel ve reolojik özelliklerinin belirlenmesi. *Gıda*, *43*(1), 79.

Yiğit, Y., & Ay, E. (2016). Fonksiyonel gıda özelliğiyle ceviz ve Kaman cevizi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, *1*(2), 143–144.

Yıldız, E. (2019). *Glutensiz Bisküvi Üretiminde Badem Unu ve Stevya Kullanımı* (Yayınlanmış doktora tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Yılmaz, M. (2017). *Buğday/Çavdar/Bamya Kompozit Ununun Ekmeğin Bazı Kalite Özelliklerine Etkisi* (Yayınlanmış yüksek lisans tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik.

Yüceer, M. (2021) Alternatifleri ve Doğal Yumurta İkamesi Olarak Kullanım İmkanları. *Yumurta Üreticileri Merkez Birliği Dergisi*, 56, 8-10.

Yüksel, F., Akdoğan, H. B., & Çağlar, S. (2018). Keten Tohumu ile Zenginleştirilmiş Eriştelerin Fizikokimyasal, Duyusal, Pişme Özellikleri ve Yağ Asidi Kompozisyonun Belirlenmesi. Gıda, 43(2), 223-224.

Yüksel, F., Yavuz, B., & Baltacı, C. (2020). Hindistan cevizi unu ile zenginleştirilmiş dut pestillerin bazı fizikokimyasal, renk ve duyusal özelliklerinin incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 10(1), 43-44.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GELENEKTEN GÜNÜMÜZE BOZA: TARİH, LEZZET VE YARATICILIK

Enes DEĞİRMENCİOĞLU
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
ORCID: 0009-0000-0791-8082

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0000-0002-8791-4782

ÖZET
Bu çalışmada, Türk mutfak kültürünün derinliklerinden süzülüp gelen, köklü bir geçmişe sahip içeceği bozanın, tarihsel yolculuğu, geleneksel üretim teknikleri ve günümüzdeki çok yönlü kullanım alanları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Bozanın, Orta Asya'da başlayan ve zamanla Anadolu ile Balkanlar'a yayılan zengin tarihine ışık tutmaktadır. Yüzyıllar boyunca, özellikle kış aylarının vazgeçilmez içeceği olarak toplumların damak zevkinde kalıcı bir yer edinen boza, besleyici özellikleriyle de dikkat çekmiştir. Osmanlı döneminde, sadece halk arasında değil, saray mutfağında da kendine yer bulan boza, sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sokak kültüründe önemli bir yere sahip olan bozacılar, bu geleneksel içeceğin yaygınlaşmasında ve kültürel hafızada yer etmesinde kritik bir rol oynamıştır.
Farklı tahıllar kullanılarak hazırlanabilmesi, bozanın bölgesel çeşitlilik göstermesine olanak tanımış ve tarihsel süreç içinde üretim tekniklerinde de önemli değişimler yaşanmıştır. Modernleşmenin etkisiyle tüketim alışkanlıkları değişse de, boza, nostaljik değeriyle günümüzde de önemini korumakta ve geçmişle kurulan bağın sembolü olarak görülmektedir. Gelenekten ilham alan bu modern uyarlama, bozanın gastronomideki potansiyelini genişletmeyi, farklı lezzet kombinasyonlarına kapı açmayı ve geleneksel tatların yeniden keşfedilmesini hedeflemektedir. Bu çalışmada bozanın geleneksel kimliğinin modern bir tatlı olan San Sebastian Cheesecake ile nasıl özgün bir harmoni oluşturabileceği de incelenmektedir. Bu yenilikçi yaklaşım, bozanın kendine has ekşimsi aroması ve yoğun dokusunu, San Sebastian'ın kremsi yapısıyla birleştirerek, hem yerel lezzetlere çağdaş bir yorum getirmiş hem de kültürel bir sentez örneği sunmuştur. Bu çalışma, bozanın sadece geleneksel bir içecek olarak değil, aynı zamanda modern gastronomi dünyasında da yenilikçi bir malzeme olarak nasıl kullanılabileceğini göstermektedir. Geleneksel ve modern tatların bu buluşması, bozanın kültürel ve gastronomik mirasının gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır.
Anahtar Kelimeler: Boza, Gastronomi, Geleneksel, San Sebastian, Kültür, Sentez.

BOZA FROM TRADITION TO THE PRESENT: HISTORY, TASTE AND CREATIVITY

ABSTRACT
In this study, the historical journey, traditional production techniques and today's versatile usage areas of boza, a drink with a deep-rooted history that comes from the depths of Turkish culinary culture, are discussed in detail. Boza traces its rich history that started in Central Asia and spread to Anatolia and the Balkans over time. Boza, which has gained a permanent place in the palate of societies for centuries, especially as an indispensable drink of winter months, also draws attention with its nutritional properties.

During the Ottoman period, boza, which found its place not only among the people but also in the palace cuisine, became an integral part of social life. Boza vendors, who have an important place in street culture, have played an important and critical role in the spread of this traditional beverage and its place in the cultural memory.
The use of different cereals in its preparation has led to the regional diversity of boza and there have been significant changes in production techniques throughout history. Despite the changing consumption habits with the effect of modernisation, maintains its importance today with its nostalgic value and is seen as a symbol of the connection with the past. This study also examines how the traditional identity of boza can create an authentic harmony with a modern dessert, San Sebastian cheese cake. This innovative approach combines the distinctive sour aroma and dense texture of boza with the creamy texture of San Sebastian, bringing a contemporary interpretation to local flavours and providing an example of cultural synthesis. This study shows how boza can be used not only as a traditional beverage, but also as an innovative ingredient in the world of modern gastronomy. The fusion of traditional and modern flavours plays an important role in passing on the cultural and gastronomic heritage of boza to future generations.
Keywords: Boza, Culture, Gastronomy, San Sebastian, Culture, Synthesis, Traditional

1. GİRİŞ

Boza, tarihin derinliklerinden süzülerek günümüze ulaşan, hem tatlı hem de ekşi lezzetleriyle ağızda hoş bir iz bırakan geleneksel bir içecektir. Mezopotamya'dan Balkanlar'a, Orta Asya'dan Anadolu'ya uzanan geniş bir coğrafyada, farklı kültürlerin harmanladığı bu geleneksel içecek, bin yıldan fazla bir geçmişe sahiptir (Süren ve Kızıleli, 2021). Genelde arpa, darı, mısır gibi tahılların fermantasyonuyla elde edilen boza, sadece bir içecek olmanın ötesinde, kültürel bir miras, bir yaşam biçimi ve bir toplumsal simge olarak kabul görmektedir (Sağlam vd., 2018). Boza, Türk mutfağının asırlardır süregelen ve günümüzde de Türk mutfağının önemli bir parçası olmaktadır (Solmaz ve Altıner, 2018).
Bozanın geçmişi oldukça uzundur. Osmanlı İmparatorluğu döneminde "bozahane" adı verilen özel mekânlarda üretilip tüketilen boza, Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde de sıkça bahsedilen, dönemin popüler içeceklerindendir. Evliya Çelebi'nin Seyehatname'sinde şöyle geçmektedir. "*Amma İstanbullunun meyveden evvel ve kahveden sonra ikram ettiği harup, koruk, demirhindi, ahududu, gül, gelincik, vişne, bütün o itina ile hazırlanmış şerbetlerden başka misafirlerine bir ikramı daha vardı: Boza*" (Ayverdi, 1952: 25). Osmanlı döneminde sokak satıcılarının "bozaaa" nidalarıyla sokakta sattığı bir içecektir (Yegin ve Fernández-Lahore, 2012). Anadolu coğrafyasında yüzyıllardır kış aylarının simgesi haline gelmiş olan boza, sadece bir içecek değil, aynı zamanda geçmişten günümüze taşınan bir kültürel mirastır. Osmanlı döneminde sokaklarda satılan, insanları bir araya getiren bu içecek; darı, su ve şekerin fermantasyonu ile elde edilen yoğun kıvamlı ve hafif ekşimsi bir içecektir. Tarihi Orta Asya'ya kadar uzanan boza, özellikle Balkanlar, Türkiye ve Orta Doğu mutfaklarında önemli bir yere sahiptir (Levent ve Cavuldak, 2017). Günümüzde ise, geleneksel bozahanelerin yerini modern kafeler ve restoranlar alsa da, boza hala geçmişin izlerini taşıyan, nostaljik bir içecek olarak varlığını sürdürmektedir (Yegin ve Fernández-Lahore, 2012).
Boza, sadece içilerek tüketilen bir içecek değil, aynı zamanda farklı lezzetlerle harmanlanarak da kullanılabilen çok yönlü bir malzeme olma özelliğini taşımaktadır. Bu makalede San Sebastian cheesecake ile birleştirerek tatlı bir yemekte kullanımından da bahsedilmektedir. San Sebastian cheesecake, yanık yüzeyi ve akışkan iç dokusuyla ünlü, dünya çapında popüler bir tatlıdır. Bozanın kendine has tatlı ve ekşi tadıyla, San Sebastian cheesecake'in krema yerine boza ile birleştiğinde farklı bir tat ortaya çıkmaktadır.

Bu makalede, bozanın tarihsel ve kültürel yolculuğunu, kullanım alanlarını ve San Sebastian cheesecake ile olan bu birliktelik incelenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Geleneksel Boza ve Üretimi

Fermantasyon, gıda üretiminde ve muhafazasında kullanılan en eski ve ekonomik yöntemlerden biridir (Blandino ve diğerleri, 2003). Çok sayıda Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika ülkesinde, laktik asit fermantasyonu aracılığıyla elde edilen geleneksel fermente yiyecekler tüketilmektedir (Hesseltine, 1979; Gotcheva ve diğerleri, 2000). Bozanın karakteristik özellikleri, kullanılan tahıl türü ve fermantasyon süresi gibi etkenlerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Boza üretim sürecinde, hem laktik asit hem de alkol fermantasyonu eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir (Doğan, Özaltın, 2022). Türk geleneksel fermente içeceği olan boza; mısır, pirinç ve darı gibi tahıl ürünlerinin öğütülerek su ile pişirilmesi, ardından şeker ilave edilerek alkol ve laktik asit fermantasyonu süreçlerine tabi tutulmasıyla elde edilen, değişen kıvamlarda bir içecektir (Güven ve Benlikaya, 2005).

Türk Standardı 9778, bozayı şu şekilde tarif etmektedir: Yabancı maddelerden arındırılmış darı, pirinç, buğday, mısır gibi tahıl ürünlerinin kırma veya unlarından bir veya birkaçının içilebilir su ile karıştırılıp pişirilmesi, ardından beyaz şeker ilavesiyle usulüne uygun olarak alkol ve laktik asit fermantasyonlarına tabi tutulmasıyla elde edilen bir mamuldür. Türk Standartları'nda belirtilen niteliklere göre boza; açık veya koyu krem renginde, gözle görülür tahıl kabuğu içermeyen homojen bir yapıda, yoğun kıvamlı, kendine özgü tat ve kokuya sahip, en az %20 katı madde, en az %10 toplam şeker, en fazla %2 alkol ve en fazla %1 toplam asit (laktik asit olarak) içermelidir (TS 9778, 2017). Alkol fermantasyonunun sorumlusu mayalarken, laktik asit fermantasyonuna laktik asit bakterileri (LAB) neden olmaktadır (Aila ve diğerleri, 2020).

Uygun koşullarda muhafaza edilen boza, tüketim için elverişliliğini yaklaşık bir hafta kadar koruyabilmektedir (Sağlam ve diğerleri, 2018). Laktik asit içeriği nedeniyle ferahlatıcı bir içecek olan boza, sıcak mevsimlerde de tüketilebilmektedir fakat yaz aylarındaki yüksek sıcaklıklar, boza üretimini olumsuz yönde etkileyerek duyusal özelliklerinde bozulmalara yol açmaktadır. Bu sebeple, geleneksel üretim yapan işletmeler, yaz döneminde üretim yapmaktan genellikle kaçınmaktadırlar (Doğan, Özaltın, 2022). Ancak günümüzde teknolojinin saklama koşullarını olumlu yönde iyileştirmesi, yaz aylarında da geleneksel üretimin devamlılığı sağlanmaktadır (Kavruk ve diğerleri, 2021).

2.2. Bozanın Tarihi

Yaklaşık 9 bin yıl önce Mezopotamya'da bozanın ortaya çıktığı, bazı tarım bilimi uzmanları tarafından iddia edilmektedir (Arıcı ve Dağlıoğlu, 2002: 39). 'Buze' adındaki Farsça 'darı' kelimesinin, boza adının kökeni olduğu tahmin edilmektedir (İgüs, 2016). Bu yiyecek için 'Buha' ve 'Merissa' adları da kullanılmaktadır.

Boza, darı, buğday, mısır, pirinç veya arpa gibi çeşitli tahıllardan elde edilen fermente bir içecektir. Türkiye'de geleneksel olarak kış aylarında tüketilen darı bazlı boza, yüksek besin değeriyle öne çıkmaktadır. Bu içecek, Osmanlı coğrafyasının geniş bir coğrafyasında yüzyıllardır tüketilmektedir (Sağlam vd., 2018). Boza, Türk mutfağının köklü içecekleri arasında yer alarak günümüze kadar varlığını sürdüren geleneksel bir içecektir (Solmaz ve Altıner, 2018).

Orta Asya Türk halkları, çok eski çağlardan beri boza üretmiş ve bozanın geniş bölgelere yayılmasını sağlamışlardır (Levent ve Cavuldak, 2017). Tahılların su ile karıştırılıp mayalanmasıyla elde edilen ekşi ve tatlımsı bir içecek oluşturulmuştur.

Mayalanma süreci boyunca boza, kendine özgü kıvamlı ve hafif ekşi bir tat kazanmıştır (Süren ve Kızıleli, 2021).

Türklerin geleneksel içeceği olan boza, günlük hayatlarında sıkça içtikleri bir içecektir. Boza ve bira farklı ürünler olmalarına rağmen, bozanın en eski bira türlerinden biri olduğu kabul edilmektedir (Solmaz, Altıner, 2018). Akdenizli tacirler vasıtasıyla Kafkasya'ya ve ardından Asya kıtasına ulaşan boza, geniş coğrafyalara yayılımını Türkler sayesinde gerçekleştirmiştir (Levent ve Cavuldak, 2017).

Selçuklular zamanında da üretilen boza, arpa veya darıdan yapıldığında 'Bekni' olarak adlandırılmış ve halk arasında yaygın olarak tüketilmiştir ve içeceğin toprak testilerde muhafaza edildiği kaydedilmiştir (Köymen, 1982). Karaçay Malkar topluluğunun törensel bir içecek olarak bozayı tükettiği, bozayı üreten kişiye Algış adında övgü dolu sözler söyledikleri belirtilmektedir (Berkok ve Toygar, 1994: 85). Kaşgarlı Mahmut, 'Divanı Lügati't Türk' eserinde, darıdan boza imal eden Karahanlıların bu bozaya 'Buhoun' ismini verdiklerini, Arap dilinde ise buna 'Mizr' denildiğini aktarmıştır (İgüs, 2016).

11. ve 17. yüzyıllar arasındaki Arnavutluk'u ele alan 'Early Albania' isimli çalışmada, bozanın Balkanlar ve Türkiye'de tüketilen, mayalanmış darıdan üretilen ve içecek kategorisinde değerlendirilen bir ürün olduğu; Arnavut dilinde 'Boze', Türk dilinde ise 'Boza' olarak isimlendirildiği belirtilmektedir (Elsie, 2013: 219).

2.2.1. Osmanlı İmparatorluğunda Boza

15. yüzyılda Osmanlı'da insanlar cami, pazar ya da tekke gibi yerlerin dışında; boş zamanlarını geçirebilecekleri, sosyalleşebilecekleri, eğlenebilecekleri ve düşüncelerini söyleyebilecekleri başka bir yer daha bulmuştur: Bozahaneler (Feyiz, 2021). Osmanlı İmparatorluğu'nda kahvenin henüz yaygın olmadığı bir dönemde bozahanelerin var olduğu düşünülmektedir zira 1482 yılına ait Bursa şeriye sicillerinde altı adet bozahanenin ismi zikredilmektedir. Osmanlı'daki ilk kahvehaneler ise 1554 yılında Tahtakale'de faaliyete geçmiştir (Feyiz, 2021). Ahmed Cavid'in kaleme ve Osmanlı'nın ilklerinden olan yemek konusunu ele aldığı ''Tercüme-i Kenzü'l İştiha'' isimli eserde, pirinç unu ve darının mayalanması sonucu boza elde edildiği yazmaktadır (Levent ve Cavuldak, 2017).

15. yüzyıldan itibaren Osmanlı İmparatorluğu'nda tüketilmeye başlanan boza, kimi zaman tartışmalara yol açsa da, popülerliğini koruyan içecekler arasında yer almıştır. Bozanın öncelikli tüketim maddeleri arasında olması, bozahanelerin günümüzde dahi bireylerin sıklıkla ziyaret ettiği sosyal mekânlar olarak varlığını sürdürmesine olanak tanımıştır (Feyiz, 2021). Kültürel bir miras niteliği taşıyan bozanın günümüze dek ulaşmasını sağlayan en önemli kamusal mekânlara İstanbul'daki Vefa Bozacısı ve Eskişehir'deki Karakedi Bozacısı örnek gösterilmektedir (Feyiz, 2021).

Bozanın Osmanlı toplumundaki en temel ayırıcı vasfı, tatlı veya ekşi olarak sınıflandırılmasıdır. Tatlı bozanın dinen sakıncalı olmadığı, ancak ekşi bozanın dinen yasak ve birey üzerinde olumsuz etkileri olduğu yönündeki söylemler ve devletin bu konuda fetva yayınlatması, İslam gelenekleriyle yönetilen Osmanlı coğrafyasında bozanın halkın yaşam tarzında önemli bir konuma sahip olduğunu işaret etmektedir (Ergüder, 2019: 7-8). Bozanın Osmanlı toplumunda sudan sonra en çok rağbet gören içeceklerden biri olması, içeriğindeki bazı bileşenler nedeniyle sarhoş edici bir etkiye sahip bulunması, ekşi boza tüketimi sebebiyle belirli zaman dilimlerinde bozahanelerin faaliyetlerinin durdurulması, Osmanlı şehir yaşamının ve sosyal mekânlarının önemli bir unsuru olarak bozahanelerin yerleşik olması ve günümüzde de boza kültürünü devam etmektedir (Feyiz, 2021).

Metin And, *'16. Yüzyılda İstanbul, Kent-Saray-Gündelik Yaşam'* adlı çalışmasında, 16. yüzyıl İstanbul'undaki boza kültüründen ve kamu nizamını sağlamak amacıyla boza için yapılan yasal düzenlemelerden bahsedilmektedir. Bu düzenlemeler, 16. yüzyıl siyasi otoritesinin boza satışı yapılan yerlere eleştirel bir bakış açısıyla yaklaştığını ortaya koymaktadır.

... Bozacılar, mayalanmış akdarı ile hindistancevizinden yapılan koyu ve ekşi bir içki olan bozanın içildiği yerlerdir. Biraz alkollü olmasına rağmen üzümden değil de tahıldan yapıldığı için içilmesi günah değildir. Bozacılara Tatarlar ve aşağı sınıftan kimseler gider. Bu kimselerle ilişki kurmak sakıncalıdır. Buralarasürekli olmamak koşuluyla arada bir gidilebilirse de en iyisi evde, ekşi boza yerine kişinin kendi evinde tatlı boza içmesidir(And, 2011: 169).

...İstanbul'daki meyhaneleri, şaraphaneleri hatta bozacıları, çay ve kahvehaneleri yasaklayan birçok divan kararı çıkarılmıştır. 1567 de şaraphaneler, meyhaneler, çayhaneler, kahvehaneler kapatıldığı gibi boza da dâhil olmak üzere mayalandırılmış içkilerin tümü yasaklanmıştı (And, 2011: 88).

İbn Battuta, Kırım yolculuğunda bozayı ekşi bulduğu için tüketemediğini ifade etmiştir. Salomon Schweigger, Türk topraklarındaki seyahatlerinde, konakladığı aşevlerinde insanlara boza ikram edildiğinden bahsetmiştir (Özaltın, 2021).

Osmanlı döneminde oldukça popüler olmasına rağmen, boza üretimi ve tüketimi bazı dönemlerde sınırlamalara tabi tutulmuştur. Bu sınırlama veya yasaklamaların nedeni, ekşi bozanın alkol ihtiva etmesidir. 1670-1671 yıllarında IV. Mehmed, Bozahaneler Vakası ile alkol tüketimini yasaklayarak tüm meyhaneleri ve boza ticareti yapılan yerleri kapattırmıştır (İgüs, 2016). Bu sebeple ekşi boza satışı yapan dükkânlar kapatılmıştır (Feyiz, 2020).

Fermantasyon süresine bağlı olarak bozanın içerdiği alkol miktarı, bir yetişkini etkileyecek düzeylere ulaşabilmekteydi. Bu nedenle Osmanlı idarecileri, tatlı (dinen uygun) boza ile ekşi (alkollü ve dinen sakıncalı) boza arasında bir ayrıma gitmişlerdir (Selçuk, 2015: 51).

İçki yasakken kabul gören bir içecek olarak boza yaygınlaştı ve bozahaneler de insanların toplandığı, buluştuğu yerler oldu ama bu durum da zaman zaman şikâyetlere neden oldu (Özcan, 2003:150). Ancak 19. yüzyılda Tanzimat'ın etkisiyle boza ve bozahaneler üzerindeki baskılar nispeten azalmış ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Ekşi ve alkollü bozanın yerini tatlı ve alkolsüz Arnavut Bozası almış, Tatar Bozası ise zamanla kaybolmuştur. Özellikle Osmanlı döneminde boza, saraydan sokağa kadar geniş kesimlerin tükettiği popüler bir içecektir (İgüs, 2016). Osmanlı döneminde boza, farklı etnik topluluklar tarafından çeşitli biçimlerde üretilmiş ve tüketilmiştir. Tatar, Boşnak, Arnavut ve Ermeni toplulukları, kendilerine özgü tariflerle boza kültürünü yaşatmıştır. Bu çeşitlilik, Osmanlı coğrafyasındaki kültürel etkileşimin bir yansımasıdır. Günümüzde de bu geleneksel boza türleri, belirli bölgelerde üretilmeye ve kuşaktan kuşağa aktarılmaya devam etmektedir (İgüs, 2016).

2.2.2. Tatar Bozası

Kafkasya'daki Tatar toplulukları arasında boza tüketiminin oldukça yaygın olduğu bilinmektedir. Bu toplulukların bozahanelerinde bozanın zaman zaman afyonla birlikte tüketildiği, bu karışımı içen bazı kişilerin sarhoşluk nedeniyle kollarını dahi kaldırmakta zorlandıkları aktarılmaktadır (Aksan, 1995: 119). Evliya Çelebi, döneminde iki farklı boza türünün yaygın olduğunu aktarmaktadır. Bunlardan ilki olan tatlı bozanın toplumun genel kesimi tarafından rahatlıkla tüketilebildiğini ifade ederken, ekşi ve alkollü yapıya sahip olan Tatar bozasının ise daha çok eğitim düzeyi düşük kişilerce tercih edildiğini dile getirmiştir (İgüs, 2016). 1567 yılında çıkarılan bir fermanla, alkol oranının yüksek olması sebebiyle Tatar bozasının üretimi ve satışı yasaklanmıştır (Feyiz, 2020).

Tanzimat dönemiyle birlikte boza ve boza ticareti yapılan mekânlar üzerindeki kısıtlamalar nispeten hafiflemiş ve bu içeceğin popülaritesi artış göstermiştir. Bu süreçte, alkollü ve ekşi boza türünün yerini tatlı ve alkolsüz Arnavut Bozası almış, Tatar Bozası ise zamanla kullanım dışı kalmıştır (İgüs, 2016).

2.2.3. Boşnak Bozası

Mustafa Başeskiya, Saraybosna'da 18. yüzyılda boza, günümüzdekinden farklı olarak, özellikle yaz aylarında ve Ramazan döneminde önemli bir içecek olarak karşımıza çıktığını söyler. Saraybosna bozasının ekşitilmiş mısır unundan imal edildiği ve yirmi dört saatlik bir bekleme süreciyle elde edildiği belirtilmektedir. Ayrıca, bu karışıma bir parça pişmiş hamur ilave edilmesi durumunda, Saraybosna halkının bu ürüne 'Tatar Buza' adını verdiği aktarılmaktadır (Albayrak, 2000).

2.2.4. Balkan Çıkışlı Bozalar

Osmanlı coğrafyasında boza, sadece dükkânlarda değil, aynı zamanda seyyar satıcılar aracılığıyla da halka ulaştırılmıştır. 19. yüzyıl İstanbul'unda boza ticaretini elinde bulunduranlar, çoğunlukla Tatar Çingeneleri veya Arnavutlar gibi farklı etnik kökenlere sahip kişilerdir (İgüs, 2016).

Şekerin kıt olduğu zamanlarda boza, bal ve pekmezle tatlandırılırdı. Günümüzde ise boza, genellikle bir bardakta kaşıkla, üzerine tarçın ve kavrulmuş nohut serpilerek servis edilmektedir (Bayat ve Yıldız, 2020). Boza ile leblebi tüketiminin sebebi, mide sıvısını emdiği yönündeki iddiaların yaygınlaşmasından kaynaklanmaktadır (Levent ve Cavuldak, 2017). Eski İstanbul'daki boza satışı yapılan yerlerde, bazı zamanlarda fenerler yakıldığı bilinmektedir (Levent ve Cavuldak, 2017). Modern zamanlarda dahi geleneksel bozanın, yemek kültürünün vazgeçilmez bir unsuru olduğu kolaylıkla savunulabilir. Bunun en büyük sebebi ise bozanın toplumda oluşturduğu tarihi ve sosyolojik etkilerin hala sürmesidir (Turan, 2007).

Türkiye'de boza işinde Balkan kökenli ve ünlü bir marka deyince, ilk akla Vefa Bozacısı gelmektedir. Vefa Bozacısı'nı, 1870'te Prizren'den İstanbul'a gelen Hacı Sadık Bey kurmuştur (İgüs, 2016).

2.3. Bozanın Faydaları

Boza, tahıl temelli ve fermente bir içecek olarak hem besleyici hem de fonksiyonel özellikler taşımaktadır. İçeriğinde yer alan probiyotik mikroorganizmalar, vitaminler, mineraller ve kompleks karbonhidratlar sayesinde hem enerji ihtiyacını karşılamaya yardımcı olur hem de çeşitli fizyolojik sistemleri desteklemektedir (Demirci & Akgün, 2010; Marco et al., 2017).

- *Probiyotikler:* Boza, fermente bir ürün olduğu için probiyotik bakımından zengindir. Bağırsak sağlığı için oldukça faydalıdır. Boza, doğal fermantasyon süreciyle oluşan laktik asit bakteriler içermektedir. Bu bakteriler probiyotik özellik gösterir ve özellikle bağırsak mikrobiyotasının dengelenmesine yardımcı olmaktadır. Düzenli tüketimi, sindirimi kolaylaştırır ve zararlı mikroorganizmalara karşı koruyucu bir bariyer oluşturmaktadır (Tamang et al., 2016; Marco et al., 2017).
- *Karbonhidrat:* Tahıl kökenli olması nedeniyle boza, kompleks karbonhidrat bakımından zengindir. Bu karbonhidratlar, vücut tarafından yavaş sindirilerek uzun süreli enerji sağlar. Bu nedenle fiziksel yorgunluğu azaltıcı ve enerji verici etkisiyle bilinmektedir (Yüceer, 2008).

- *Vitaminler ve Mineraller:* Boza, özellikle B grubu vitaminleri (B1, B2, B6 ve B12) bakımından zengindir. Bu vitaminler enerji metabolizmasında görev alır ve sinir sistemi sağlığı için gereklidir. Ayrıca içerdiği kalsiyum, magnezyum, fosfor ve potasyum gibi mineraller kemik gelişimini destekler ve kas fonksiyonlarına katkı sağlamaktadır (Demirci & Akgün, 2010; T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020).
- *Antioksidanlar:* Fermantasyon sırasında oluşan bazı metabolitlerin antioksidan özellik taşıdığı belirlenmiştir. Bu bileşikler, vücutta oksidatif stresin neden olduğu hücre hasarını azaltarak genel sağlığın korunmasına yardımcı olmaktadır (Kabak & Dobson, 2011).
- *Bağırsak sağlığını destekler:* Probiyotik içeriği sayesinde bağırsak florasının dengesini korumada rol oynamaktadır. Yararlı bakterilerin sayısını artırırken, zararlı mikroorganizmaların çoğalmasını önlemektedir. Bu da sindirim sisteminin düzenli çalışmasına ve bağışıklık sisteminin güçlenmesine katkı sunmaktadır (Marco et al., 2017).
- *Enerji verir:* Yüksek karbonhidrat içeriği sayesinde özellikle spor yapanlar veya yoğun fiziksel aktivite içinde olan bireyler için doğal bir enerji kaynağıdır. İçerdiği şeker, kısa vadeli enerji sağlarken, kompleks karbonhidratlar uzun süreli dayanıklılık sunmaktadır (Yüceer, 2008).
- *Soğuk algınlığına iyi gelir:* İçerdiği antioksidanlar sayesinde bağışıklık sistemini destekleyici rol oynamaktadır. Bu etki, vücudun enfeksiyonlara karşı direncini artırmakta ve özellikle mevsim geçişlerinde bağışıklık sisteminin güçlü kalmasına yardımcı olmaktadır (Marco et al., 2017).
- *Kemik sağlığını destekler:* Bozanın içerdiği kalsiyum, fosfor ve D vitamini gibi bileşenler kemik yoğunluğunun korunmasına katkıda bulunmaktadır. Düzenli tüketimi, özellikle gelişme çağındaki bireylerde ve ileri yaş grubunda kemik erimesi riskini azaltabilmektedir (Demirci & Akgün, 2010).

2.4. Coğrafi İşaretli Velimeşe Bozası

Velimeşe Bozası, Tekirdağ iline özgü geleneksel bir içecek olarak Türkiye'nin kültürel ve gastronomik mirasında önemli bir yer edinmiştir. Başvurusu 18.06.2020 tarihinde olup 13 Nisan 2021 tarihinde tescillenerek "mahreç işareti" statüsü kazanan bu ürün, alkolsüz içecekler grubunda yer almakta ve bölgenin karakteristik üretim yöntemlerini yansıtmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu).
Tescil Tarihi: 13.04.2021
Başvuru No: C2020/136
Başvuru Tarihi: 18.06.2020
Coğrafi İşaretin Adı: Velimeşe Bozası
Ürün / Ürün Grubu: Boza / Alkolsüz içecekler
Coğrafi İşaretin Türü: Mahreç işareti
*Coğrafi Sınır*ı: Tekirdağ ili Ergene ve Çorlu ilçeleri
Kullanım Biçimi: Velimeşe Bozası ibaresi ve mahreç işareti amblemi ürünün kendisi veya ambalajının üzerinde yer almaktadır. Velimeşe Bozası ibaresi ve mahreç işareti amblemi; ürünün kendisi veya ambalajının üzerinde kullanılamadığında, işletmede kolayca görülecek şekilde bulundurulur. Ayrıca Velimeşe Bozası ibaresi taşıyan aşağıda verilen ürün logosu gıda işletmecileri tarafından isteğe bağlı olarak kullanılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu).
Tarihsel gelişiminde Çorlu ilçesinin Velimeşe yerleşim biriminde üretimine başlanan Velimeşe Bozası, Edirne ve İstanbul arasındaki demiryolu hattında seyyar olarak satışa sunulmasıyla, bu güzergâhı kullanan yolcuların dikkatini çekmeye başlamıştır. Velimeşe Bozası'na yönelik artan talep neticesinde, zamanla Ergene ve Çorlu ilçelerinde üretimi yaygınlaşmıştır.

1960'lı yıllardan günümüze değin geleneksel adıyla Velimeşe Bozası olarak anılan bu ürün ile belirtilen coğrafi sınırlar arasında bir şöhret bağı meydana gelmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu).
Velimeşe Bozası, temizlenmiş darı, mısır ve buğdayın kırılmasıyla ya da un haline getirilmesiyle elde edilen malzemelerin suyla pişirilip şeker katılması ve usulüne göre mayalandırılmasıyla yapılan tahıllı bir içecektir. Bu içecek koyu kıvamlı, açık sarı renkte, tatlı ile ekşi arası bir tada ve ekşimsi bir kokuya sahiptir. Mayalı bir ürün olduğu için içinde çoğunlukla laktik asit bakterileri ve mayalar bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu).

2.5. Boza Çeşitleri
Boza, geleneksel yapısı korunarak günümüzde farklı lezzetlerle yeniden yorumlanan fermente bir içecektir. Özellikle meyve ve tatlı lezzetlerle zenginleştirilen modern boza çeşitleri, hem lezzet hem de besleyicilik açısından tüketici beklentilerine cevap vermektedir. Yaban mersininden mangoya, çikolatadan vanilyaya kadar uzanan bu çeşitlilik, bozanın yeni nesil tatlı-içecek kategorisinde de kendine yer bulmasını sağlamaktadır. Aşağıda yer alan ürünler, klasik bozanın yenilikçi tatlarla buluştuğu özgün örneklerdir.

2.5. 1. Yaban Mersinli Boza
İçerik: Yaban mersini püresi veya doğal aroması ile zenginleştirilmiştir.
Klasik fermente boza hazırlanır. Yaban mersini meyvesi püre haline getirilerek boza ile karıştırılmaktadır. Tatlı-ekşi aroması sayesinde ferahlık vermektedir. Antioksidan bakımından zengin bir seçenektir.

2.5. 2. Çikolatalı Boza
İçerik: Kakao tozu veya sütlü çikolata aroması içermektedir.
Kakao veya eritilmiş çikolata boza hamuruna eklenmektedir. Karışım homojenize edilir ve şişelenir. Yoğun kıvamlı, tatlı ve enerjik bir içecektir.

2.5. 3.Elmalı Boza
İçerik: Elma püresi veya doğal elma aromasıdır.
Taze elmalar haşlanıp ezilerek püre yapılmaktadır. Fermente bozaya eklendikten sonra kısa süre dinlendirilir. Elmanın asidik ve hafif tatlı yapısı, bozanın ekşiliğini dengeleyerek hoş bir tat oluşturmaktadır.
2.5. 4. Fındıklı Boza
İçerik: Öğütülmüş fındık veya fındık ezmesi içermektedir.
Kavrulmuş fındıklar öğütülerek toz ya da ezme formunda boza ile karıştırılmaktadır. Protein ve sağlıklı yağ oranı yüksektir. Yoğun kıvamı ile doyurucudur.

2.5. 5. Karpuzlu Boza
İçerik: Doğal karpuz suyu veya aromasıdır.
Karpuzun suyu çıkarılır ve konsantre edilmektedir. Bozaya eklenerek karıştırılmaktadır. Serinletici, hafif ve yaz aylarına uygun bir içecektir.

2.5. 6. Mangolu Boza
İçerik: Mango püresi veya doğal aromasıdır.
Mango meyvesi ezilerek püre haline getirilmektedir. Boza ile homojen şekilde karıştırılmaktadır. Tatlı ve tropikal notaları ile öne çıkar. Egzotik tat arayanlar için idealdir.

2.5. 7. Şeftalili Boza

İçerik: Şeftali püresi veya aromasıdır.

Olgun şeftaliler buharda yumuşatılır, ezilerek püre elde edilmektedir. Bozaya eklenerek karıştırılmaktadır. Yumuşak içimli, hoş kokulu ve yazlık bir alternatiftir.

2.5. 8. Vanilyalı Boza

İçerik: Vanilin ya da doğal vanilya özütüdür.

Klasik boza içerisine vanilya aroması eklenmektedir. Yumuşak ve sade bir lezzet sunmaktadır. Vanilya kokusu, bozanın doğal fermentasyon kokusuyla uyum sağlamaktadır.

2.5. 9. Çilekli Boza

İçerik: Çilek püresi veya aromasıdır.

Çilekler ezilerek püre haline getirilir ve süzülür. Boza ile karıştırılır ve tatlandırılır. Canlı rengi ve tatlı aroması ile genç tüketicilere hitap etmektedir.

2.6. San Sebastian Cheesecake

San Sebastian cheesecake, İspanya'nın Bask Bölgesi'nin başkenti San Sebastian'da 1990'lı yıllarda, La Viña adlı küçük bir pastanede ortaya çıkmıştır. Bu tatlı, kısa sürede dünyaca ünlü hale gelerek, modern cheesecake anlayışını yeniden şekillendirmiştir (Tatlıcıoğlu, 2023). San Sebastian cheesecake'inin kökenleri, 1959 yılında Santiago Rivera tarafından kurulan La Viña pastanesine dayanmaktadır. Rivera, klasik cheesecake tariflerini yeniden yorumlayarak, 1990'larda benzersiz bir lezzet yaratmayı başarmıştır (Carameltrail, 2022). Bu tatlı, kısa sürede büyük beğeni toplamış ve San Sebastian'ın gastronomik mirasına önemli bir katkı sağlamıştır (Tatlıcıoğlu, 2023).

Bask mutfağının çeşitliliği, San Sebastian cheesecake'in ortaya çıkışında önemli bir rol oynamıştır. Bölgenin deniz ürünleri, et ve sebze zenginliği, bu tatlıya özgün bir lezzet profili kazandırmıştır (San Sebastian Ekonomik Kalkınma Ajansı). San Sebastian'ı ziyaret eden turistler tarafından keşfedilen cheesecake, sosyal medyanın etkisiyle kısa sürede dünya genelinde popülerlik kazanmıştır (Fomento San Sebastian, 2023).

Turistik bölgeler, gastronomi ürünlerini etkili bir şekilde kullanarak ve akıllıca stratejiler geliştirerek, San Sebastian'da olduğu gibi, dikkat çekici sonuçlar elde edilmştir (Tatlıcıoğlu, 2023).

Bir bölgenin tanınırlığını artırarak ekonomik gelişimini sağlamanın ötesinde, farklı kazanımlar da elde edilebilmektedir (Tatlıcıoğlu, 2023). New York Times'ın 2021'de Bask Yanık Cheesecake'i Yılın Lezzeti seçmesi, San Sebastian ve Bask Bölgesi'nin gastronomi potansiyelini küresel ölçekte ön plana çıkarmış ve bu sayede bölge dünya çapında gastronomi meraklılarının ilgisini çekmiştir. (El Pais, 2022; National Geographic, 2023; The New York Times, 2020). Aynı zamanda bölgedeki kalkınma ajansı, coğrafi işaret tescil sürecinde kritik bir rol üstlenerek, 200.000'den az bir nüfusa sahip San Sebastian'ı, San Sebastian Cheesecake'in benzersiz lezzetiyle yüz milyonlarca kişiye ulaşan organik bir pazarlama başarısına dönüştürmüştür (Tatlıcıoğlu, 2023).

Yapılan bazı çalışmalar bozanın sadece içilerek değil aynı zamanda içerdiği değerler sebebiyle farklı şekilde de kullanılabilmektedir. Bunlardan biri San Sebastian Cheesecake'dir. Krema yerine tercih edilen boza hem sindirimde hem de tat olarak kremadan daha faydalı olabileceği düşünülerek gastronomi alanında kültürel mirasımız olan bozayla San Sebastian Cheesecakene yenilik getirilmesi amaçlanmıştır.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Un (Hekimoğlu A.Ş. Konya), Taze Peynir (Önal Süt Çiftliği. Aydın), Labne (Önal Süt Çiftliği, Aydın), Yumurta (Türe Gıda Ltd. Şti., Ankara) Boza (Velimeşe Bozası Önder Market, Tekirdağ), Mısır Nişastası (Oetker Grup Şirketi, Almanya) malzemeler kullanılarak yapılmıştır.

3.2. Yöntem

Bu çalışmada literatür taraması çalışması ve taramasına ilaveten konunun özü itibarıyla bozanın nasıl üretildiğini, bozanın tarihini, boza ile yapılan bir tatlının nasıl yapıldığını; hangi malzemelerin kullanıldığını ve kültürel hayata etkilerini ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Literatür taraması sayesinde, bu konuda yapılmış önceki çalışmalara ulaşmak, bilgi boşluklarını belirlemek ve gelecekte yapılacak araştırmalar için bir temel oluşturmak kavramsal olarak hedeflenmektedir.

Çalışmada, geleneksel kremanın yerine doğal fermentasyon ürünü olan boza kullanılarak daha hafif, probiyotik açıdan zengin ve sağlıklı bir San Sebastian cheesecake üretmek çalışamnın asıl amacının yöntemsel olarak kapsamaktadır. Bozanın tat, doku ve besin değerleri açısından sağladığı farklılıklar dikkate alınarak ürün hazırlanmıştır. Uygulamada bozanın sıvı kıvamı, diğer bileşenlerle karışım kolaylığı sağlamıştır.

Reçetesindeki Malzemeler:

- 600 gr taze peynir
- 300 gr labne
- 2 su bardak boza
- 5 adet yumurta
- 3 yemek kaşığı mısır nişastası
- 1 yemek kaşığı un

Yapılışı:

- Taze peyniri ve labneyi kaba koyup karıştırılmalıdır.
- Bozayı ilave edip homojen bir karışım elde edene kadar karıştırılmalıdır.
- Un ve nişasta eklenip karıştırılmalıdır.
- Yumurtaları tek tek ilave edip iyice çırpılmalıdır.
- 24 cm kelepçeli kalıba yağlı kâğıt serip karışım boşaltılmalıdır.
- Önceden ısıtılan 215 derecelik fırında 23 dakikada pişirilmelidir.
- Fırından çıkardıktan sonra ortalama 5-6 saat dinlendirdikten sonra sunuma hazırdır.

4. BULGULAR

4.1. Bozalı San Sebastian Cheesecake

Çalışmanın amacı krema yerine boza koyarak ortaya daha sağlıklı ve probiyotiği yüksek yenilikçi bir ürün üretmektir. Farklı tat ve lezzet derinliği için boza, fermente edilmiş bir içecek olmasının getirdiği ekşi ve tatlı arası bir lezzet sunmaktadır. Bu da cheesecake daha derin ve zengin bir tat katmanları eklemektedir. Kremaya kıyasla, bozanın hafif ekşiliği, tatlı peynir ve yumurta ile sağlıklı bir denge oluşturmaktadır. Doğal fermentasyon ve probiyotik içeriği boza, doğal fermente bir içecek olduğu için probiyotikler içermektedir. Bu, bozanın sindirim sağlığına faydalı olmasını sağlarken cheesecake'in daha sağlıklı bir alternatif olmasına olanak tanımakatdır. Kremada probiyotikler bazı bakteriler az varken bozadaki probiyotik yararlı bakteri sayısı fazladır. Krema yerine boza daha faydalı ikame bir seçenek olabilmektedir.

Tatlı yedikten sonra gelen kremanın içermiş olduğu yağdan dolayı sindirim sisteminde oluşan metabolizmal ağırlık tabirinde böylelikle ortadan kalkmış olur çünkü; boza kremaya göre karbonhidrat oranı daha yüksek ve daha faydalı bir ürün olduğu için tatlı sonrası uyku, yorgunluk gibi olayların gerçekleşmesinin önüne geçmektedir. Bu da daha hafif doku da olan boza, kremadan daha hafif ve sıvı bir yapıya sahiptir (Şekil 1. ve Şekil 2). Bu, cheesecake'in dokusunun daha yumuşak ve akışkan olmasına yardımcı olmaktadır. Kremalı cheesecake'ler genellikle yoğun ve ağır olurken, bozalısının daha hafif bir doku ve ağızda hoş bir ferahlık bırakması sağlayabilmektedir.

Kremalar genellikle yüksek yağ içerir, bu da cheesecake'in kalori miktarını artırmaktadır. Boza, bu anlamda daha düşük yağ içeriğine sahip olabilir ve daha hafif bir seçenek sunmaktadır. Bu, tatlıyı daha sağlıklı kılarken yine de lezzetli olmasını sağlamaktadır. Yerli ve kültürel bir dokunuş boza, geleneksel bir Türk içeceği olduğundan, cheesecake'e özgün bir kültürel bağlantı ekler. Bu, özellikle bozanın sık tüketildiği yerlerde yapılan tatlılara özgün bir yerel lezzet katmak için farklı bir yol olabilir. Sıvı kıvamı ile karışım kolaylığı olan boza, kremaya göre daha sıvı bir kıvama sahiptir, bu da diğer malzemelerle daha kolay karışmasını sağlamaktadır. Cheesecake'in pürüzsüz ve homojen bir yapıya sahip olmasına yardımcı olabilir. Sonuç olarak, boza, hem sağlıklı hem de özgün bir alternatif olarak, San Sebastian cheesecake'e farklı bir yorum katmaktadır.



Şekil 1. Bozalı San Sebastian Cheesecake ve İç Görünüşü

4.2. Bozalı San Sebastian Cheesecake Besin Değerleri

Bozalı San Sebastian Cheesecake in besin değerlerini aşağıda ifade edilmektedir. Tüm ürünün ve bir dilime düşen besin değerleri kcal cinsinden verilmektedir. Hazırlanan bozalı San Sebastian Cheesecake'in toplam kalori içeriği 3106.5 kcal olup, porsiyon başına 388 kcal enerji sağlamaktadır. Bu değer, tatlı kategorisinde orta yükseklikte enerji içeriğine sahiptir. Protein içeriği (porsiyon başına 16.18 g) açısından da dikkat çekici bir düzeydedir.

Tüm ürünün besin değerleri:

Kalori: 3106.5 kcal
Protein: 129.45 gram
Karbonhidrat: 139.06 gram
Yağ: 209. 325 gram

Porsiyon başına besin değerleri:

Kalori: 388 kcal
Protein: 16.18 gram
Karbonhidrat: 17.38 gram
Yağ: 26.17 gram

Şeklinde ifade edilmektedir.

5. SONUÇ

Boza, geçmişten günümüze taşıdığı tarihsel ve kültürel değerleriyle Türk mutfağının önemli unsurlarından biri olmayı sürdürmektedir. Orta Asya'dan Anadolu'ya, oradan da Balkanlar'a kadar geniş bir coğrafyada benimsenmiş olan bu fermente tahıl bazlı içecek, sadece bir içecek olmanın ötesine geçerek sosyo-kültürel hayatın içinde köklü bir yere sahip olmuştur. Geleneksel üretim teknikleriyle kuşaktan kuşağa aktarılan boza, Osmanlı'dan günümüze hem halk hem de elit sofralarda kendine yer bulmuştur. İçerdiği probiyotikler, vitaminler ve mineraller sayesinde besin değeri yüksek bir içecek olması, onu sağlık açısından da değerli kılmaktadır.

Günümüzde gastronomi alanında yaşanan dönüşüm, geleneksel ürünlerin modern mutfak uygulamalarında yeniden yorumlanmasına olanak tanımaktadır. Bu çalışmada da bozanın geleneksel yapısı korunarak modern bir tatlı olan San Sebastian cheesecake ile birleşimi ele alınmıştır. Bozalı San Sebastian cheesecake, yalnızca özgün bir lezzet sunmakla kalmamış, aynı zamanda yerel bir ürün olan bozanın farklı bir kullanım alanı olarak gastronomik değerini artırmaktadır. Geleneksel kremalı tarifin yerine bozanın kullanılması, tatlıya fermente bir derinlik, hafif ekşi bir tat ve daha yumuşak bir doku kazandırmıştır. Bozanın sıvı yapısı sayesinde malzemelerle kolayca homojenleşmesi, tatlının dokusunu olumlu yönde etkilemiştir.

Ayrıca bozanın probiyotik içeriği, bu tatlıyı sağlık açısından da daha avantajlı bir alternatif haline getirmiştir. Yüksek yağ içeriğine sahip krema yerine daha düşük yağ oranlı boza kullanılması, ürünün toplam kalori değerini azaltmış, böylece daha hafif bir tatlı elde edilmiştir. Bu durum, özellikle sağlıklı beslenme tercihlerine sahip bireyler için cezbedici bir seçenek sunmaktadır. Tatlıdan sonra oluşan tüketen kişide oluşan "ağırlık hissi" gibi olumsuz etkilerin azaltılması da bozanın bu tarifte kullanılmasının önemli bir artısı olarak değerlendirmektedir.

Bozalı San Sebastian cheesecake, hem geleneksel hem de yenilikçi mutfak pratiklerine örnek teşkil eden bir uygulama olarak değerlendirilmektedir. Bu tür uyarlamalar, hem kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamakta hem de bu mirasın günümüz tüketici beklentilerine uygun biçimde yeniden sunulmasına imkân tanımaktadır.

Gastronomi dünyasında yerel ve geleneksel tatların sürdürülebilirliği açısından bu tür yenilikçi yaklaşımlar önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, boza yalnızca geçmişin bir mirası değil; geleceğin gastronomik trendlerine yön verebilecek potansiyele sahip, çok yönlü bir üründür. Bozalı San Sebastian cheesecake örneğinde olduğu gibi, geleneksel bir malzemenin modern bir tatlı ile başarılı şekilde birleştirilmesi, yerel lezzetlerin hem korunmasını hem de evrenselleşmesini mümkün kılmaktadır. Bu bağlamda, bozanın gastronomideki kullanım alanlarının genişletilmesi ve yaratıcı tariflerle çeşitlendirilmesi, hem akademik çalışmalar hem de uygulamalı mutfak sanatları açısından değerli bir zemin sunmaktadır.

6. KAYNAKÇA

Abdülaziz Bey (2002). Osmanlı Adet Merasim ve Tabirleri.(Yay. Haz.) Kazım Arısan, Duygu Arısan Günay, Tarih Vakfı Yurt Yayınları: İstanbul.

Aila, R., Alim, A., Mahemuti, A., Kelimu, A. (2020). Separation, Purification and Identification of Excellent Yeasts from the Natural Fermented Beverage of Boza. Journal of Food and Nutrition Research, 8(9), 450-458. doi: 10.12691/jfnr-8-9-1

Albayrak, E. (2000). Acısıyla Tatlısıyla Boza. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını: Ankara.

Albayrak, E. (2000). Acısıyla Tatlısıyla Boza. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayını: Ankara.

And, M. (2019). 16. Yüzyılda İstanbul Kent – Saray - Günlük Yaşam. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Atkins, P., & Bowler, I. (2016). Food in society: economy, culture, geography. Routledge. 254-271. Bayat, G., & Yıldız, G. (2019). The special fermented Turkish drink: Boza. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(4), 2438-2446. doi:10.21325/jotags.2019.480

Bakan, R. (2021). Türk mutfağındaki sütlü tatlıların değerlendirilmesi ve inovasyonu (Master's thesis, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Bilgin, A. (2010-2011). Osmanlı Döneminde Mutfak Kültürü. Akademik Araştırmalar Dergisi, S.47-48: 229-245.

Birer, S. (1987). Boza yapımı ve özellikleri. Gıda, 12(5).

Brown, A., & Taylor, S. (2022). Innovations in Cheesecake Production. Food Science Journal, 45(3), 234-245.

Demirci, A. Ş., & Akgün, Ş. (2010). *Boza üretimi ve mikrobiyolojisi*. Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi, 5(1), 10–16.

Doğan, M., & Özaltın, E. (2022). Bozanın Türk gastronomisindeki yeri ve önemi: Geleneksel boza üreticileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, *7*(2), 1-13.

Ergüder, B. S. (2019). "Geleneksel İçeceğimiz Bozanın Tüketim potansiyeli Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği", Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Feyiz, F. (2020). "Osmanlı Şehir Mekânlarına Bir Örnek: Bozahane Kültürü", Uluslararası Genç Bilim Ve Sanat İnsanları Sempozyumu (GEBSİS), 24-25 Haziran, Ankara, Turkey.

Feyiz, F. (2021). Osmanlı Şehir Mekânlarına Bir Örnek: Bozahaneler. Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, 4(1), 1-9.

Güven, K., Benlikaya, N. 2005. Acid Produced by Lactic Acid Bacteria Prevent the Growth of Bacillus cereus in Boza, a Traditional Fermented Turkish Beverage. Journal of Food Safety, 25, 98-108.

İgüs, E. (2016). Balkanlar'dan Anadolu'ya boza ve türleri ile Türkiye'deki balkan kökenli bozacılar. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 101-111.

Kabak, B., & Dobson, A. D. W. (2011). An introduction to fermented foods and beverages: Microbiology and technology. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 51(6), 446–457. https://doi.org/10.1080/10408398.2010.547398

Kavruk, M., Yurt, M. N. Z., Taşbaşı, B. B., Acar, E. E., Soyuçok, A., Altunbaş, O., Sudağıdan, M. (2021). Boza Mikrobiyotasının Fermantasyon Sürecindeki Değişimi. Kocatepe Veterinary Journal, 14(2), 238-246. doi: 10.30607/kvj.895295

Levent, H., Cavuldak, Ö., A. (2017). Geleneksel Fermente Bir İçecek: Boza. Akademik Gıda, 15 (3): 300-307.

Marco, M. L., Heeney, D., Binda, S., Cifelli, C. J., Cotter, P. D., Foligné, B., ... & Hutkins, R. (2017). Health benefits of fermented foods: Microbiota and beyond. *Current Opinion in Biotechnology*, 44, 94–102. https://doi.org/10.1016/j.copbio.2016.11.010

Özaltın, E. (2021). Yabancı Seyyahların Türk Mutfak Kültürü İle İlgili Verdiği Bilgilerin Karşılaştırmalı İncelenmesi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

Özcan, T. (2003). Fetvalar Işığında Osmanlı Esnafı. Kitabevi, İstanbul.

Pamir, M.H., 1961. Boza Üzerinde Mikrobiyolojik ve Kimyasal Araştırmalar. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara

Solmaz, Y., Altıner, D. D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 1(3), 108-124.

Şimşek, A., Yıldız, S. (2020). Türklere Özgü İçkilerin Gastronomi Turizmi Açısından İncelenmesi, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(1), 684-699. doi: 10.21325/jotags.2020.572

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2020). *Türk Gıda Kodeksi Fermente İçecekler Tebliği (2020/10)*. Resmî Gazete. https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/04/20200416-7.htm

Tamang, J. P., Watanabe, K., & Holzapfel, W. H. (2016). Review: Diversity of microorganisms in global fermented foods and beverages. *Frontiers in Microbiology*, 7, 377. https://doi.org/10.3389/fmicb.2016.00377

Tatlıcıoğlu, Y. O. (2023). Destinasyon pazarlamasında fırsat gücü olarak coğrafi işaretli ürünlerin halkla ilişkiler metotlarıyla tanıtımı. *Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi*, (4), 89-103.

TS 9778: 2017. Boza Standardı. Türk Standartları Enstitüsü.

Tuncer, Y., Özden, B., Avşaroğlu, M. D. (2008). Bozanın bazı mikrobiyolojik özelliklerinin ve laktik asit bakterisi izolatlarının antibakteriyel aktivitelerinin belirlenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 12(1), 19-25.

Turan, A. N. (2007). Acısıyla Tatlısıyla Boza. Bir imparatorluk meşrûbatının tarihi, coğrafyası, kimyası, edebiyatı, 219-239.

Yegin, S., Fernández-Lahore, M. (2012). Boza: a traditional cereal-based, fermented Turkish beverage. In Handbook of Plant-Based Fermented Food and Beverage Technology, (pp. 533- 542). CRC Press.

Yeğin, S., Üren, A., 2008. Biogenic amine content of boza: A traditional cereal-based, fermented Turkish beverage. Food Chemistry 111(4): 983– 987.

Yıldız, Ö. ve Bulut, B. (2017). Optimization of gluten-free tulumba dessert formulation including corn flour: response surface methodology approach. Pol. Journal of Food Nutrution Science. 67(1), 25–31

Yüceer, Y. K. (2008). Fermente süt ve tahıl bazlı içecekler. *Gıda*, 33(4), 235–240.

https://ci.turkpatent.gov.tr/cografi-isaretler/detay/2148

https://www.bozamarket.com/

https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/b1f004a7-e5d9-4e74-a9a4-42de0806fafe.pdf

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GELENEKSEL GIDALARIN SAĞLIKLI BESLENME BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ: KÜLTÜREL, BESİNSEL VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PERSPEKTİFLER

Doç. Dr. Gülçin ALGAN ÖZKÖK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0001-6487-707X

Hasan Hüseyin AYCAN
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0008-5559-9643

ÖZET

Sağlıklı beslenme, vücudun gereksinim duyduğu tüm besin öğelerini yeterli ve dengeli bir şekilde almayı içeren bir yaşam tarzıdır. Bu, yalnızca açlığı gidermekten öte, optimal fiziksel ve zihinsel sağlık için elzemdir. Çeşitli besin gruplarından zengin bir beslenme düzeni, vücudun enerji seviyesini dengeler, bağışıklık sistemini güçlendirir, kronik hastalık riskini azaltır ve genel yaşam kalitesini artırır. İşlenmiş gıdalar, şekerli içecekler ve doymuş yağlar gibi besin değeri düşük ancak kalori içeriği yüksek gıdaların sınırlandırılması, sağlıklı bir beslenme örüntüsünün temelini oluşturur. Unutulmamalıdır ki sağlıklı beslenme sürdürülebilir bir alışkanlık olmalı ve bireysel ihtiyaçlara, yaşam tarzına ve kültürel faktörlere uygun şekilde kişiselleştirilmelidir. Bu çalışma, geleneksel gıdaların sağlıklı beslenme bağlamındaki çok yönlü önemini disiplinlerarası bir yaklaşımla incelemektedir. Geleneksel gıdaların, ait oldukları toplumların kültürel mirasının korunmasındaki vazgeçilmez rolleri ve bu kültürlerin yüzyıllardır süregelen beslenme sistemlerinin temelini oluşturmaları detaylıca vurgulanmaktadır. Modern beslenme biliminin temel prensipleri çerçevesinde değerlendirildiğinde, geleneksel gıdaların genellikle yüksek oranda vitamin, mineral, lif ve biyoaktif bileşen içerdiği ve birtakım geleneksel beslenme örüntülerinin kardiyovasküler sağlık, bazı kanser türleri ve tip 2 diyabet gibi kronik hastalıkların insidansını azaltmada önemli ölçüde faydalı etkiler gösterdiği, kapsamlı bilimsel literatür tarafından desteklenen bir olgudur. Sürdürülebilirlik perspektifinden bakıldığında, geleneksel tarım ve gıda üretim yöntemlerinin yerel biyoçeşitliliği desteklediği, toprak sağlığını koruduğu, su kaynaklarının verimli kullanımını teşvik ettiği ve kısa tedarik zincirleriyle çevresel etkiyi azaltarak sürdürülebilir gıda sistemlerine önemli katkılar sağladığı değerlendirilmektedir. Küreselleşmenin ve modernleşmenin geleneksel gıdalar üzerindeki potansiyel olumsuz etkilerine dikkat çekilerek, bu değerli gıdaların korunması ve modern sağlıklı beslenme uygulamalarına etkili bir şekilde entegrasyonu için tüketicilerin bilinçlendirilmesi, yerel üreticilere yönelik destek mekanizmalarının oluşturulması, geleneksel gıdaların coğrafi işaretlerle korunması ve kanıta dayalı araştırmalar ışığında ulusal beslenme rehberlerine dahil edilmesi gibi stratejilerin hayati önemi vurgulanmaktadır.

Sonuç olarak, geleneksel gıdaların sadece besinsel değerleriyle değil, aynı zamanda derin kültürel anlamları ve sürdürülebilir üretim potansiyelleriyle birlikte bütüncül bir şekilde ele alınmasının, hem bireysel ve toplumsal sağlığın iyileştirilmesi hem de kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması ve çevresel dengenin korunması açısından kritik bir öneme sahip olduğu savunulmakta ve bu hedeflere ulaşmak için beslenme uzmanları, antropologlar, sosyologlar, gıda üreticileri ve politika yapıcılar arasındaki disiplinlerarası işbirliğinin gerekliliği açıkça belirtilmektedir.
Anahtar Kelimeler: Geleneksel Gıdalar, Sağlıklı Beslenme, Kültürel Miras, Besin Değeri, Sürdürülebilirlik.

EVALUATION OF TRADITIONAL FOODS IN THE CONTEXT OF HEALTHY NUTRITION: CULTURAL, NUTRITIONAL AND SUSTAINABLE PERSPECTIVES

ABSTRACT

A healthy diet is a lifestyle that includes an adequate and balanced intake of all the nutrients the body needs. This is more than just satisfying hunger; it is essential for optimal physical and mental health. A diet rich in various food groups balances the body's energy level, strengthens the immune system, reduces the risk of chronic diseases and improves overall quality of life. Limiting foods that are low in nutrients but high in calories, such as processed foods, sugary drinks and saturated fats, forms the basis of a healthy eating pattern. It should be remembered that healthy eating should be a sustainable habit and should be personalised to suit individual needs, lifestyle and cultural factors. This study examines the multifaceted importance of traditional foods in the context of healthy eating with an interdisciplinary approach. The indispensable role of traditional foods in preserving the cultural heritage of the societies to which they belong and the fact that they form the basis of the centuries-old nutritional systems of these cultures are emphasised in detail. When evaluated within the framework of the basic principles of modern nutritional science, it is a fact supported by extensive scientific literature that traditional foods generally contain high levels of vitamins, minerals, fibre and bioactive compounds, and that a number of traditional dietary patterns show significant beneficial effects in reducing the incidence of chronic diseases such as cardiovascular health, some types of cancer and type 2 diabetes. From a sustainability perspective, traditional agriculture and food production methods support local biodiversity, protect soil health, promote efficient use of water resources, and reduce environmental impact through short supply chains, making significant contributions to sustainable food systems. By drawing attention to the potential negative impacts of globalisation and modernisation on traditional foods, it is emphasised that strategies such as raising consumer awareness, establishing support mechanisms for local producers, protecting traditional foods with geographical indications and including them in national nutrition guidelines in the light of evidence-based research are vital for the protection and effective integration of these valuable foods into modern healthy eating practices. In conclusion, it is argued that a holistic approach to traditional foods, not only for their nutritional value but also for their deep cultural meaning and sustainable production potential, is critical for improving individual and social health, transferring cultural heritage to future generations and preserving the environmental balance, and it is clearly stated that interdisciplinary cooperation between nutritionists, anthropologists, sociologists, food producers and policy makers is necessary to achieve these goals.
Keywords: Traditional Foods, Healthy Eating, Cultural Heritage, Nutritional Value, Sustainability.

GİRİŞ

Beslenme, insan yaşamının sürdürülmesi için vazgeçilmez bir ihtiyaç olmanın ötesinde; kültürel, toplumsal ve çevresel yönleri olan çok boyutlu bir olgudur. Bu bağlamda beslenme, yalnızca fizyolojik gereksinimlerin karşılanması değil, aynı zamanda bireylerin büyüme, gelişme, sağlıklı yaşamlarını sürdürebilme ve sosyal hayata katılabilme potansiyellerinin korunması açısından temel bir rol üstlenmektedir (Akın, 2014).

Geleneksel gıdalar, tarihsel süreçte toplumların doğayla kurduğu ilişkinin ve yaşam biçimlerinin bir yansıması olarak ortaya çıkmış, nesiller boyunca aktarılarak bugüne ulaşmıştır. Özellikle Anadolu coğrafyası, çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış olması sayesinde oldukça zengin bir geleneksel gıda kültürüne sahiptir (Başaran, 2016). Günümüzde ise hazır gıdaların yaygınlaşmasıyla birlikte, tüketicilerin geleneksel ve sağlıklı gıdalara yönelik ilgisi yeniden artış göstermektedir. Bu eğilim, yalnızca bireysel tercihlerden değil, aynı zamanda sağlık bilincinin yükselmesi, sürdürülebilirlik kaygıları ve kültürel mirasın korunmasına yönelik toplumsal duyarlılıklardan da beslenmektedir (Kuşat, 2012; Çakıcı ve Yıldız, 2017).

Bu çalışmada, geleneksel gıdaların besinsel, kültürel ve sürdürülebilirlik açısından taşıdığı çok yönlü öneme odaklanılacaktır. Bununla birlikte geleneksel gıdaların tanımlanmasında kullanılan kriterler, bu gıdaların korunmasına yönelik uygulamalar (coğrafi işaretler gibi) ve küresel ölçekte etkili olan slow food hareketi gibi girişimler ayrıntılı biçimde ele alınacaktır. Böylece hem akademik literatürde hem de toplumsal farkındalık düzeyinde geleneksel gıdalara yönelik daha bütüncül bir bakış açısı sunulması amaçlanmaktadır.

1. Geleneksel Gıdalar

Geleneksel gıdalar, belirli bir topluluğun tarih boyunca geliştirdiği, kuşaktan kuşağa aktarılan üretim, işleme ve tüketim biçimlerini içeren, yerel ve kültürel bağlamda derin anlamlar taşıyan ürünlerdir. Bu gıdalar sadece beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmaz; aynı zamanda bir toplumun kimliğini, tarihini ve kültürel belleğini de temsil eder. Özellikle Anadolu coğrafyası, çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmış olması nedeniyle geleneksel gıda açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir (Başaran, 2016).

Geleneksel gıda kavramı için tek bir tanım bulunmamakla birlikte, çoğu tanım bu ürünlerin belirli bir coğrafi alana özgü hammaddelerle üretilen ve ayırt edici özellikler taşıyan ürünler olduğunu vurgular. Avrupa Birliği mevzuatı ve Türk Gıda Kodeksinde de geleneksel ürünler, üretim biçimi, bileşimi veya hammaddeleri itibariyle benzerlerinden ayrılan ürünler olarak tanımlanır (Vasilopoulou, 2005; Mevzuat Bilgi Sistemi, 2014). Geleneksel gıdalar, üretiminde kullanılan yöntemler, hammaddeler, coğrafi bağlam ve kültürel süreklilik gibi bir dizi özelliğe bağlı olarak tanımlanmaktadır. Bu tür ürünler genellikle belirli bir bölgeyle özdeşleşmiş, nesiller boyu aktarılan bilgi ve uygulamalarla şekillenmiş ve yöresel gastronomiyle bütünleşmiş gıdalardır. Geleneksel gıdaları tanımlamada en temel unsurlardan biri, bu ürünlerin belirli bir coğrafi alanda tarihsel sürekliliğe sahip olmasıdır. Söz konusu ürünlerin bir bölgeye özgü olması; hem kullanılan doğal kaynaklardan hem de o bölgedeki toplumun kültürel birikiminden beslenmektedir (Çandır, 2010). Bu ürünlerin kendine özgü tat, aroma ve bileşim özellikleri taşıması da geleneksel niteliği destekleyen önemli faktörlerdendir (Tan, 2004; Özdemir vd. 2017). Bir ürünün geleneksel sayılması için yalnızca tarihsel kökeni yeterli değildir; aynı zamanda üretim şekli, kullanıldığı sosyal bağlam (örneğin törenler, festivaller), tüketici algısı ve ürünle ilgili kolektif bellek de bu tanımlamada rol oynar (Taşdan vd, 2014; Onurlubaş ve Taşdan, 2017). Bu ürünler sadece gastronomik özellikleriyle değil, aynı zamanda üretildikleri bölgenin sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamının bir yansıması olarak da değerlidir.

Özdemir ve arkadaşlarına (2015) göre, Anadolu'nun tarihsel ve kültürel çeşitliliği geleneksel gıdaları çok renkli bir mozaik haline getirmiş ve bu gıdaları ulusal bir kültürel miras statüsüne taşımıştır.

Geleneksel gıdaların hazırlanmasında genellikle katkı maddesi kullanılmaz ya da doğal katkılar tercih edilir. Ürünlerin çoğu evde hazırlanabilir, bu da onları hem ekonomik hem de güvenilir bir seçenek haline getirir. Evde hazırlanan gıdalarda üretim sürecinin tamamen kontrol edilebilir olması, bu ürünlere duyulan güveni artırmaktadır (Kuşat, 2012). Tüm bu yönleriyle geleneksel gıdalar, sadece sağlıklı beslenmenin değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğin de önemli bir parçasıdır. Günümüzde sağlıklı, doğal ve katkısız ürünlere olan talebin artmasıyla birlikte geleneksel gıdalara duyulan ilgi de yeniden canlanmıştır. Bu ilgi, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde geleneksel bilgiye ve üretim biçimlerine dönüşü teşvik etmektedir (Calnan, 1990; Santich, 1994). Geçmişten günümüze geleneksel gıdalara örnekler Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 1: Mezopotamya ve Erken Yerleşik Hayata Geçiş Süreci

Gıda Kategorisi	**Örnek Gıdalar / Açıklama**
Tarım Ürünleri	Buğday, arpa, mercimek (Temel gıda maddeleri)
Tahıl Ürünleri	Bulgur (Pilav, çiğ köfte, içli köfte gibi yemeklerde kullanılır)
Fermente Ürünler	Tarhana (Fermente çorba karışımının erken örnekleri)
Ekmek Türleri	Mayalanmış ekmekler
Süt Ürünleri	Yoğurt, kurut (kurutulmuş yoğurt topu), ayran

Tablo 2: Orta Asya Dönemi Geleneksel Gıdaları (Göçebe Kültürün Etkisiyle)

Gıda Kategorisi	**Örnek Gıdalar / Açıklama**
Et Kurutma Teknikleri	Pastırmaya benzer et kurutma yöntemleri.
Tahıl Bazlı Yemekler	Buğday ve darı bazlı lapalar (Keşkek benzeri yemeklerin ilk halleri)
Ekmek Türleri	Sacda yapılan bazlamaya benzer yassı ekmekler, bazlama, lavaş, tandır ekmeği.

Tablo 3: Selçuklu ve Osmanlı Dönemleri ile Anadolu'nun Etkisi

Gıda Kategorisi	**Örnek Gıdalar / Açıklama**
Tarım Bazlı Yemekler	Keşkek (Orta Asya kökenli, Anadolu'da gelişmiş)
Doğal Tatlandırıcılar	Pekmez (Üzümden yapılır)
Baklagiller	Kuru fasulye, nohut (Osmanlı döneminde yaygınlaşan gıdalar)
Koruma Yöntemleri	Turşu, hoşaf, komposto (Gıdaları korumanın geleneksel yolları)

1.1. Besinsel Açıdan Geleneksel Gıdalar

Geleneksel gıdalar, doğal üretim yöntemleri ve katkısız yapıları sayesinde sağlıklı beslenmenin temel taşlarından biridir. Endüstriyel gıdalardan farklı olarak genellikle mevsiminde, doğal ve taze hammaddelerle üretilirler. Bu ürünlerin temel özelliği, nesilden nesile aktarılan tarifelerle ev ortamında hazırlanarak, temel besin ögelerinin dengeli bir şekilde alınmasını sağlamasıdır (Baysal ve Küçükaslan, 2009; MEGEP, 2011; Tayar, 2015) Bu gıdalarda uygulanan geleneksel işleme teknikleri (kurutma, tuzlama, fermantasyon, haşlama veya pastörizasyon gibi) gıdanın raf ömrünü uzatırken, mikroorganizma oluşumunu engelleyerek sağlık açısından güvenli bir yapı kazandırır.

Özellikle ev ortamında uygulanan pastörizasyonun yeterince etkili olmaması durumunda vitamin ve mineral kayıpları yaşanabileceği de belirtilmektedir.Geleneksel ürünlerde kullanılan doğal katkı maddeleri (sirke, limon suyu, tuz, sarımsak ve çeşitli baharatlar) hem tat hem de koruyucu işlevleriyle ürünün besinsel dengesini bozmadan doğal yollarla dayanıklılığını artırır Gürsoy (2005).

Tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelmesindeki bir diğer neden ise, ürünün hangi hammaddelerle ve nasıl üretildiğini bilmeleridir. Ürünün içeriği hakkında bilgi sahibi olmak, hem güven hem de besin değeri açısından önemli bir tercih nedenidir (Özdemir, 2017). Özellikle erişte, salça, turşu, tarhana ve yoğurt gibi ev yapımı ürünler; içerdiği protein, vitamin, mineral ve probiyotik özellikleriyle sadece günlük ihtiyaçları karşılamakla kalmaz, aynı zamanda uzun vadede bağışıklık sistemini destekleyici bir rol oynar (Akın, 2011; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2011). Ancak, her ne kadar geleneksel gıdalar sağlık açısından değerli olsa da, üretim sürecinde sağlığa uygunluk koşullarına dikkat edilmediğinde bu değer kaybolabilir. Bilinçsizce yapılan uygulamalar, özellikle fermente ürünlerde zararlı mikroorganizma oluşumuna neden olabilmektedir. Bu nedenle bilgiye dayalı üretim kadar güvenli saklama koşulları da son derece önemlidir (Çakıcı ve Yıldız, 2017).Geleneksel gıdalar; doğru yöntemlerle hazırlandığında besinsel değeri yüksek, katkı maddesi içermeyen ve kültürel mirasın bir parçası olan sağlıklı ürünlerdir. Ancak bu ürünlerin sağlık açısından fayda sunabilmesi için bilgi, deneyim ve sağlığa uygunluk koşullarının birlikte sağlanması gerekmektedir.

1.2. Kültürel Açıdan Geleneksel Gıdalar

Geleneksel gıdalar yalnızca beslenme aracı olmaktan öte, bir toplumun tarihsel ve kültürel hafızasının taşıyıcısıdır. Bu gıdalar, nesiller boyu aktarılan üretim ve tüketim biçimleriyle, toplumların kimliğini oluşturan temel yapı taşlarından biridir. Özellikle Anadolu coğrafyasında yemek kültürü, yalnızca beslenme değil aynı zamanda bir yaşam tarzı, bir iletişim biçimi ve kolektif belleğin bir parçası olarak değerlendirilir. Geleneksel mutfaklar, yöresel çeşitliliği temsil ederken aynı zamanda bir milletin ortak hafızasını da inşa eder. Yemeklerin hazırlanışı ve tüketim şekilleri, kültürel ritüellerle iç içe geçmiş durumdadır. Misal vermek gerekirse, Anadolu'da imece usulüyle yapılan tören yemekleri bu bağlamda önemli bir örnek olarak sayılabilir. Bu tür etkinliklerde, yemek yalnızca bir ihtiyaç değil, aynı zamanda topluluk bağlarını güçlendiren bir araç haline gelir. Tören keşkeği gibi geleneksel yemekler, insanların bir araya gelerek emek verdiği, paylaştığı ve kutladığı bir kültürel mirasın parçasıdır. Keşkek, kadın-erkek, genç-yaşlı herkesin katkı sunduğu, imeceyle yapılan ve hep birlikte tüketilen bir yemek olup, UNESCO tarafından da Somut Olmayan Kültürel Miras listesine alınmıştır (Teyin, 2020).

Geleneksel gıdalar, farklı coğrafyalarda yaşayan toplumların tarih boyunca geliştirdiği tarım ve hayvancılık yöntemlerinin, iklimsel şartlara ve inanç sistemlerine göre biçimlenmiş mutfak alışkanlıklarının bir yansımasıdır. Bu gıdalar, aynı zamanda dini törenlerde, bayramlarda, düğünlerde ve cenazelerde özel anlamlar taşıyarak, kültürel yaşamın vazgeçilmez bir parçası olmuştur (Akın, 2014).Kültürel olarak geleneksel gıdaların bir diğer önemi ise, bu ürünlerin korunması ve tanıtılmasıyla ulusal kimliğin ve gastronomik mirasın uluslararası alanda temsil edilebilmesidir. Bu bağlamda coğrafi işaretler ve UNESCO gibi uluslararası kurumlar üzerinden yapılan tanıtımlar, kültürel gıdaların hem ekonomik hem de kültürel anlamda değer kazanmasına katkı sağlar (Santilli, 2015; Teyin, 2020).

1.3. Sürdürülebilirlik Açıdan Geleneksel Gıdalar

Günümüzde artan çevresel tehditler, iklim değişikliği, doğal kaynakların tükenmesi ve endüstriyel tarımın yarattığı olumsuz etkiler, sürdürülebilir gıda sistemlerine duyulan ihtiyacı artırmıştır. Bu bağlamda geleneksel gıdalar, sürdürülebilirlik ilkeleriyle büyük ölçüde örtüşen yapıları sayesinde dikkat çekmektedir. Yerel kaynaklara dayanan üretim biçimleri, düşük enerji tüketimi, katkı maddesi içermeyen yapıları ve toplumsal bağları güçlendiren rolleri ile geleneksel gıdalar, sürdürülebilirliğin hem çevresel hem de kültürel boyutunu desteklemektedir (Yıldız ve Çakıcı, 2017).

Çevresel sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde, geleneksel gıdaların üretiminde kullanılan yerel tohumlar, doğal gübreleme ve kimyasaldan arındırılmış üretim süreçleri öne çıkmaktadır. Bu yöntemler, toprağın verimini koruyarak biyolojik çeşitliliği desteklemekte ve ekosistem dengesine zarar vermeden üretimi mümkün kılmaktadır Akın, G. (2011). Aynı zamanda kısa tedarik zincirleriyle tüketiciye ulaşan bu ürünler, taşımacılıktan kaynaklanan karbon salımını da önemli ölçüde azaltmaktadır (Erkmen ve Bozok, 2023). Ekonomik sürdürülebilirlik bakımından geleneksel gıdalar, küçük üreticilere ve aile işletmelerine ekonomik fırsatlar sunmaktadır.

Coğrafi işaretli ürünlerin sayısındaki artış, yerel gıdalara olan ilginin canlanmasına neden olmakta ve bu durum kırsal kalkınmayı desteklemektedir. Yöresel ürünlerin ekonomik değere dönüştürülmesi, üreticilerin gelir düzeyini artırmakta ve köyden kente göçü azaltıcı bir rol üstlenmektedir (Erkmen ve Bozok, 2023; Sarı, 2023).

Sosyal sürdürülebilirlik ise, geleneksel bilgilerin kuşaktan kuşağa aktarılması ve toplumsal hafızanın korunması ile ilişkilidir. Geleneksel gıdalar, sadece üretim ve tüketim kalıplarını değil, aynı zamanda ortak değerleri, ritüelleri ve yaşam biçimlerini de taşıyan kültürel öğelerdir. Keşkek misalinde olduğu gibi, düğün gibi özel günlerde toplu halde yapılan ve tüketilen bir yemek olarak sadece bir gıda değil, bir toplumsal dayanışma biçimidir (Teyin, 2020). Bu tür misaller, geleneksel yemeklerin sosyal bağları pekiştirdiğini göstermektedir. Dünyada giderek yaygınlaşan "Slow Food" hareketi, geleneksel gıdaların korunması ve sürdürülebilir yaşam pratiklerinin desteklenmesi açısından önemli bir rol oynamaktadır. Slow Food felsefesi olan "iyi, temiz ve adil" ilkeleri, hem üretici hem de tüketici açısından sürdürülebilir bir model sunmaktadır (Türksoy ve Bektaş, 2020).

1.4. Geleneksel Ürünün Korunması: Cografi İşaretli Ürün

Geleneksel gıdalar, kültürel mirasın önemli bir parçası olarak nesilden nesile aktarılan, belirli coğrafi bölgelerle özdeşleşmiş üretim biçimlerini ve tatları temsil eder. Bu ürünlerin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması sürecinde "coğrafi işaret" uygulaması kritik bir rol oynamaktadır. Coğrafi işaret, bir ürünün belirli bir coğrafi kökene ait olduğunu ve bu kökene özgü niteliklerle üretildiğini gösteren resmi bir işarettir. Türkiye'de 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında tanımlanan bu işaretler, ürünlerin hem kalite garantisini sunar hem de kültürel ve ekonomik değerlerini korur (Gündoğdu, 2006; Tanrıkulu ve Doğandor, 2021). Coğrafi işaretler yalnızca bir ürünün menşesini belirtmekle kalmaz, aynı zamanda üretim biçimi, tat, aroma ve işleme teknikleri gibi geleneksel unsurların da korunmasını sağlar. Bu kapsamda ürünlerin coğrafi kaynakla ilişkilendirilmesi, onların yerel kimliklerini muhafaza etmelerine yardımcı olur. Coğrafi işaretli ürünlerin standart reçetelerle üretiminin yapılması, hem kaliteyi koruma hem de kuşaklar arası sürdürülebilirliği sağlama açısından önemlidir (Dikici, Koluman ve Aktaş, 2013).Coğrafi işaret uygulamaları aynı zamanda bölgesel kalkınmayı destekleyen güçlü bir ekonomik araçtır. Belirli bir bölgeye özgü ürünlerin coğrafi işaretle tescillenmesi, o bölgenin tanıtımına ve gastronomi turizmine katkı sağlayarak kırsal kalkınmayı teşvik eder.

Yerel üreticilerin desteklenmesi, kadın istihdamının artması ve kırsal bölgelerde ekonomik refahın yükselmesi gibi çok boyutlu katkıları vardır (Çalışkan ve Koç, 2012; Esen, 2017). Tüketici davranışları açısından değerlendirildiğinde ise coğrafi işaretli ürünlerin, ürünün kalitesine ve güvenilirliğine yönelik bir algı oluşturduğu gözlemlenmektedir. Günümüz tüketicileri, sadece besleyici değil, aynı zamanda üretim süreçleri kültürel değerlere dayanan ve sürdürülebilirliği destekleyen ürünleri tercih etme eğilimindedir (Özdemir ve Dülger Altıner, 2018).

2. Slow Food Hareketi (Küresel Etki Ve Uygulamalar)

Slow Food Hareketi, 1986 yılında İtalya'nın Roma kentinde McDonald's'ın açılışına karşı gerçekleştirilen sembolik bir protestoyla başlamıştır. Bu protesto, sadece bir fast food karşıtlığı değil; aynı zamanda kültürel çeşitliliğin, yerel mutfakların, sağlıklı ve etik gıdanın savunulması adına bir dönüm noktası olmuştur. 1989 yılında Paris'te 15 ülkenin katılımıyla kurulan Slow Food, kısa sürede küresel bir harekete dönüşmüş ve günümüzde 160 ülkede 1.500'den fazla convivium (yerel birim) ile faaliyet göstermektedir (Demir, 2021). Hareketin temelini oluşturan üç ilke —iyi, temiz ve adil— Slow Food 'un yalnızca gastronomiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda sosyal adalet, çevre dengesi ve kültürel mirasın korunması gibi alanlarda da etkili olduğunu göstermektedir. "İyi" ilkesinde lezzetli, sağlıklı ve kaliteli gıdalar öne çıkarken; "temiz" ilkesi doğaya zarar vermeyen üretimi, "adil" ilkesi ise üretici-tüketici ilişkilerinde hakkaniyeti savunur (Slow Food International, 2019).

Küresel düzeyde Slow Food, Ark of Taste (Nuh'un Ambarı) gibi projelerle biyolojik çeşitliliğin korunmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu kapsamda, nesli tükenme riski taşıyan yerel tohumlar, hayvan ırkları ve geleneksel ürünler kataloglanarak koruma altına alınmakta, üreticilere destek sağlanmakta ve tüketiciler bilinçlendirilmektedir. Türkiye'de ise Slow Food hareketi 2006 yılında Carlo Petrini'nin ziyaretiyle başlamış ve ilk conviviumlar İstanbul, Gökçeada, İzmir, Ayvalık, Tire ve Bodrum gibi bölgelerde kurulmuştur. Germiyan Köyü örneği ise bu hareketin kırsalda nasıl bir sosyal, ekonomik ve kültürel dönüşüm yaratabileceğini gözler önüne sermektedir. Germiyan'da Slow Food sayesinde gastronomi turizmi canlanmış, yerel halk kültürel mirasına daha fazla sahip çıkmaya başlamış ve geleneksel üretim yöntemleri yeniden değer kazanmıştır (Demir, 2021).

2.1. Türkiyede Slow Food Hareketi'nin Yerel Etkileri

Slow Food hareketi, Türkiye'de ilk olarak 2006 yılında Carlo Petrini'nin üç Türk öğrenci eşliğinde yaptığı ziyaretlerle gündeme gelmiştir. Bu ziyaretlerde İstanbul, Ayvalık, Tire, Gökçeada ve Çeşme gibi yerler dolaşılmış ve yerel üretimle ilgilenen topluluklarla etkileşim sağlanmıştır. Ardından Türkiye'de conviviumlar (yerel Slow Food toplulukları) kurulmaya başlanmıştır. Günümüzde Türkiye'de 24 convivium ve 59 "Ark of Taste" (Nuh'un Ambarı) ürün yer almaktadır. Şile, Gökçeada ve Foça'da olmak üzere üç adet Yeryüzü Pazarı bulunmaktadır (Gezeroğlu, 2013) Bu hareketin yerel etkilerinden en dikkat çekeni ise İzmir'in Çeşme ilçesine bağlı Germiyan köyünde görülmüştür. Türkiye'nin ilk Slow Food köyü olan Germiyan, hem turizmde hem de kırsal kalkınmada önemli bir dönüşüm yaşamıştır. Yerel halkın Slow Food ilkelerini benimsemesiyle birlikte geleneksel tariflerin yeniden değer kazanması, tarımsal üretimin doğaya dost yöntemlerle yapılması ve gastronomik mirasın korunması sağlanmıştır. Germiyan Festivali gibi etkinliklerle bu kültürel birikim turistlerle paylaşılmış ve köyün tanınırlığı artmıştır (Kurt, 2016; Gezgin, 2019).

Yerel halkın bu sürece aktif katılımı, topluluk bilincini ve sosyal dayanışmayı da güçlendirmiştir. Yöresel ürünler üzerinden elde edilen gelir, özellikle kadın üreticilerin ekonomik hayata daha aktif katılımını teşvik etmiştir.

Bu durum, hem ekonomik hem de toplumsal cinsiyet eşitliği açısından olumlu bir gelişme olarak değerlendirilebilir (Aliyeva, 2020; Kocabaş, 2020).Yerel etkiler bununla da sınırlı kalmamış; Foça, Gökçeada ve Seferihisar gibi diğer bölgelerde de Slow Food uygulamaları geliştirilmiş, yerel mutfak değerlerinin korunması, yerli tohumun yaygınlaştırılması ve gıda güvenliği gibi alanlarda bilinç oluşturulmuştur. Bu etkiler, sürdürülebilir tarım ve turizm politikalarının yerelleştirilmesine de katkı sağlamaktadır (Çavuş, Kaya ve Demirtaş, 2019).

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, geleneksel yiyecekleri kültürel, besleyici ve sürdürülebilir yönleriyle inceleyerek sağlıklı beslenme açısından taşıdıkları önemi değerlendirmektedir. Araştırmalar, geleneksel gıdaların sadece zengin besin içerikleriyle değil, aynı zamanda kültürel mirası yaşatma ve sürdürülebilirliğe katkıları sayesinde sağlıklı yaşam biçimlerinin yaygınlaşmasında ve desteklenmesinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Yerel üretim esaslı olmaları, katkı maddesi içermemeleri ve mevsiminde tüketilmeye uygun olmaları nedeniyle geleneksel gıdalar, sağlıklı beslenme prensipleriyle örtüşmektedir. Kültürel açıdan incelendiğinde ise bu gıdaların bir toplumun kimliğini, yaşam tarzını ve sosyal ilişkilerini yansıttığı ve nesiller arası bilgi aktarımında kritik bir öneme sahip olduğu saptanmıştır. Sürdürülebilirlik açısından bakıldığında ise geleneksel gıdaların, yerel tarımı ve küçük üreticileri destekleme, karbon ayak izini azaltma ve biyolojik çeşitliliği koruma gibi alanlarda olumlu etkileri olduğu belirlenmiştir.

1. Geleneksel gıdaların korunması ve tanıtılması, hem toplum sağlığını desteklemek hem de kültürel mirası canlı tutmak açısından stratejik bir değer taşımaktadır. Bu doğrultuda, eğitim kurumlarında ve iletişim araçlarında bu ürünlerin tanıtımına daha fazla yer verilmelidir.
2. Yerel üreticilere destek olunmalı, geleneksel üretim yöntemleri teşvik edilmeli ve bu ürünlerin ticari potansiyelini artırmaya yönelik pazarlama stratejileri geliştirilmelidir.
3. Geleneksel gıdaların besin değerleri üzerine yapılan bilimsel çalışmalar desteklenmeli ve özellikle halk sağlığına zararlı olabilecek bileşenler dikkate alınarak yeniden formülasyonlar yapılmalıdır.
4. Coğrafi işaretleme gibi yasal koruma mekanizmalarının kapsamı genişletilerek hem ürünlerin taklit edilmesi engellenmeli hem de ekonomik değerleri artırılmalıdır.
5. Sürdürülebilir gastronomi yaklaşımları çerçevesinde Slow Food gibi hareketlerin yerel düzeyde desteklenmesi sağlanmalı ve bu tür girişimlerin yerel kalkınmaya olan katkısı güçlendirilmelidir.

Sonuç olarak, geleneksel gıdalar bizim için sadace geçmişten gelen bir miras değil, bununla birlikte geleceğe dayalı sağlıklı, bilinçli ve sürdürülebilir beslenme alışkanlıklarının temellerini oluşturmaktadır. Geleneksel ürün ve gıdaların bilimsel, ekonomik ve kültürel açılardan desteklenmesi, sağlıklı toplumların oluşmasında önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Akın, G. (2011). Geleneksel gıda hazırlama ve saklamada yöntemlerinin insan sağlığına etkisi. III. Uluslararası Doğu Anadolu Bölgesi Mutfak Kültürü ve Erzurum Yemekleri Sempozyumu (19-21 Ekim 2011, s. 167–173). Erzurum.

Akın, G. (2014). Geleneksel mutfak kültürünün beslenme açısından önemi. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *5*(3), 32–43.

Aliyeva, R. (2020). Yavaş hareket ve sürdürülebilir yaşam biçimi olarak Slow Food örneği: Germiyan Köyü [Yüksek lisans tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi].

Başaran, B. (2016). Trabzon'da yaşayan tüketicilerin geleneksel gıdalara yönelik tutum ve algıları. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, *33*(1), 99–110.

Baysal, A., & Küçükaslan, B. (2009). Beslenme ilkeleri ve menü planlaması. Bursa: Ekin Yayınevi.

Calnan, M. (1990). Food and health: A comparison of beliefs and practices in middle-class and working-class households. In *Readings in Medical Sociology* (pp. 9–36).

Çakıcı, A. C., & Yıldız, E. (2017). Restoran müşterilerinin sağlık bilincinin sağlıklı yeme davranışına etkisi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, *8*(1), 1–22.

Çalışkan, V., & Koç, H. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretlerin dağılış özelliklerinin ve coğrafi işaret potansiyelinin değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, *17*(28), 193–214.

Çandır, A. (2010). Anadolu'nun sahipsiz değerleri: Yöresel ürünler. *Borsanomi Antalya Ticaret Borsası Bülteni*, *25*, 30–41.

Çavuş, A. Y., Kaya, A., & Demirtaş, B. (2019). Sürdürülebilir gastronomi yaklaşımı çerçevesinde Slow Food hareketinin analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, *6*(2), 290–306.

Çavuş, Ş., Kaya, B., & Demirtaş, B. (2019). Sürdürülebilir turizm açısından Slow Food hareketine bakış ve Türkiye uygulamaları. Sözel Bildiri. International Black Sea Coastline Countries Symposium, Batum.

Demir, B. (2021). Sürdürülebilir turizm hareketi olarak Slow Food: Germiyan Köyü örneği. *Uluslararası Disiplinlerarası Akademik Araştırmalar Dergisi*, *6*(17), 198–205.

Dikici, A., Koluman, A., & Aktaş, R. (2013). Gıdaların coğrafi işaretlenmesi. *İstanbul Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, *39*(1), 136–138.

Dikici, A., Koluman, N., & Aktaş, B. (2013). Türkiye'de coğrafi işaretlerin önemi ve sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi. *Gıda ve Yem Bilimi-Teknolojisi Dergisi*, *3*(2), 1–7.

Esen, S. (2017). Coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi açısından önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *5*(1), 11–22.

Gezeroğlu, E. (2013). Sivil toplum kuruluşları kampanyalarında medyanın rolü: Slow Food/Fikir Sahibi Damaklar "İstanbul Lüfere Hasret Kalmasın" kampanyasının incelenmesi [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi].

Gezgin, I. (2019). *Çeşme-Alaçatı: Arkeoloji, tarih, kent, kimlik*. İzmir: Yakın Kitabevi.

Güler, H., & Saner, G. (2018). Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınmadaki yeri. *Kalkınma Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, *2*(1), 34–45.

Gündoğdu, S. (2006). Türkiye'de coğrafi işaret tescil sistemi ve önemi. *TPE Yayını*.

Kocabaş, E. (2020). Slow Food hareketinin yerel mutfak kültürünün korunmasındaki rolü. *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Dergisi*, *8*(2), 100–116.

Kurt, S. (2016). Intangible cultural heritage and tourism: Germiyan village sample. Sözel Bildiri. III. International Cesme-Chios History, Culture and Tourism Symposium, Çeşme.

Kuşat, N. (2012). Bölgesel kalkınmada geleneksel gıda ürünlerinin rolü ve geleneksel gıdalarda inovasyon belirleyicileri üzerine bir çalışma: Afyon örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, *19*(2), 261–275.

MEGEP. (2011). Sağlıklı beslenme. Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi. Ankara: Milli Eğitim Yayınları.

Onurlubaş, E., & Taşdan, K. (2017). Geleneksel ürün tüketimini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *17*(17), 115–132.

Özdemir, G., Yılmaz, E., Unakıtan, G., Yılmaz, İ., & Keskin, G. (2017). Kırsalda kadının geleneksel gıda üretimi ve pazarlama istekliliği. *JOTAF*, *14*(3), 66–72.

Özdemir, G., & Dülger Altıner, D. (2018). Coğrafi işaretli ürünlerin tüketici algısı açısından değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, *9*(21), 124–138.

Santilli, J. (2015). The recognition of foods and food-related knowledge and practices as an intangible cultural heritage. *Demetra: Food, Nutrition & Health*, *10*(3), 585–606. https://doi.org/10.12957/demetra.2015.16054

Slow Food International. (2019). *Slow Food*. https://www.slowfood.com (Erişim tarihi: 03.04.2025)

Sürücüoğlu, M. S., & Özçelik, A. Ö. (2011). Paleolitik çağlardan günümüze beslenme alışkanlıkları. VI. Yaşlılık Kongresi (12–14 Mayıs 2011, s. 131–143), Yozgat.

Tan, E. (2004). Türkiye'de geleneksel gıda ürünleri projesi. I. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu (23–24 Eylül), Van.

Tanrıkulu, E., & Doğandor, G. (2021). Coğrafi işaretlerin yerel kalkınma üzerindeki etkisi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *11*(1), 89–102.

Tanrıkulu, M., & Doğandor, E. (2021). Coğrafi işaretleri ve coğrafi işaret potansiyeliyle Bolu ili. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *12*(1), 223–257.

Taşdan, K., Albayrak, M., Gürer, B., Özer, O., Albayrak, K., & Güldal, H. T. (2014). Geleneksel gıdalarda tüketicilerin gıda güvenliği algısı: Ankara ili örneği. In 2. Uluslararası Davraz Kongresi (29–31 Mayıs), Isparta. Bildiriler Kitabı (s. 363–386).

Tayar, M., Haşıl Korkmaz, N., & Özkeleş, H. E. (2015). Beslenme ilkeleri. Bursa: Dora.

Teyin, A. (2020). Kültürel bir miras: Tören keşkeği geleneği. *Anadolu Kültür ve Sanat Dergisi*, *8*(2), 190–195.

Teyin, G. (2020). Kültürel bir miras: Tören keşkeği geleneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, *4*(2), 313–321.

Türksoy, S., & Bektaş, E. (2020). Sürdürülebilir turizm hareketi olarak Slow Food: Germiyan Köyü örneği. *Turizm ve Otelcilik Dergisi*, *9*(3), 200–210.

Vasilopoulou, E., Dilis, V., Soukara, S., & Trichopoulou, A. (2005). The systematic investigation of traditional foods in Europe. In 1st International Food Nutrition Congress, İstanbul: TÜBİTAK.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

DIŞ TİCARET VE GASTRONOMİ ARASINDAKİ ETKİLEŞİM: YEREL LEZZETLERİN KÜRESEL PAZARDAKİ ROLÜ

Doktor Ögretim Üyesi Yaşar Ayşegül OĞUZ
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü
ORCID: 0000-0002-6311-8490

ÖZET
Gastronomi, sadece bir beslenme alışkanlığı olmanın ötesinde, toplumların kültürel mirasını yansıtan ve ekonomik büyümeye katkı sağlayan stratejik bir alan haline gelmiştir. Günümüzde küreselleşme ve teknolojik gelişmeler, gastronominin sınırlarını genişletmiş, yerel mutfak kültürlerinin uluslararası pazarlara açılmasını kolaylaştırmıştır. Bu bağlamda, dış ticaret ve gastronomi arasındaki etkileşim giderek önem kazanmakta; özellikle yerel gıda ürünleri, gastronomi turizmi ve küresel ticaret politikaları çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu çalışma, gastronominin uluslararası ticaretteki rolünü inceleyerek, gıda ihracatı, markalaşma, kültürel diplomasi ve ekonomik kalkınma boyutlarında dış ticaretle olan ilişkisini ele almaktadır.

Dış ticaret, ülkelerin ekonomik büyümesinde kritik bir rol oynarken, gastronomi sektörü de bu süreçte önemli bir aktör olarak öne çıkmaktadır. Özellikle coğrafi işaretli ürünler, geleneksel gıda ve içecekler ile özgün tariflere dayalı gastronomik değerler, uluslararası pazarda giderek daha fazla talep görmekte ve ülkeler için katma değer yaratmaktadır.

Ancak, gastronomi sektörünün dış ticarette daha etkin bir rol oynaması için belirli zorlukların aşılması gerekmektedir. Küresel tedarik zinciri yönetimi, gıda güvenliği standartları, ihracat prosedürleri ve uluslararası rekabet gibi faktörler, yerel gastronomik ürünlerin dış pazarlara açılmasında kritik rol oynamaktadır. Ayrıca, gastronominin kültürel diplomasi ve yumuşak güç stratejilerinde bir araç olarak kullanılması, ülkelerin uluslararası alandaki imajını güçlendirmekte ve dış ticaret ilişkilerine olumlu katkılar sunmaktadır.

Bu çalışmada, dış ticaret ve gastronomi arasındaki etkileşim kapsamlı bir şekilde ele alınarak, yerel mutfakların küresel pazarda nasıl daha etkin bir şekilde konumlandırılabileceği üzerine stratejik öneriler sunulacaktır. Gıda ihracatının artırılması, yerel üreticilerin küresel pazarda rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi ve gastronomi turizminin dış ticarete entegrasyonu gibi konular, çalışmanın odak noktaları arasında yer almaktadır. Sonuç olarak, gastronominin sadece kültürel bir değer olmanın ötesinde, ekonomik kalkınma ve uluslararası ticaretin önemli bir unsuru olduğu vurgulanarak, sürdürülebilir bir gastronomi ihracatı için politika önerileri geliştirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Gastronomi, Gıda İhracatı, Coğrafi İşaretli Ürünler, Küreselleşme, Gastronomi Turizmi, Kültürel Diplomasi.

THE INTERACTION BETWEEN FOREIGN TRADE AND GASTRONOMY: THE ROLE OF LOCAL FLAVORS IN THE GLOBAL MARKET

ABSTRACT
Gastronomy is more than just a dietary habit; it is a strategic sector that reflects the cultural heritage of societies and contributes to economic growth. Today, globalization and technological advancements have expanded the boundaries of gastronomy, facilitating the introduction of local culinary cultures to international markets. In this context, the interaction between foreign trade and gastronomy is gaining increasing importance, particularly in terms of local food products, gastronomic tourism, and global trade policies.

This study examines the role of gastronomy in international trade by analyzing its relationship with food exports, branding, cultural diplomacy, and economic development.

Foreign trade plays a crucial role in the economic growth of countries, and the gastronomy sector has emerged as a significant actor in this process. Geographically indicated products, traditional foods and beverages, and gastronomic values based on unique recipes are in growing demand in international markets, creating added value for countries.

However, for the gastronomy sector to play a more effective role in foreign trade, certain challenges must be overcome. Factors such as global supply chain management, food safety standards, export procedures, and international competition play a critical role in introducing local gastronomic products to foreign markets. Moreover, the use of gastronomy as a tool for cultural diplomacy and soft power strategies strengthens a country's international image and positively contributes to foreign trade relations.

This study will comprehensively examine the interaction between foreign trade and gastronomy, presenting strategic recommendations on how local cuisines can be positioned more effectively in the global market. Key areas of focus include increasing food exports, enhancing the global competitiveness of local producers, and integrating gastronomic tourism into foreign trade. Ultimately, the study emphasizes that gastronomy is not just a cultural asset but also a vital component of economic development and international trade. It will also propose policy recommendations for a sustainable gastronomic export strategy.

Keywords: Foreign Trade, Gastronomy, Food Exports, Geographically Indicated Products, Globalization, Gastronomic Tourism, Cultural Diplomacy.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI BÖLÜMLERİNDE BAŞLANGIÇ DÜZEYİNDEKİ UYGULAMALI MUTFAK DERSLERİNİN İÇERİKSEL DEĞERLENDİRMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Asilhan Semih MUTLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-5235-7090

Dr. Öğr. Üyesi Hülya MUTLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Emirdağ Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı
ORCID: 0000-0002-4207-7669

ÖZET
Bu araştırmanın amacı, Gastronomi ve Mutfak Sanatlarında bölümlerinde müfredatta yer alan ilk mutfak uygulama derslerinin içeriksel analizinin yapılması ile benzerlik ve farklılıkların ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda, 2024 YKS yerleştirme sonuçlarına göre ÖSYM kılavuzundan gastronomi ve mutfak sanatları bölümleri tespit edilmiş, 57 devlet üniversitesinde yer alan 62 fakülte/yüksekokulun müfredatlarına Bologna Bilgi Paketi sisteminden ulaşılmıştır. Ulaşılan müfredatlarda uygulamalı mutfak dersleri belirlenmiş ve bu derslerin bilgi paketlerine ulaşılmış ve 14 haftalık ders içeriklerini gösteren dosyalar MAXODA programına dâhil edilmiştir. Gerçekleştirilen çalışma ile devlet üniversitelerinde faaliyet gösteren gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerindeki ilk uygulama derslerinin isimleri, bu derslerin ders saatleri, uygulama derslerinin hangi yarıyılda başladığı, derslerde faydalınan kaynaklar, 14 haftalık ders planı içerisinde öğretilen konular ve derslerin ön koşulları açısından inceleme yapılmıştır.

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde uygulamalı dersler, ağırlıklı olarak 2. ve 3. yarıyıllarda yoğunlaşmakta ve çoğunlukla 4 saatlik zaman dilimlerinde işlenmektedir. Temel mutfak, mutfak uygulama ve pişirme dersleri en yüksek orana sahiptir. Derslerde kullanılan içerikler, mutfak becerilerini geliştirmeyi hedeflerken, bıçak ve kesim teknikleri, pişirme yöntemleri, fond ve sos yapımı gibi profesyonel mutfak becerilerine odaklanmaktadır. Kuramsal içerikler ise mutfağın tarihsel gelişimi, hijyen, iş güvenliği ve ekipman tanıtımı gibi temel bilgileri kapsamakta, öğrencilerin profesyonel mutfağa dair genel bir altyapı edinmesini sağlamaktadır.

Ayrıca, besin grupları ve hammaddelerin tanıtımı, bilimsel ve teknik bir yaklaşımla ele alınırken, organizasyon ve yönetim becerileri dersleri mutfak yönetimi, satın alma ve standart reçete hazırlama gibi konuları içermektedir. Ulusal ve uluslararası mutfak uygulamaları kapsamında Türk mutfağının yanı sıra dünya mutfaklarına dair teknikler öğretilmekte, kültürel çeşitlilik ve küresel perspektife sahip profesyoneller yetiştirilmesi amaçlanmaktadır. Derslerde kullanılan kaynaklar arasında "Profesyonel Aşçılık" kitabı öne çıkmakla birlikte, bazı derslerde hiç kaynak kullanılmadığı görülmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çeşitli öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Uygulamalı Ders, İçerik Analizi, Mutfak Uygulama

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CONTENT EVALUATION OF INTRODUCTORY PRACTICAL KITCHEN COURSES IN GASTRONOMY AND CULINARY ARTS DEPARTMENTS

ABSTRACT

The aim of this study is to conduct a content analysis of the initial kitchen practice courses included in the curricula of Gastronomy and Culinary Arts departments and to reveal their similarities and differences. In this context, based on the 2024 YKS placement results, Gastronomy and Culinary Arts departments were identified through the ÖSYM guide, and the curricula of 62 faculties/schools within 57 public universities were accessed through the Bologna Information Package system. Practical kitchen courses were identified in the obtained curricula, and the course information packages including the 14-week course contents were uploaded to the MAXODA program for analysis. The study examines the course names, course hours, the semester in which the practical courses begin, the resources used in the courses, the topics taught in the 14-week course plans, and the prerequisites of these courses in Gastronomy and Culinary Arts departments in public universities.

In Gastronomy and Culinary Arts Departments, practical courses are predominantly concentrated in the 2nd and 3rd semesters and are mostly conducted within 4-hour time frames. The courses with the highest rates include basic kitchen, kitchen applications, and cooking. The content of these courses aims to develop culinary skills, focusing on professional kitchen techniques such as knife and cutting techniques, cooking methods, and the preparation of stocks and sauces. Theoretical content, on the other hand, includes fundamental topics such as the historical development of kitchens, hygiene, occupational safety, and equipment introduction, providing students with a general foundation for professional kitchen operations.

Additionally, the introduction of food groups and raw materials is addressed with a scientific and technical approach, while courses on organization and management skills cover topics such as kitchen management, procurement, and standardized recipe preparation. In the scope of national and international culinary practices, techniques from both Turkish and world cuisines are taught, aiming to train professionals with cultural diversity awareness and a global perspective. Among the resources used in the courses, the book "Professional Cooking" stands out; however, it has been observed that some courses lack any specified resources. Based on the findings, various recommendations have been developed.

Keywords: Gastronomy, Practical Course, Content Analysis, Kitchen Practice

GİRİŞ

Gastronomi eğitimi, nitelikli personel yetiştirmek ve sürdürülebilir gastronomi anlayışını geliştirmek adına kritik bir rol oynamaktadır. Üniversitelerin turizm fakültelerindeki “Gastronomi ve Mutfak Sanatları” bölümleri ile meslek yüksekokullarındaki “Aşçılık” programları, bu bağlamda önemli bir yere sahiptir (Şat vd., 2023). Ancak, artan eğitim programlarına rağmen, akademisyenler tarafından bu programların yetersizliklerinin ve sebeplerinin detaylı bir şekilde tartışılması gerektiği vurgulanmaktadır (Cankül, 2019). Müfredatın iyileştirilmesi için gastronomi uzmanlarının ve eğitim paydaşlarının katkı sağlayabileceği ortak bir platform oluşturularak bu alanda kapsamlı bir tartışma yürütülmesi önerilmektedir (Sezen, 2018). Özellikle uygulama ağırlıklı derslere, örneğin Yöresel Mutfak, Dünya Mutfakları ve Türk Mutfağı gibi, daha fazla zaman ayrılması gerekliliği sıkça dile getirilmektedir (Görkem ve Sevim, 2016). Bununla birlikte, mezun öğrencilerin uygulama becerilerindeki yetersizlikler, teorik bilginin uygulamaya dönüştürülmesi konusunda yaşanan sorunlara işaret etmektedir (Daylar, 2015; Sarıoğlan, 2014).

Bu durum, öğrencilerin daha fazla uygulamalı eğitim almasını ve eğitim sürecinde beceri gelişimine yönelik ders saatlerinin artırılmasını zorunlu kılmaktadır. Müfredatlar üzerine Çarbuğa ve arkadaşları (2018) tarafından yapılan araştırmada Türkiye'deki gastronomi müfredatında uygulamalı dersler ağırlıklı olarak yöresel mutfaklara odaklandığı, uluslararası mutfaklara ilişkin derslerin sayısının yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Bu eksikliğin giderilmesi için uluslararası mutfak derslerinin artırılması, teorik derslerin sayısının azaltılması ve toplam ders yükünün hafifletilmesi önerilmiştir. Ayrıca, mutfak ortamında uygulamalı derslerin sayısının artırılması ve mutfak yönetimi, misafir ilişkileri ile ekipman kullanımı gibi mesleki becerileri geliştiren derslerin müfredata dahil edilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Müfredat, eğitim sistemlerinin temel yapı taşlarından biri olarak, öğrencilere kazandırılacak bilgi, beceri ve değerlerin planlanması ve uygulanmasını kapsamaktadır. Müfredatın teorik ve uygulamalı boyutlarını inceleyen çalışmalar, eğitimde kaliteyi artırma ve toplumsal ihtiyaçları karşılama noktasında önemli katkılar sunmaktadır. Bu kapsamda, müfredat geliştirme süreçleri, içerik seçiminde kullanılan kriterler, kültürel bağlamın etkisi ve öğretim yöntemlerinin entegrasyonu gibi konulara odaklanan araştırmalar literatürde geniş bir yer bulmaktadır. Müfredat teorisine ilişkin klasik çalışmalardan biri Tyler'ın (1949) "Basic Principles of Curriculum and Instruction" adlı eseridir. Bu çalışma, müfredatın amaçlar, öğrenme deneyimleri, içerik organizasyonu ve değerlendirme süreçlerine odaklanması gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Taba (1962), müfredat geliştirme süreçlerinde öğretmenlerin aktif katılımının önemini savunarak, içerik seçiminde sistematik bir yaklaşımı desteklemiştir. Modern çalışmalar ise müfredatın kültürel bağlam ve küreselleşmenin etkileriyle nasıl şekillendiğine odaklanmaktadır. Apple (2004), müfredatın ideolojik bir araç olabileceğini ve toplumsal güç ilişkilerinin eğitim politikalarını nasıl etkilediğini tartışmıştır. Bunun yanında, Pinar (2012), müfredatın öğrencilerin bireysel deneyimlerini dikkate alan daha öznel bir çerçevede incelenmesi gerektiğini savunmuştur. Uygulamalı araştırmalarda ise özellikle STEM eğitimi, dijitalleşme ve yaşam boyu öğrenme bağlamında müfredatın yeniden tasarlanması üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Drake ve Burns (2004), disiplinlerarası bir müfredat modelinin öğrencilerin eleştirel düşünme ve problem çözme becerilerini geliştirmedeki rolünü vurgulamıştır. Ayrıca, Yıldırım ve Şimşek (2018), Türkiye'deki müfredat reformlarının etkilerini incelemiş ve bu reformların öğretmenlerin eğitim süreçlerindeki rolünü nasıl değiştirdiğini ele almıştır. Müfredat araştırmalarında kullanılan yöntemler arasında içerik analizi, vaka çalışmaları ve anketler gibi nitel ve nicel yaklaşımlar öne çıkmaktadır. Bu yöntemler, müfredatın hem teorik hem de uygulamalı boyutlarının derinlemesine analiz edilmesine olanak tanımaktadır. Örneğin, Fitzgerald (2019), 21. yüzyıl becerilerinin müfredata entegrasyonunu araştırırken öğrenci merkezli öğrenme yöntemlerinin önemini vurgulamıştır.Sonuç olarak, müfredatın farklı boyutlarına yönelik araştırmalar, eğitimin sürekli gelişiminde önemli bir role sahiptir. Hem teorik hem de uygulamalı yaklaşımlar, müfredat tasarımı ve değerlendirmesi için sağlam bir temel oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'de devlet üniversitelerinde yer alan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinin ilk uygulamalı ders içerikleri karşılaştırılmıştır.

YÖNTEM

Amaç

Araştırmanın temel amacı, Gastronomi ve Mutfak Sanatlarında bölümlerinde müfredatta yer alan ilk mutfak uygulama derslerinin içeriksel analizinin yapılması ile benzerlik ve farklılıkların ortaya konulmasıdır.

Önem

- Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerindeki uygulamalı mutfak derslerinin içeriğini analiz ederek, üniversiteler arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymak,
- Müfredatların güncellenmesi ve standardizasyonu için önemli bir veri tabanı oluşturulmak,
- Uygulamalı mutfak derslerinde öğretilen konuların çeşitliliği ve derinliği hakkında bilgi sunmak,
- Farklı üniversitelerdeki gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinin ders içeriklerini karşılaştırmak

Araştırma Soruları

- Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerindeki ilk uygulamalı mutfak derslerin isimleri arasında ne gibi benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır?
- Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerindeki ilk uygulamalı mutfak derslerinin içerikleri arasında ne gibi benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır?
- Devlet üniversitelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümlerinde uygulamalı mutfak dersleri genellikle hangi yarıyılda başlamaktadır ve ders saatleri nasıl dağıtılmaktadır?
- Uygulamalı mutfak derslerinde kullanılan kaynaklar ve eğitim materyalleri arasında bir standart ya da çeşitlilik söz konusu mudur?
- 14 haftalık ders planlarında öğretilen konuların kapsamı ve derinliği, bölümler arasında nasıl değişiklik göstermektedir?

Araştırma Deseni

Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi doğal ortamlarda olay ve algıların bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ortaya konulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek,2016).

İçerik analizi, çeşitli metinlerin içeriğini kendini doğrudan okumaya vermeyen temel öğelerini sınıflandırmak ve yorumlamak amacıyla yöntemsel, sistematik, objektif ve nicel olarak incelenmesini sağlayan bir teknik olarak ifade edilmektedir (Bilgin, 2006).

Evren ve Örneklem

2024 YKS yerleştirme sonuçlarına göre ÖSYM kılavuzundan tespit edilen 57 devlet üniversitesinde faaliyet gösteren 62 GMS bölümünün müfredatında yer alan ilk uygulamalı dersler evren olarak belirlenmiştir. 62 GMS bölümünün müfredatında ulaşılan 70 adet uygulamalı ders içeriği örneklem olarak alınmıştır. Bu araştırmada ikincil veri toplama yöntemlerinden doküman incelemesi veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde içerik analizi kullanılmıştır. Bu analizin amacı, elde edilen verilerin araştırma kapsamındaki kavramlara ve ilişkilere ulaşılmasını sağlamaktadır. Buna göre, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek, bunların okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlanmasını sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi, Thomas & Hardene (2008) tarafından kullanılan analiz aşamaları kullanılarak veriler nitel veri analiz programı MAXQDA Analytics Pro 2020 kullanılarak yapılmıştır. Bulguların kodlanması aşamasında, birincil araştırmalardan çıkarılan doğrudan alıntılar ya da temel kavramlar şeklindeki bulgular, satır satır okunarak kodlanmaktadır. Bütün bulgular kodlandıktan sonra ikinci aşamaya geçilebilir.

Betimleyici temaların geliştirilmesi aşamasında elde edilen kodlar benzerlik ve farklılıklarına göre karşılaştırılarak hiyerarşik bir ağaç yapısı oluşturacak şekilde gruplandırılmaktadır. Oluşturulan her gruba tema adı verilmektedir. Her tema, gruplanmış kodların tanımlarını ve anlamlarını kapsayacak şekilde oluşturulmaktadır. Analitik temaların üretilmesi aşamasında, temaların geliştirilmesi sürecinde birincil çalışmaların bulgularına yakın kalınırken, analitik temaların üretilmesi sürecinde birincil çalışmaların ötesine geçilerek yeni yorumlayıcı yapılar ve açıklamalar üretilmektedir. Birincil çalışmaların ötesine geçme, araştırma sorularının cevaplanması için tümevarımsal analiz sonucu elde edilen betimleyici temaların kullanılmasını gerektirmektedir. Bu amaçla betimleyici temaların karşılaştırılması ve başka araştırmacılarla tartışılması sonucu, daha soyut olan analitik temalar oluşturulmaktadır.

BULGULAR

Kelime Bulutuna İlişkin Bulgular

Kelime bulutunda öne çıkan "mutfak," "pişirme," "teknikleri," "temel" ve "ders" gibi ifadeler, gastronomi ve mutfak sanatları eğitimi ile ilişkili bir içeriğe işaret etmektedir. Bu terimler, özellikle temel mutfak becerilerinin kazandırılması ve bu becerilerin eğitim sürecindeki önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, "uygulama," "yöntemleri," "hazırlama," "laboratuvar" ve "profesyonel" gibi kelimeler, teorik bilginin uygulamalı öğrenme süreçleriyle birleştirildiğini ve bu yaklaşımla bir eğitim müfredatının oluşturulduğunu göstermektedir.

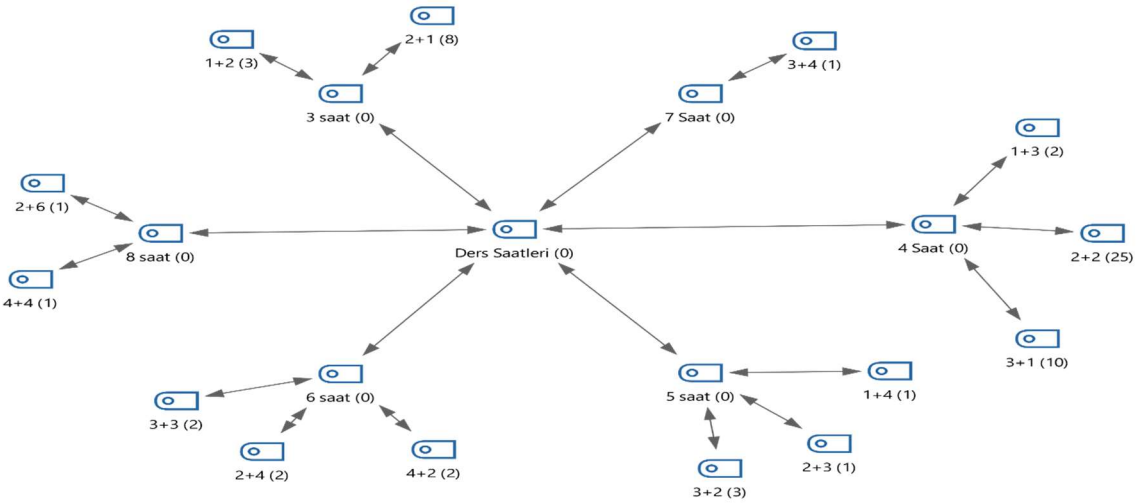
Şekil 1. Kelime Bulutu



Ders Saatlerine İlişkin Bulgular

Verilere göre, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde sunulan uygulamalı mutfak ders saatlerinin dağılımı incelendiğinde büyük bir kısmının (%52,86) 4 saatlik bir zaman diliminde işlendiğini göstermektedir. 3 saatlik dersler ise %15,71 ile ikinci sırada yer almakta, ancak 4 saatlik derslere kıyasla önemli ölçüde daha az tercih edilmektedir. 5 veya 6 saatlik derse sahip olan birim sayısı daha az olduğu görülmektedir. Özellikle 8 saat (%2,86) ve 7 saat (%1,43) gibi daha uzun saatlerin daha az olduğu görülmektedir.

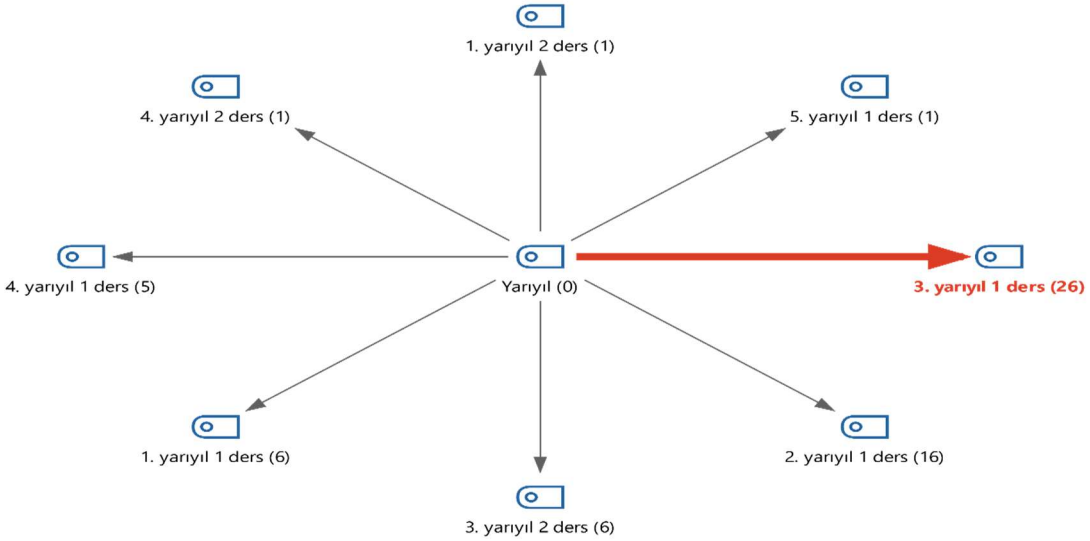
Şekil 2. Ders Saatleri Dağılımları



Ders Dönemine İlişkin Bulgular

Verilere göre, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde sunulan uygulamalı mutfak derslerinin dağılımı incelendiğinde, en yüksek oranla %36,36 ile 3. yarıyılda verilen bir dersin öne çıktığı görülmektedir. Bunu %24,24 oranıyla 2. yarıyılda verilen bir diğer ders takip etmektedir. 3. yarıyılda sunulan iki dersin toplam oranı %15,15 olarak kaydedilmiştir. 1. yarıyılda verilen bir dersin oranı %9,09 iken, 4. yarıyılda yer alan iki farklı dersin oranları sırasıyla %7,58 ve %3,03'tür. Ayrıca, 1. yarıyılda sunulan iki ders %3,03 oranında yer alırken, 5. yarıyılda verilen bir dersin oranı ise %1,52 ile en düşük değeri göstermektedir. Bu veriler, uygulamalı mutfak derslerinin ağırlıklı olarak 2. ve 3. yarıyıllarda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Şekil 3. Derslerin Başlangıç Dönemleri



İlk Uygulamalı Derse İlişkin Bulgular

Verilere dayalı olarak yapılan analiz, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinde verilen ilk uygulamalı mutfak derslerinin içeriksel çeşitliliğini ve dağılımını ortaya koymaktadır. En yüksek orana sahip ders, temel mutfak %40, mutfak uygulama %33, pişirme %9 olarak dağılım göstermektedir.

Şekil 4. Derslerin İsimleri



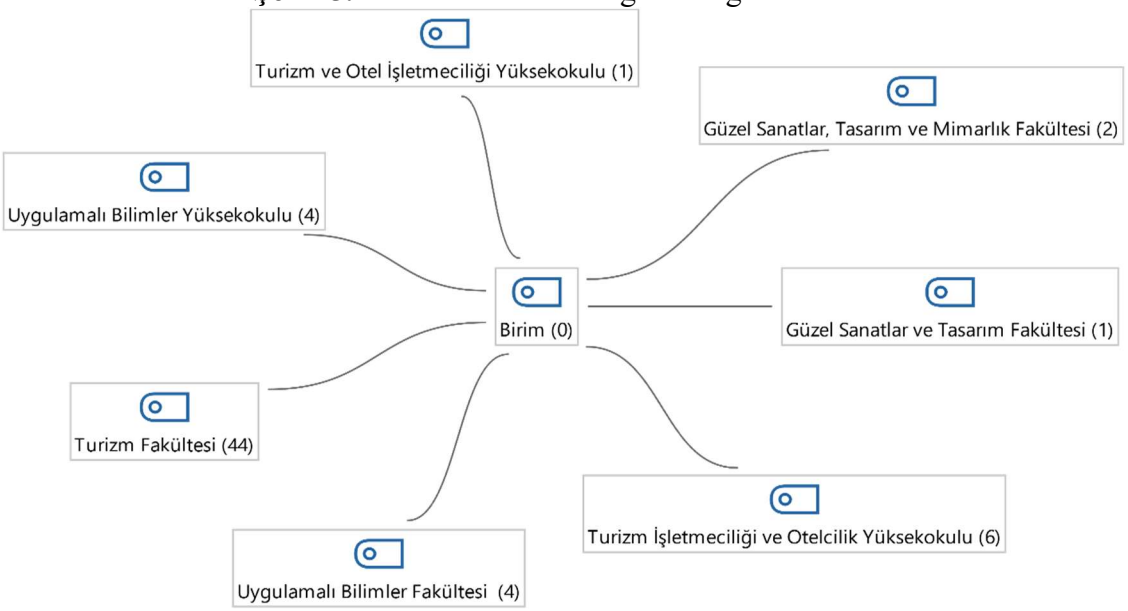
Ders başlıklarının büyük bir kısmının (yaklaşık 40 farklı ders adı) %1,52 oranında yer aldığı görülmektedir. Bu durum, birçok kurumun farklı isimlendirmelerle benzer içerikleri sunduğunu düşündürmektedir. Örneğin, “Temel Mutfak Bilgisi”, “Genel Mutfak Bilgisi”, “Temel Mutfak Bilgisi ve Terminolojisi” gibi ders adları içerik açısından benzerlik gösterebilir. Benzer şekilde, “Temel Yemek Pişirme”, “Temel Yemek Pişirme Teknikleri”, “Pişirme Teknikleri” ve “Yemek Hazırlama ve Pişirme” gibi dersler arasında içeriksel örtüşme olasılığı oldukça yüksektir.

Bu çeşitlilik, üniversitelerin ders planlarında uygulamalı mutfak eğitimine yönelik ortak bir terminoloji geliştirilmediğini göstermektedir. Ayrıca, "Ekmek Üretimi ve Pastacılık Uygulamaları", "Sıcak Mutfak Uygulamaları", "Profesyonel Aşçılık ve Mutfak Uygulamaları", "Türk Mutfağı" gibi daha özel ve spesifik uygulamalı derslerin de ilk aşamada yer aldığı görülmektedir. Ancak bu dersler düşük oranlarla temsil edilmekte olup, temel derslerin yanında sınırlı sayıda kurum tarafından sunulmaktadır.

GMS Bölümlerinin Bağlı Olduğu Birimlere İlişkin Bulgular

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümlerinin yapılanmasına bakıldığında yedi farklı birim altında yer aldığı görülmektedir. En yüksek sayıda birim turizm fakültesi bünyesinde yer almakta iken turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu, uygulamalı bilimler fakültesi ve yüksekokulunda program yer almaktadır. Diğer taraftan güzel sanatlar, tasarım ve mimarlık gibi birimler altında bölümün yer alması üniversiteler arası farklılık ortaya çıkartmaktadır.

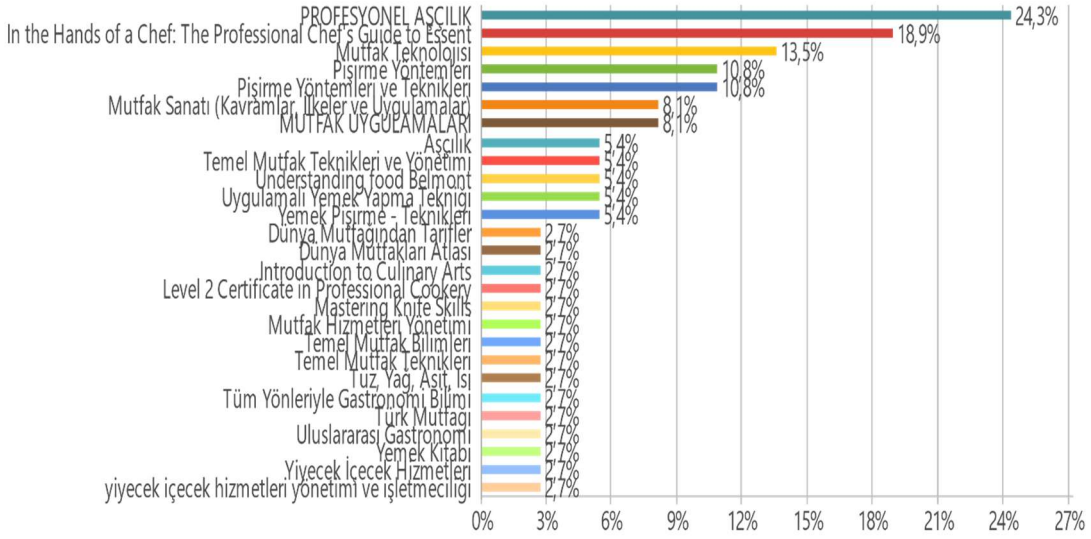
Şekil 5.GMS Bölümlerin Bağlı Olduğu Birimler



Derslerde Kullanılan Kaynaklara İlişkin Bulgular

Derslerde kullanılan kaynaklar incelendiğinde en fazla Profesyonel Aşçılık kitabının kaynakk olarak kullanıldığı görülmektedir. Kaynak sayısı farklılık göstermekle hiç kaynak gösterilmeyen derslerde bulunmaktadır.

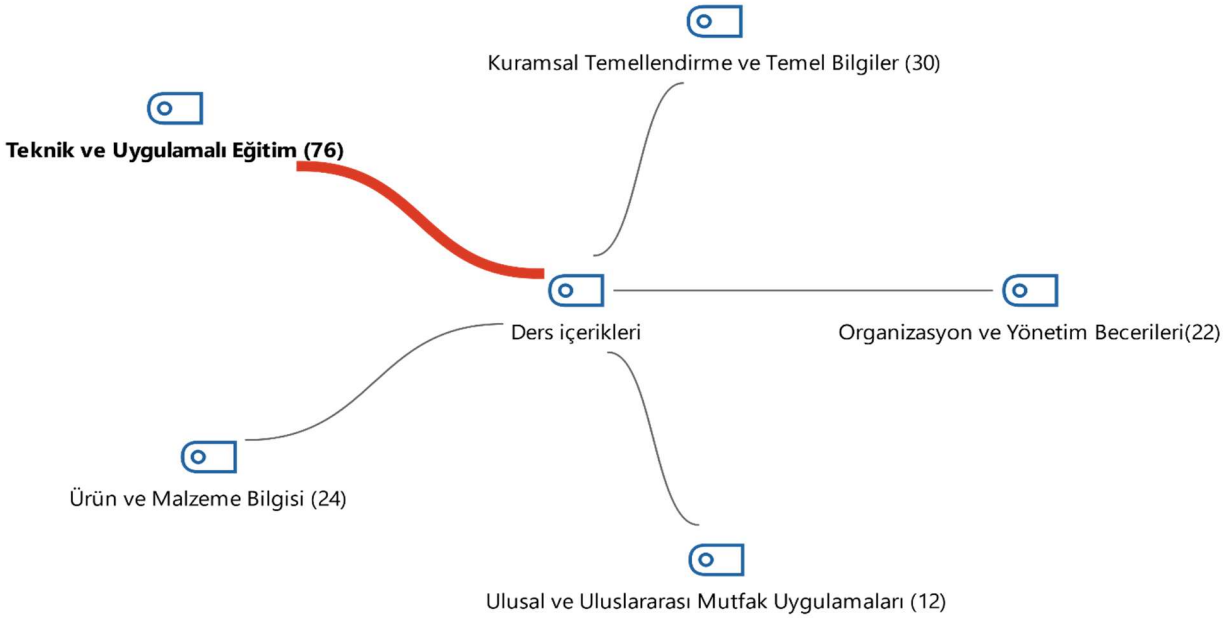
Şekil 6. Derslerde Kullanılan Kaynaklar



Ders İçeriklerine İlişkin Bulgular

Gastronomi ve mutfak sanatları alanında ilk ders içerikleri teknik ve uygulamalı eğitim en fazla kodlanan alan olmakla birlikte ürün ve malzeme bilgisi, temel bilgiler, organizasyon ve yönetim becerileri, ulusal ve uluslararası mutfak uygulamaları olarak farklı kategorilerde değerlendirilmektedir.

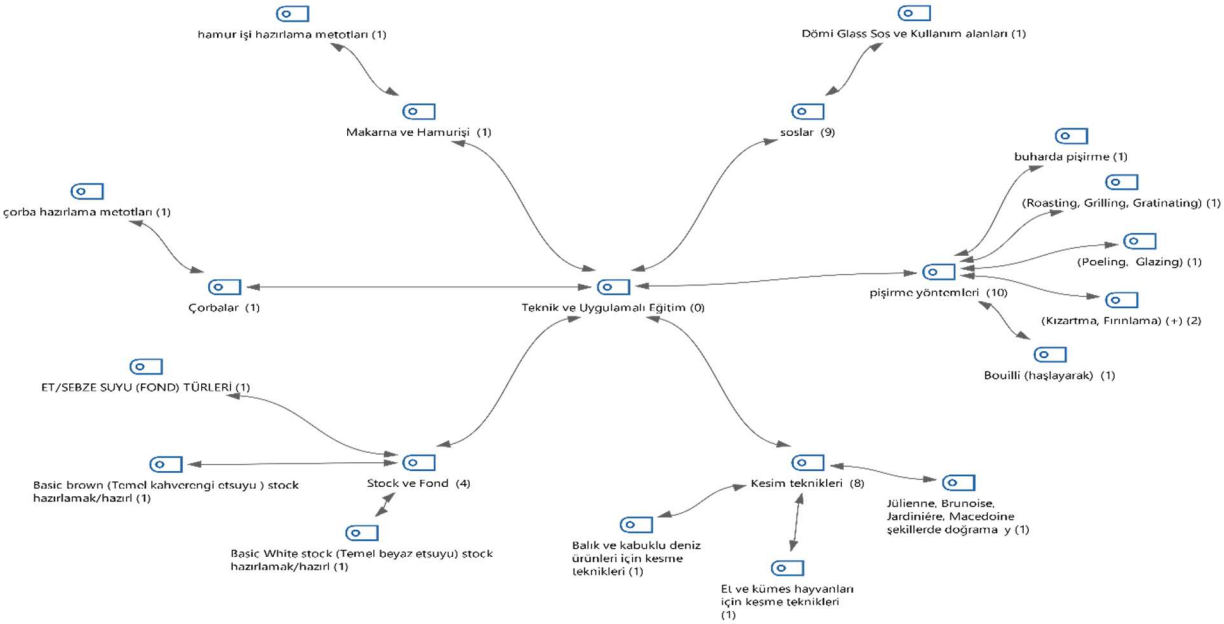
Şekil 7. Ders İçerikleri kod-teori modeli



Teknik ve Uygulamalı Eğitim İçeriğine İlişkin Bulgular

Ders içeriğinde yer alan *bıçak kullanımı ve kesim teknikleri*, *temel doğrama teknikleri*, *temel pişirme yöntemleri (suda, yağda ve kuru ısıda pişirme)* gibi başlıklar, öğrencilere mutfak becerilerini uygulamalı olarak kazandırmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda *fond hazırlama*, *sos çeşitleri*, *çorba yapımı*, *garnitürler*, *et, tavuk ve deniz ürünleri pişirme teknikleri* gibi konular, yiyecek üretiminin profesyonel boyutta öğrenilmesine katkı sunmaktadır.

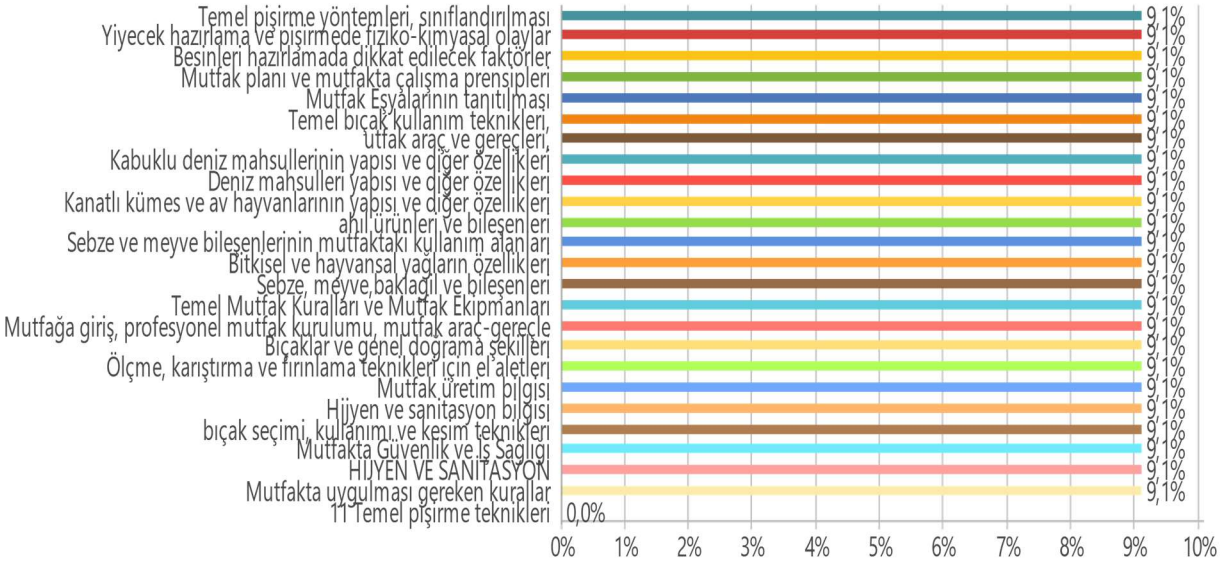
Şekil 8. Teknik ve Uygulamalı Eğitim Kod-Teori Modeli



Kuramsal Temellendirme ve Temel Bilgilere İlişkin Bulgular

Eğitimin başında yer alan *mutfağın tarihsel gelişimi*, *temel mutfak bilgileri*, *mutfak hijyeni*, *iş sağlığı ve güvenliği*, *mutfak organizasyonu*, *ekipmanların tanıtımı* gibi içerikler, öğrencilere profesyonel mutfağın genel işleyişi hakkında kuramsal bir altyapı sunmaktadır. Bu bağlamda, öğrencilerin mutfak ortamına ilişkin temel bilgi ve tutumları kazanmaları hedeflenmektedir.

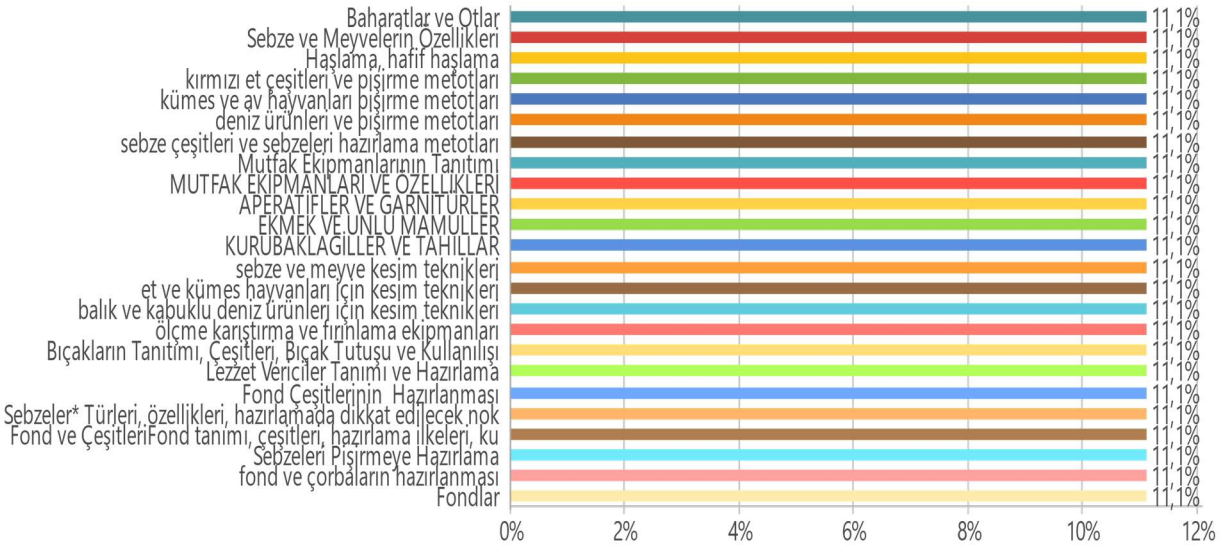
Şekil 9. Kuramsal Temellendirme ve Temel Bilgiler



Ürün ve Malzeme Bilgisi

Sebzeler, meyveler, tahıllar, süt ürünleri, yumurtalar, baklagiller, et ve deniz ürünleri gibi ana gıda gruplarına dair içerikler, öğrencilerin besin gruplarını tanıma, seçme, işleme ve pişirme bilgilerini geliştirir. Bu içerikler mutfakta kullanılan hammaddelerin özelliklerini bilimsel ve teknik açıdan değerlendirmeye olanak tanır.

Şekil 10. Ürün ve Malzeme Bilgisi



Organizasyon ve Yönetim Becerileri

Mutfak hizmetlerinin organizasyonu, üretim süreci, satın alma, görev planlama, standart reçete hazırlama gibi konular, profesyonel mutfak yönetimi ve verimlilik ilkelerine dayanmaktadır. Öğrencilerin yalnızca teknik beceri değil aynı zamanda yönetimsel yeterlikleri de kazanması amaçlanmaktadır.

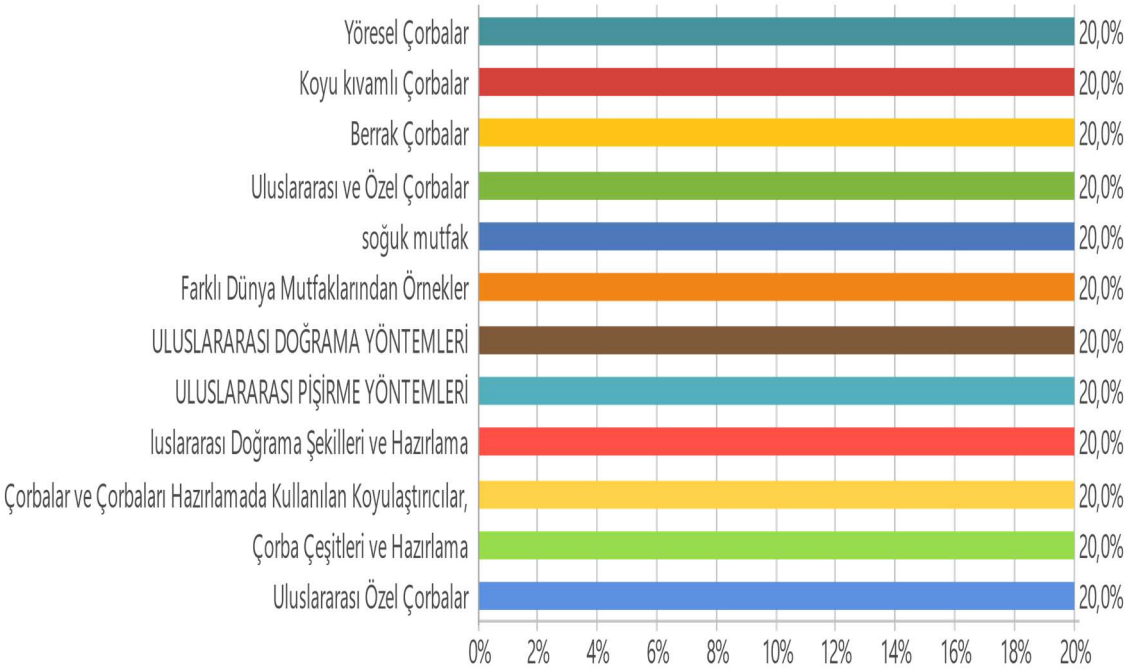
Şekil 10. Organizasyon ve Yönetim Becerileri



Ulusal ve Uluslararası Mutfak Uygulamaları

Yöresel ekmekler, ulusal çorbalar, Türk mutfağındaki soslar, *Fransız, Alman ve İtalyan ekmekleri* gibi başlıklar, öğrencilere hem yerel mutfak kültürünü tanıma hem de dünya mutfaklarına ait teknikleri öğrenme fırsatı sunar. Bu bağlamda dersler, kültürel çeşitliliğe duyarlı, küresel perspektife sahip aşçılar yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Şekil 10. Ulusal ve Uluslararası Mutfak Uygulamaları



SONUÇ

İlk uygulama derslerinin incelendiği bu çalışmada 62 farklı programın ilk uygulamalı dersi olan 70 adet ders incelenmiştir. Bu derslerin içeriklerinde önemli farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ders içeriklerinden önce ilk uygulamalı derslerin farklı dönemlerde yer aldığı, ders saatlerinin farklı olarak belirlendiği, yararlanılan kaynaklarda farklılıklar olduğu, ders içeriklerinden farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. En azından tüm bölümlerde ilk defa uygulamalı derse girecek öğrencilere aynı içeriklerin sunulması programlar arasında uygum için yararlı olacaktır. Bu kapsamda aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

- **Ders İçeriklerinin Daha Uyumlu Hale Getirilmesi**

Standartlaştırma Çalışmaları, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri arasında ders içeriklerinin daha uyumlu hale getirilmesi için bir standart oluşturulabilir. Bu standart, temel becerilerin ve bilgilerinin her öğrenciye eşit şekilde kazandırılmasını sağlar. *Ders Başlıklarının Belirlenmesi,* Ders isimlerinin farklı olması kafa karışıklığına neden olabilir. Bu nedenle, temel derslerin isimleri için ortak bir terminoloji belirlenebilir.

- **Ders Saatlerinin ve Sürelerinin Optimize Edilmesi**

Esnek Süreler, farklı üniversitelerdeki uygulama sürelerinin optimize edilmesi ve esnek hale getirilmesiyle, benzer konular için gerekli sürelerin belirlenmesi sağlanabilir. Örneğin, "doğrama teknikleri" gibi temel konular için önerilen bir süre aralığı oluşturulabilir. *Uygulama ve Teori Dengesi,* uygulamalı derslerin süresi ile teorik derslerin süreleri dengelenerek, öğrencilerin hem teknik becerilerini hem de kuramsal bilgilerini eşit şekilde geliştirmeleri sağlanabilir.

- **İlk Uygulamalı Derslerin Dönemsel Planlaması**

Ders Başlama Zamanlarının Uyumlaştırılması, ilk uygulamalı derslerin dönemsel olarak benzer zamanlarda başlatılması, öğrencilerin akademik takvimlerinin daha düzenli olmasını sağlar.

- **Ders İçeriklerinin Çeşitlendirilmesi ve Yinelenen Konuların Azaltılması**

Yinelenen Konuların Ele Alınması, "6 hafta sadece mutfak uygulama" gibi tekrar eden içerikler azaltılabilir. Bunun yerine, daha çeşitli ve kapsamlı içerikler eklenebilir, örneğin uluslararası mutfak kültürü ve yönetim konuları daha detaylı işlenebilir. Çapraz Dersler, hijyen, malzeme bilgisi ve mutfak yönetimi gibi alanların farklı derslerle entegrasyonu sağlanarak daha çeşitli ve kapsamlı içerikler oluşturulabilir.

- **Öğrencilerin İhtiyaçlarına Yönelik Çalışmalar**

Geri Bildirim Sistemler, öğrencilerin ilk uygulamalı derslerden edindikleri deneyimler hakkında geri bildirim verebilecekleri bir sistem oluşturulabilir. Bu, eksikliklerin veya güçlü yönlerin daha iyi anlaşılmasını sağlar. Modül Bazlı Eğitim, öğrencilere, uygulama, kuramsal bilgi, teknik yeterlilik, hijyen kuralları gibi temel alanlarda ayrı modüller sunularak, her modülde yeterliliklerinin değerlendirilmesi sağlanabilir.

- **Akademik İşbirlikleri**

Ortak Çalıştaylar, Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri arasında ortak çalıştaylar ve seminerler düzenlenerek, eğitmenlerin birbirinden öğrenmesi sağlanabilir. Müfredat Paylaşımı, üniversiteler arasında müfredat paylaşımı yapılabilir ve en iyi uygulamalar örnek alınabilir.

KAYNAKÇA

Apple, M. W. (2004). *Ideology and Curriculum*. Routledge.

Çarbuğa, Ü., Aydın, M., Sormaz, Ü., & Yılmaz, M. (2018). Gastronomi Eğitimi Veren Yükseköğretim Kurumlarının Uygulamalı Meslek Derslerinin Değerlendirilmesi. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3), 1-9.

Daylar, Ş. (2015). Otel Mutfak Yöneticilerinin İşgörenlerin Yeterlilik Düzeyi Hakkındaki Algıları: Karşılaştırılmalı Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Drake, S. M., & Burns, R. C. (2004). *Meeting Standards Through Integrated Curriculum*. ASCD.

Fitzgerald, A. (2019). *Curriculum Design for 21st Century Skills*. Springer.

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

Pinar, W. F. (2012). *What Is Curriculum Theory?* Routledge.

Sarıoğlan, M. (2014b). Expectations of employee in food & beverage firm and gastronomy education (Case of Turkey). European Journal of Research on Education, 5(6), 198-202.

Sezen, T.S. (2018). Gastronomi eğitiminin mevcut durumunun analizine yönelik bir araştırma. (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir

Şat, R., Sezen, T. S., & Doğdubay, M. (2023). Türkiye'de Gastronomi Eğitiminin Tarihi ve Gelişimi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 34(3), 318-334. Şenel, A. (2008). Eğitimin Temel Kavramları. M. Gültekin (Editör). Eğitim Bilimine Giriş Eskişehir. Anadolu Üniversitesi, ss.1-16.

Taba, H. (1962). *Curriculum Development: Theory and Practice*. Harcourt, Brace & World.

Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC medical research methodology*, *8*, 1-10.

Tyler, R. W. (1949). *Basic Principles of Curriculum and Instruction*. University of Chicago Press.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). Türkiye'de Eğitim Reformları ve Müfredat Değişiklikleri: Eleştirel Bir Bakış. *Eğitim ve Bilim*, 43(195), 39-53.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016).Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

MUTFAK KÜLTÜRÜNÜ AKTARMADA GASTRONOMİ MÜZELERİNİN ROLÜ: UNESCO GASTRONOMİ ŞEHRİ AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Hülya MUTLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Emirdağ Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, Aşçılık Programı
ORCID: 0000-0002-4207-7669

Dr. Öğr. Üyesi Asilhan Semih MUTLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-5235-7090

ÖZET
Bu araştırmanın amacı, mutfak kültürünün aktarılmasında gastronomi müzelerinin öneminin ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda, gastronomi teması ile UNESCO yaratıcı şehirler ağında yer alan Afyonkarahisar gastronomi müzesi incelenmiştir. Gerçekleştirilen çalışma ile Afyonkarahisar mutfak kültürünün müze aracılığı ile nasıl yansıtıldığı ortaya konulmuştur. Yapılan incelemede tarihi bir konağın restore edilerek gastronomi müzesine dönüştürüldüğü, müze içerisinde yöresel yemeklerin birebir benzerlerine ait maketlerin olduğu, geleneksel kıyafetler ve sofra adabının mankenlerle tasvir edildiği, geleneksel yemeklerin reçeteler, yemek hazırlamada kullanılan araç gereçler ve Afyonkarahisar'ın ikonik gastronomi ürünlerine yer verildiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda müzede yörenin mutfak kültürü, yöresel yemekler, yöresel ürünler, araç-gereçler, yöresel kıyafetler, sofra adabı, ürünlerin hazırlanış şekilleri, yemeklerin görünümleri ve içerikleri hakkında bilgi aktarıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan gastronomik kimlik geliştirmede, gastronomi faaliyetleri için alternatif oluşturmada, gastronomi turistleri için uğrak noktası olması ve şehrin turistik zenginliğine katkı sağlaması açısından gastronomi müzeleri önemli yer tutmaktadır. Sonuç olarak gastronomi şehri olan Afyonkarahisar'da mutfak kültürünü aktarmada gastronomi müzesinin önemli bir değer taşıdığı tespit edilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Gastronomi Müzesi, Mutfak Kültürü, UNESCO Gastronomi Şehri

THE ROLE OF GASTRONOMY MUSEUMS IN TRANSMITTING CULINARY CULTURE: THE CASE OF UNESCO GASTRONOMY CITY AFYONKARAHİSAR

ABSTRACT
This study aims to highlight the importance of gastronomy museums in the transmission of culinary culture. In this context, the Gastronomy Museum of Afyonkarahisar, a city listed in the UNESCO Creative Cities Network with a focus on gastronomy, was examined. The research reveals how Afyonkarahisar's culinary heritage is represented through the museum. It was determined that a historical mansion was restored and transformed into a gastronomy museum, featuring realistic models of local dishes, traditional attire, and dining etiquette displayed with mannequins. The museum also includes recipes, culinary tools, and iconic gastronomic products of the region. Within this scope, the museum provides information about the local culinary culture, traditional dishes, regional products, tools, garments, food preparation methods, and visual and ingredient-based representations of meals.

Furthermore, gastronomy museums play a crucial role in developing gastronomic identity, offering alternatives for gastronomic activities, attracting gastronomy tourists, and contributing to the city's touristic appeal. In conclusion, the Gastronomy Museum in Afyonkarahisar holds significant value in preserving and conveying the region's culinary culture.
Keywords: Gastronomy, Gastronomy Museum, Culinary Culture, UNESCO Gastronomy City

GİRİŞ

Müzeler toplumların kültürel mirasını koruma, tanıtma ve gelecek kuşaklara aktarma işleviyle önemli bir yere sahiptir. Türk Dil Kurumu, müzeyi "sanat ve bilim eserlerinin veya sanat ve bilime yarayan nesnelerin saklandığı, halka gösterilmek için sergilendiği yer veya yapı" olarak tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, 2025). Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ise müzeleri, *"toplumun hizmetinde olan ve onun gelişimi için çalışan, insanlığın somut ve somut olmayan kültürel mirası ile çevresini tanıması ve sahiplenmesi amacıyla ilmi yöntemlerle açığa çıkaran, inceleyen, değerlendiren, koleksiyonlar oluşturan, koruyan, tanıtan, sürekli ve geçici olarak sergileyen, eğiten, kültürel, sanatsal zevkini ve dünya görüşünü geliştirmesinde etkili olan, kamuya açık, kar amacı gütmeyen daimi kuruluş"* olarak tanımlamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025). Bu tanımlar doğrultusunda müzeler yalnızca tarihi eserlerin sergilendiği mekânlar olmanın ötesinde kültürel kimliğin inşasında ve toplumsal hafızanın oluşumunda etkili kurumlardır (Falk & Dierking, 2013; Hooper-Greenhill, 2000).

Müze sergilemeleri, ziyaretçilere sunulan deneyimi şekillendiren önemli bir unsurdur. Bu bağlamda sergileme teknikleri; durağan (geleneksel) ve dinamik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Durağan sergileme teknikleri; vitrin içi ya da stant üzeri sergilemeler, maketler, mankenler, çizimler, fotoğraflar ve bilgi panoları gibi hareketsiz öğelerle yapılandırılmaktadır Buna karşılık, sesli yönlendiriciler, film, video, interaktif gösterimler ve simülatörler gibi görsel-işitsel ögelerin kullanıldığı dinamik teknikler, ziyaretçilerin katılımını artırarak öğrenme sürecine aktif olarak dâhil olmalarını hedeflemektedir (Erbay, 2011).

Son yıllarda müzeler yalnızca geçmişin belgelenmesi değil aynı zamanda deneyimsel öğrenmenin merkezleri hâline gelmiştir. Bu dönüşüm özellikle tematik müzelerde daha belirgin hâle gelmektedir. Gastronomi müzeleri bu kapsamda öne çıkan bir türdür. Yiyeceklerin tarihsel gelişimi, pişirme yöntemleri, yerel kültürdeki yeri ve bu öğelere dair anlatıların sunulduğu gastronomi müzeleri, ziyaretçilere hem kültürel hem duyusal bir deneyim sağlamaktadır (Prentice, 1993). Ziyaretçilerin yalnızca görsel değil, tat, koku ve etkileşim yoluyla da bilgi edinmesini mümkün kılan bu müzeler, kültürel mirasın aktarılmasında etkili bir rol oynamaktadır (Hjalager & Richards, 2002; Ser, 2020). Gastronomik deneyimlerin sunulduğu bu tür müzelerde tüketim olanaklarının entegre edilmesi, turistlerin ziyaret süresini uzatmakta ve bölgedeki harcama miktarını artırmaktadır (Chepurda & Savchenko, 2020). Aynı zamanda gastronomi müzeleri kültürel özgünlüğü ön plana çıkararak destinasyonların turistik çekiciliğini artırmakta ve ziyaretçilere eşsiz bir kültürel deneyim sunmaktadır (Birdir, Kızılcık & Akyürek, 2018). Bu bağlamda gastronomi müzeleri hem yeme-içme kültürünün belgelenmesi hem de bu kültürün turistik bir değer olarak sunulması açısından önemli bir tematik müze türü hâline gelmiştir (Cankül & Cankül, 2023). Yöresel mutfaklara ait araç-gereçler, geleneksel pişirme teknikleri ve yerel tatların sunumu sayesinde bu müzeler adeta birer kültürel vitrin işlevi görmektedir (Yılmaz, Varış & Güçlü Nergiz, 2023).

Bu çalışmanın amacı, gastronomi müzelerinin mutfak kültürünün aktarımındaki rolünü incelemektir. Bu çerçevede, UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olan Afyonkarahisar ili örneği üzerinden şehirde bulunan gastronomi müzesinin yerel mutfak kültürünün tanıtımına nasıl katkı sunduğu ve müze içeriğindeki öğelerin ziyaretçilere hangi tür deneyimler yaşattığı değerlendirilmiştir.

Gastronomi Temalı Müzeler

Gastronomi müzeleri kültürel mirasın korunması ve tanıtılması, turizmin geliştirilmesi ve turizm açısından önemli bir çekim merkezi oluşturması açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'deki gastronomi müzeleri yerel mutfak kültürlerinin sergilenmesi, tarihsel bağlamda gıda üretim süreçlerinin anlatılması ve bu süreçlerin geleceğe aktarılması adına büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak gastronomi müzeleri sadece gastronomik kültürü tanıtmakla kalmayıp aynı zamanda bu kültürün sürdürülebilirliğini sağlamada da kritik bir rol oynamaktadır. Gastronomi müzeleri mutfak kültürünü tanıtmak, turizmi canlandırmak, yörenin gastronomik kimlik kazanmasını sağlamak, destinasyon pazarlamasında yöreyi ön plana çıkartmak gibi amaçlarla kurulabilmektedir (Sandıkcı, Mutlu ve Mutlu, 2019a).

Türkiye'de gastronomi müzeleri üzerine yapılan çalışmalar 2014 yılı itibariyle başlamış olup özellikle 2019 yılı ve sonrasında artmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır. Ulusal literatürde 60'ya yakın gastronomi müzeleri başlığına sahip yayın bulunmakta olup bunların çoğunluğu bildiri ve makale türündedir. Yapılan çalışmalarda örneklem grubu olarak genellikle müze tanıtımına ve ziyaretçi deneyimlerine odaklanıldığı görülmektedir. Mevcut çalışmalarda ziyaretçilerin yanı sıra müze personelleri, müze kurucuları, akademisyenler ve yerel yöneticiler de örneklem grubu olarak kullanılmıştır. Gastronomi müzeleri ile ilgili mevcut çalışmaları dörde ayırmak mümkündür. Bunlardan ilki gastronomi müzelerinin yapıları ve Türkiye'deki ve dünyadaki mevcut durumları üzerine yapılan çalışmalardır. Bu kategorideki çalışmalar müzelerin tematik yapılarını, sergileme biçimlerini ve içeriklerini ele almaktadır. Bu kapsamda yapılmış çalışmalar gastronomi müzelerinin sahip olduğu tematik çeşitliliği ve kültürel mirası nasıl sunduklarını ortaya koymaktadır (Gökçe, Sunar ve Türkoğlu, 2017; Bekar, Arman ve Sürücü, 2017; Mankan, 2017b; Sandıkcı, Mutlu ve Mutlu, 2019a; Sandıkcı, Mutlu ve Mutlu, 2019b; Sandıkcı, Mutlu, ve Mutlu 2019c; Ceyhun Sezgin ve Akbıyuk, 2021; Çekal, Doğan ve Aktürk, 2022; Şeyhanlıoğlu, Duman & Arıca, 2023; Cankül ve Cankül, 2023; Aydınlı & Bulut Solak, 2024;). İkinci olarak gastronomi müzelerinin turizmdeki rolü ve destinasyon çekiciliği üzerine yapılan araştırmalar, gastronomi müzelerinin turistik destinasyonların çekiciliğini nasıl artırdığına dair veriler sunmaktadır. Bu müzelerin destinasyonların cazibe merkezi olma potansiyeli üzerinde yapılan analizler yerel turizmi nasıl desteklediklerini ortaya koymaktadır (Yılmaz ve Şenel, 2014; Mankan, 2017a; Pekyaman, Yılmaz ve Aliyeva, 2019; Çetin ve Küçükkömürler, 2019; Özaydın & Çevik, 2021; Lokman, Yarmacı Güvenç & Güdül, 2022; Özer, Özer ve Düz Özer, 2022). Üçüncü olarak sürdürülebilirlik ve kültürel miras bağlamında gastronomi müzelerinin rolü üzerine yapılan çalışmalar gastronomi müzelerinin yerel gıda kültürlerinin korunmasına ve sürdürülebilirliğine nasıl katkı sağladığını incelemektedir. Bu müzeler gastronomik kültürleri tanıtmakla kalmayıp aynı zamanda bu kültürlerin geleceğe taşınmasına da önemli bir işlev üstlenmektedir (İstanbullu Dinçer ve Şahinoğlu 2015; Akyürek ve Erdem, 2018; Ağcakaya ve Can, 2019; Göker ve Semint; 2021; Kavrak ve Özbay, 2022; Kırbaç ve Bucak, 2022; Uyar, 2022; Baycar 2022; Egeli 2023; Ayyıldız vd., 2024).

Son olarak deneyim başlığı ziyaretçilerin yorumları, sosyal medya etkileşimleri, web site analizleri, çevrimiçi değerlendirmeleri gibi çalışmaları kapsamaktadır (Birdir, Kızılcık ve Akyürek, 2018; Yavuz ve Uluk 2021; Demirci, 2021; Sarı Gök ve Şalvarcı, 2021; Yıldırım Sarıhan ve Kurnaz; 2021; Tekeli ve Çıtak, 2023; Yılmaz vd., 2023; Ertaş Sabancı, 2024).
Gastronomi müzeleri üzerine yapılan uluslararası çalışmalar, bu tematik müzelerin hem kültürel mirasın korunmasında hem de turistik deneyimlerin çeşitlendirilmesinde önemli roller üstlendiğini ortaya koymaktadır. Kim, Park ve Xu (2020), yemek müzesi bünyesindeki restoranlarda turistlerin yaşadığı deneyimleri incelemiştir. Kurniawati ve Lestari (2016), geleneksel Endonezya yemek kültürünün korunmasında yemek müzelerinin etkili bir araç olabileceğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde Chong ve Stephenson (2020), Malezya'daki sokak yemeği kültürüne ilişkin araştırmalarında, sokak yemeği üretim ve tüketim süreçlerinin sergileneceği sokak yemekleri müzelerinin bölge için önemli bir turistik çekicilik unsuru oluşturabileceğini önermektedir. Llerena (2009), yemek olgusunu insanlık tarihiyle iç içe geçmiş bir anlatı olarak ele almakta ve sanat, bilim, tarih gibi çeşitli temalardaki müzelerde bu unsura yer verildiğini ifade etmektedir. Llerena, yemek müzelerinde genellikle seramikler, tabaklar, kurutulmuş baharatlar, endüstriyel pişirme gereçleri ve dökme demir kapların sergilendiğini belirtmektedir. Ayrıca yemek müzeciliğinin 20. yüzyılın bireycilik ve tüketici kapitalizmi anlayışından uzaklaşarak gıda konularına yönelik artan ilgiyle birlikte kar amacı gütmeyen yapılar şeklinde ortaya çıktığını savunmaktadır. Garibaldi ve Pozzi (2021: 83) tarafından gerçekleştirilen çalışmada ise İtalya'daki gastronomi müzeleri ele alınmıştır. Araştırma bulgularına göre ülkede toplam 99 gastronomi müzesi bulunmakta ve bu müzelerin büyük çoğunluğu mutfak temalıdır. Söz konusu müzelerin %52'si özel sektör tarafından, %48'i ise kamu kurumları tarafından işletilmektedir. Bu durum gastronomi müzelerinin hem kamusal hem de özel girişimlerle desteklenen önemli kültürel yapılar hâline geldiğini göstermektedir.
Tüm bu çalışmalar gastronomi müzelerinin yalnızca yemek kültürünün sunumu ve tanıtımıyla sınırlı kalmadığını; aynı zamanda yerel kimliklerin güçlendirilmesi, kültürel mirasın korunması, turizm çeşitliliğinin artırılması ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkı sağlama gibi çok boyutlu işlevler üstlendiğini ortaya koymaktadır. Ancak literatürdeki artışa rağmen Türkiye'deki gastronomi müzelerinin uygulamadaki yansımalarına, ziyaretçi deneyimlerinin derinlemesine analizine ve bu müzelerin yerel turizm politikalarına olan etkisine yönelik çalışmaların sayıca sınırlı olduğu dikkat çekmektedir. Bu bağlamda çalışmanın odaklandığı Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi örneği gastronomi müzelerinin yerel mutfak kültürünün aktarımı ve destinasyon çekiciliği üzerindeki somut etkilerini incelemek açısından önemli bir vaka çalışması niteliği taşımaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Örneklem olarak seçilen Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde mutfak kültürünün aktarılmasında gastronomi müzelerinin önemi ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma verileri gözlem formu kullanılarak gözlem tekniği ile toplanmıştır. Müzeye gözlem yapmak amacıyla 11.01.2025 tarihinde gidilmiş, yaklaşık bir saat müzede gözlem yapılmış, objeler ve müze araştırmacı tarafından fotoğraflanmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde yapılan gözlem ile elde edilen bulgulara yer verilmiş olup gözlem ile elde edilen bulgular görsellerle desteklenerek sunulmuştur.

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi kentin zengin mutfak mirasını, geleneksel üretim tekniklerini ve yöresel yaşam pratiklerini koruma, sergileme ve gelecek nesillere aktarma amacını güden kültürel bir yapıdır. Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi sadece bir sergi alanı olmanın ötesinde gastronomi kültürünün yaşatıldığı ve ziyaretçilerle paylaşıldığı bir kültürel hafıza mekânı olarak önemli bir işlev üstlenmektedir. Bu yönüyle müze UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı'na dâhil olan Afyonkarahisar'ın "Gastronomi Şehri" unvanını ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtma konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nin tarihi bir konak içerisinde yer alması ve çevresindeki tarihi yapılarla yakınlığı, müzenin stratejik konumunu ve ziyaretçi erişimine elverişliliğini göstermektedir.
Afyonkarahisar'ın coğrafi işaretli ürünleri, geleneksel pişirme teknikleri ve geleneksel mutfak ekipmanları gibi unsurlarla bölgenin gastronomik zenginliği müzede sunulmaktadır. Müze bulunduğu şehrin mutfak kültürünü somut hale getirerek ziyaretçilere aktaran nadir örneklerden biridir. 1910 yılında inşa edilen tarihi bir konakta yer alan müze, Afyonkarahisar Belediyesi tarafından aslına uygun şekilde restore edilmiştir. 2017 yılında konağın restorasyon işlemleri tamamlanarak Kültür ve Sanat Evi olarak hizmete açılmıştır. 2022 yılında ise Afyonkarahisar Gastronomi müzesi kısmı ziyarete açılmıştır. Üç katlı olan bu tarihi konakta her katta farklı alanlarda bölümler bulunmaktadır. Alt katta tarım, hayvancılık ve nalbant müzesi yer almakta, burada kağnı, düven, nal çeşitleri, kara saban gibi çeşitli tarım araçları ve nalbant malzemeleri sergilenmektedir. Üst katta ise kültür ve sanat evi bulunmaktadır. Bu katta baş oda, çeyiz odası, gelin odası ve toplantı odaları gibi geleneksel yaşam alanları yer alırken, ikinci katında gastronomi müzesi bulunmaktadır. Müzede teşhir salonu konağın odaları olup her odada ayrı bir tema işlenmiştir. Bu katta dört oda yer almakta olup müze tematik odalardan oluşan bir kurguya sahiptir. Her oda belirli bir yiyecek kültürünü veya yaşam pratiğini temsil edecek şekilde tasarlanmıştır. Müzenin duvarlarına her salonun konusuna göre görsel içeren bilgi panoları hazırlanmıştır. Sucuk Odası, Afyon sucuğunun geleneksel üretim sürecini ve tüketim biçimlerini; Lokum Odası, kente özgü lokum üretimini ve sunum kültürünü; Yöresel Mutfak Odası, geleneksel ev içi yemek hazırlama süreçlerini; Günlük Yaşam Odası, kırsal yaşamın ev içi düzenini ve beslenme alışkanlıklarını; Mahalle Fırını Köşesi ise toplumsal dayanışma örneği olan mahalle fırınlarında yürütülen ortak üretim kültürünü sergilemektedir.
Müzede sergilenen mutfak gereçleri ve sofra düzeni, bölgeye özgü kullanım biçimleri ve yerel adlarıyla birlikte sunulmakta, böylece ziyaretçilere geleneksel gastronomi kültürü hakkında bilgi sağlanmaktadır. Bağışlayan kişilerin isimleri bir panoda belirtilmektedir. Bu durum toplumsal katılımın ve kültürel mirasın korunmasındaki bireysel katkıyı görünür kılmaktadır. Elektronik rehberlik sistemine yer verilmeyen müzede, ziyaretçiler talep etmeleri hâlinde müze görevlilerinden sözlü bilgi alabilmektedir. Ayrıca müzede kafeterya, çocuklara yönelik etkinlik alanı ya da konferans salonu gibi ek mekânsal olanaklar bulunmamaktadır. Müze ziyareti sürecinde herhangi bir yiyecek-içecek ikramının yapılmadığı tespit edilmiştir.

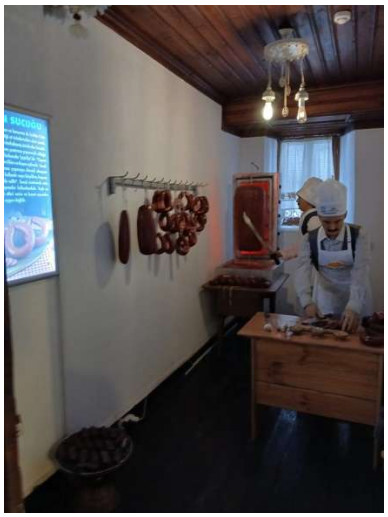
Resim 1. Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi



Afyonkarahisar sucuğu yöresel lezzeti, geleneksel üretim teknikleri ve köklü tarihi geçmişiyle kentin gastronomi mirasının önemli bir unsurunu oluşturmaktadır. Bu bağlamda Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde yer alan "Sucuk Odası" geleneksel sucuk üretim ve tüketim kültürünü ziyaretçilere aktarmak amacıyla hazırlanmıştır. Odanın tasarımı bölgeye özgü üretim tekniklerini ve tarihi mutfak kültürünü yansıtacak şekilde kurgulanmıştır.

Sucuk Odasında Afyonkarahisar'a özgü geleneksel yöntemlerle üretilen sucukların sergilenmesine öncelik verilmiştir. Duvarlarda çeşitli türlerde sucuk ve pastırma maketi asılı olarak teşhir edilmektedir. Bu ürünler etin baharatlarla yoğrulması, bağırsaklara doldurulması ve belirli koşullarda kurutulması gibi geleneksel üretim süreçlerinin birer örneğidir. Ayrıca oda içerisinde balmumundan yapılmış heykel figürleriyle sucuk hazırlığı yapan ustalar betimlenmiştir. Bu figürler üretim sürecindeki el işçiliğini ve ustalık bilgisini ziyaretçilere görsel olarak aktarmayı amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra Afyonkarahisar'da önemli bir tüketim biçimi olan sucuk döner de odada temsil edilmektedir. Sucuk dönerin kesimi balmumu ustalar aracılığıyla sahnelenmiş; yerde mangal üzerinde sucuk pişirilmesi sahnesi ile geleneksel tüketim alışkanlıkları da ziyaretçilere sunulmuştur. Odanın bir köşesinde yer alan bilgilendirme panosu ise Afyon sucuğunun üretim süreci, tarihi gelişimi ve kültürel önemi hakkında ziyaretçilere bilgi sağlamaktadır. Sucuk Odası hem üretim hem de tüketim pratiklerini bir arada sunarak Afyonkarahisar'ın gastronomi kültürünü bütüncül bir yaklaşımla tanıtmaktadır.

Resim 2. Sucuk Odası



Lokum Odası

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde yer alan Lokum Odası yöresel tatlı kültürünün önemli bir parçası olan lokumun geleneksel üretim sürecini ve kültürel değerini ziyaretçilere sunmaktadır. Odanın tasarımında lokum yapımına özgü üretim teknikleri ve dönemsel mutfak düzenlemeleri esas alınmıştır. Lokum odasında mermer tezgâh üzerinde çalışan iki balmumu heykel figürü yer almaktadır. Figürlerden biri lokum sarma işlemini temsil ederken, diğeri oklava yardımıyla lokum hamurunu açma aşamasını canlandırmaktadır. Bu sahne lokum üretimindeki el işçiliğinin ve ustalığın önemine dikkat çekmektedir. Tezgâhın ön kısmındaki raflarda, geleneksel sunum kaplarında lokum çeşitleri sergilenmiştir. Lokumlar hem günlük tüketimde hem de özel günlerde ikram edilen değerli tatlılar arasında yer almaktadır. Sunumda kullanılan seramik ve bakır kaplar dönemin estetik anlayışını ve servis kültürünü yansıtmaktadır.

Resim 3. Lokum Odası



Yöresel Mutfak Odası

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde yer alan Yöresel Mutfak Odası geleneksel yaşamın mutfak kültürünü ve ev içi üretim pratiklerini ziyaretçilere tanıtmayı amaçlamaktadır. Oda dönemin günlük yaşamını ve yemek pişirme tekniklerini otantik bir biçimde yansıtacak şekilde tasarlanmıştır. Oda içerisinde yer sofrasında çeşitli yöresel hamur işleri maketleri sergilenmektedir. Sofrada bükme, katmer, ağzı açık gibi geleneksel unlu mamuller yer almakta; bu ürünler yanında isimlik kartları bulunmakta ve ziyaretçilere tanıtılmaktadır. Sofranın etrafında yer alan balmumu heykel figürleri Afyonkarahisar patatesli ekmeğini kesme ve sobada yiyecek pişirme sürecini canlandırmaktadır. Odanın bir köşesinde yer alan kuzine soba yörede yaygın kullanılan ısınma ve pişirme aracını temsil etmektedir. Sobanın çevresinde bakır kaplar, taş değirmenler, su testileri ve tahıl çuvalları gibi mutfakta kullanılan geleneksel gereçler dikkat çekmektedir. Duvarlardaki raflarda ve askılarda ise farklı boyutlarda bakır ve demir tencereler sergilenmiştir. Bu mutfak gereçleri Afyonkarahisar'ın tarihi ev mutfağı kültürünü yansıtmaktadır.



Resim 4. Yöresel Mutfak Odası

Günlük Yaşam Odası

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde yer alan Günlük Yaşam Odası geleneksel kırsal hayatın mutfak merkezli günlük pratiklerini yansıtan bir mekân olarak tasarlanmıştır. Oda yalnızca yemek üretimini değil aynı zamanda geçmiş dönemlerdeki ev içi yaşam düzenini, iş bölümlerini ve kültürel ritüelleri de ziyaretçilere aktarmayı amaçlamaktadır. Odada yer alan yer sofrası çevresinde ev halkının temel gıda ürünlerini tükettiği sahneler canlandırılmıştır. Sofrada çeşitli geleneksel ekmek türleri, çörekler ve unlu mamuller sergilenmekte; bunların etrafında konumlandırılmış balmumu heykeller bulunmaktadır.

Resim 5. Günlük Yaşam Odası



Mahalle Fırını Köşesi

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde oluşturulan Mahalle Fırını Köşesi, geleneksel mahalle yaşamının önemli bir parçası olan ortak fırın kültürünü yansıtmaktadır. Bu köşe geçmiş dönemlerde bireysel evlerde büyük fırınların bulunmaması nedeniyle komşular arasında paylaşılan üretim ve pişirme pratiklerini canlandırmaktadır. Köşe düzenlemesinde geleneksel taş fırında unlu mamullerin ve fırın yemeklerinin hazırlanıp pişirildiği süreçler görsel olarak sunulmaktadır. Balmumu heykel figürü fırında pişirme aşamalarını temsil etmektedir. Aynı zamanda köşe içerisinde kullanılan taş değirmen, hamur teknesi, sac ve fırın küreği gibi araçlar da dönemin mutfak gereçlerini somutlaştırmaktadır. Mahalle Fırını Köşesi'nde patatesli köy ekmeği gibi geleneksel unlu mamuller sergilenmektedir. Bu ürünler yalnızca bir beslenme biçimi değil aynı zamanda toplumsal dayanışmanın bir göstergesi olarak da yorumlanmaktadır. Fırın çevresindeki sosyal ilişkiler, komşuluk bağlarını güçlendiren önemli bir unsur olarak vurgulanmıştır. Fırın içinde Afyonkarahisar patatesli ekmeği ve güveç tasvir edilmiştir. Duvarlarda ekmek yapımında kullanılan farklı ekipmanlar yer almaktadır.

Resim 6. Mahalle Fırını Köşesi



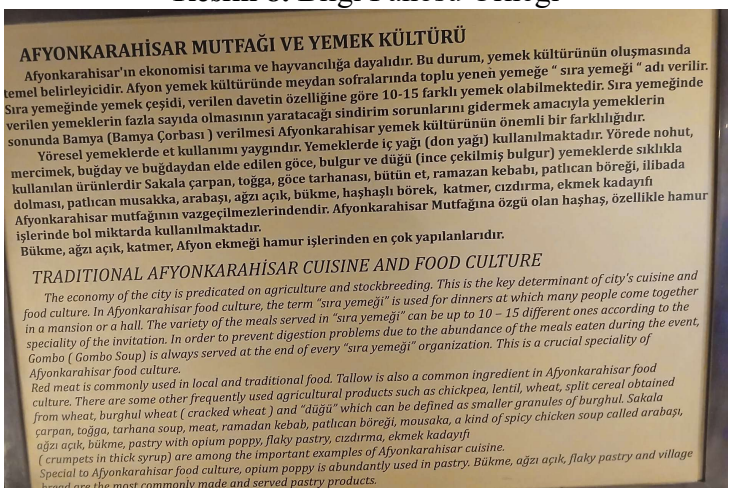
Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nde gerçekleştirilen gözlem sonucunda sergileme yöntemlerinin büyük ölçüde durağan tekniklere dayandığı tespit edilmiştir. Sergilemede başlıca olarak vitrinler, bilgi panoları ve temsili mankenler kullanılarak Afyonkarahisar mutfağına özgü objeler ve kültürel unsurlar sunulmaktadır. Vitrinler özellikle müze koridorlarında yoğunluk göstermekte olup içerisinde geleneksel mutfak araç ve gereçleri içinde yöresel yemeklerin maketleri yer almaktadır. Vitrinlerde sergilenen her bir yemek maketi yanında yer alan isimliklerle tanıtılmakta; bu da görsel materyalin açıklayıcı metinlerle desteklenmesini sağlamaktadır. Odalarda ise mutfak araç gereçlerinin vitrin içinde değil doğrudan duvarlara asılı şekilde sunulduğu gözlemlenmiştir.

Resim 7. Vitrin Örneği



Bilgi panoları müze anlatısının önemli bir parçasını oluşturmakta ve ziyaretçilere kültürel bağlam sunmaktadır. Duvarlara asılı bu panolar arasında *Afyonkarahisar mutfağı ve yemek kültürü*, *Kültür ve Sanat Evi tarihçesi*, *Afyon lokumu*, *Afyon sucuğu*, *Afyonkarahisar mutfağında kullanılan araç gereçler*, *Afyon yöresel gıdaları* ve *Gastronomi serüvenimiz* başlıklı içerikler yer almakta, ayrıca eser bağışçılarını içeren bir *bağış listesi panosu* da bulunmaktadır.

Resim 8. Bilgi Panosu Örneği



AFYONKARAHİSAR MUTFAĞI VE YEMEK KÜLTÜRÜ

Afyonkarahisar'ın ekonomisi tarıma ve hayvancılığa dayalıdır. Bu durum, yemek kültürünün oluşmasında temel belirleyicidir. Afyon yemek kültüründe meydan sofralarında toplu yenen yemeğe " sıra yemeği " adı verilir. Sıra yemeğinde yemek çeşidi, verilen davetin özelliğine göre 10-15 farklı yemek olabilmektedir. Sıra yemeğinde verilen yemeklerin fazla sayıda olmasının yaratacağı sindirim sorunlarını gidermek amacıyla yemeklerin sonunda Bamya (Bamya Çorbası) verilmesi Afyonkarahisar yemek kültürünün önemli bir farklılığıdır.

Yöresel yemeklerde et kullanımı yaygındır. Yemeklerde iç yağı (don yağı) kullanılmaktadır. Yörede nohut, mercimek, buğday ve buğdaydan elde edilen göce, bulgur ve düğü (ince çekilmiş bulgur) yemeklerde sıklıkla kullanılan ürünlerdir Sakala çarpan, toğga, göce tarhanası, bütün et, ramazan kebabı, patlıcan böreği, ilibada dolması, patlıcan musakka, arabaşı, ağzı açık, bükme, haşhaşlı börek, katmer, cızdırma, ekmek kadayıfı Afyonkarahisar mutfağının vazgeçilmezlerindendir. Afyonkarahisar Mutfağına özgü olan haşhaş, özellikle hamur işlerinde bol miktarda kullanılmaktadır.

Bükme, ağzı açık, katmer, Afyon ekmeği hamur işlerinden en çok yapılanlarıdır.

TRADITIONAL AFYONKARAHİSAR CUISINE AND FOOD CULTURE

The economy of the city is predicated on agriculture and stockbreeding. This is the key determinant of city's cuisine and food culture. In Afyonkarahisar food culture, the term "sıra yemeği" is used for dinners at which many people come together in a mansion or a hall. The variety of the meals served in "sıra yemeği" can be up to 10 – 15 different ones according to the speciality of the invitation. In order to prevent digestion problems due to the abundance of the meals eaten during the event, Gombo (Gombo Soup) is always served at the end of every "sıra yemeği" organization. This is a crucial speciality of Afyonkarahisar food culture.

Red meat is commonly used in local and traditional food. Tallow is also a common ingredient in Afyonkarahisar food culture. There are some other frequently used agricultural products such as chickpea, lentil, wheat, split cereal obtained from wheat, burghul wheat (cracked wheat) and "düğü" which can be defined as smaller granules of burghul. Sakala çarpan, toğga, tarhana soup, meat, ramadan kebab, patlıcan böreği, mousaka, a kind of spicy chicken soup called arabaşı, ağzı açık, bükme, pastry with opium poppy, flaky pastry, cızdırma, ekmek kadayıfı (crumpets in thick syrup) are among the important examples of Afyonkarahisar cuisine.

Special to Afyonkarahisar food culture, opium poppy is abundantly used in pastry. Bükme, ağzı açık, flaky pastry and village bread are the most commonly made and served pastry products.

Mankenler ise mutfak kültürünün temsili canlandırmasında kullanılmakta olup durağan sahneler aracılığıyla geçmişe ait yaşam biçimlerini yansıtmaktadır. Yer sofrasında oturan bir aile, sucuk-döner pişiren bireyler, lokum ve hamur işi üretim sürecini betimleyen sahneler ile mahalle fırınında ekmek pişiren figürler söz konusu kültürel aktarımı desteklemektedir. Vitrinlerde yer alan mutfak gereçleri, bilgi panoları aracılığıyla desteklenen yazılı açıklamalar ve mankenlerle yapılan sahnelemeler ziyaretçilere görsel bir bağlam sunmaktadır. Etkileşimli ya da çok duyulu deneyim sunan dinamik sergileme tekniklerinin ise müzede kullanılmadığı gözlemlenmiştir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma gastronomi müzelerinin mutfak kültürünün aktarılmasındaki rolünü anlamayı amaçlamıştır. Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi, bölgenin gastronomik kimliğini tanıtmak ve gelecek nesillere aktarmak adına önemli bir kültürel mekan olarak öne çıkmaktadır. Yapılan gözlemler müzenin Afyonkarahisar mutfağını yansıtan içeriklerle zenginleştirildiğini ve ziyaretçilere hem görsel hem de yazılı materyallerle bilgi sunduğunu ortaya koymuştur. Müzede geleneksel mutfak gereçleri, yöresel yemekler, yemeklerin yapım teknikleri ve Afyonkarahisar'ın gastronomik ürünleri hakkında geniş bir bilgilendirme yapılmakta olup ayrıca gastronomik kimlik geliştirme açısından önemli bir rol üstlenmektedir. Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi gastronomi turizmi açısından da önemli bir potansiyel taşımaktadır. Şehir gastronomi şehri unvanını alarak ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmakta ve müze bu sürecin önemli bir parçası olmaktadır. Müze Afyonkarahisar mutfak kültürünü sadece bir sergi alanı olarak sunmakla kalmayıp, aynı zamanda şehri tanıtan ve şehrin gastronomik zenginliğini vurgulayan bir kültürel hafıza mekânı olarak işlev görmektedir. Ayrıca gastronomi turizmi için bir odak noktası haline gelmesi, Afyonkarahisar'ın turizm sektörünü çeşitlendirmekte ve ekonomiye katkı sağlamaktadır.

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi'nin ziyaretçi deneyimini daha zenginleştirmek ve gastronomi kültürünü daha geniş kitlelere tanıtmak için birkaç öneri sunulmuştur. İlk olarak etkileşimli sergileme yöntemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Müze dijital platformlar, sanal turlar ve etkileşimli ekranlar gibi dinamik sergileme yöntemleri kullanarak ziyaretçilerin daha fazla etkileşimde bulunması sağlanmalıdır. Ayrıca çocuklar ve aileler için gastronomi temalı eğitim programları ve atölyeler düzenlenerek genç nesile bu kültürün önemi aşılanabilir. Müzede gastronomi turizminin gelişmesini desteklemek adına Afyonkarahisar mutfağının meşhur lezzetlerinin yapıldığı yemek atölyeleri düzenlenebilir ve böylece ziyaretçilere yöresel yemeklerin yapım sürecini gözlemleme fırsatı sunulabilir. Müze içinde bir kafeterya veya restoran bölümü eklenerek ziyaretçilere Afyonkarahisar'ın mutfak kültüründen örnekler sunulabilir böylece yerel tatlar deneyimlenebilir. Son olarak kültürel mirasın yaygınlaştırılması adına müze uluslararası gastronomi festivallerinde veya fuarlarda tanıtılarak daha geniş bir kitleye ulaşılabilir.

Afyonkarahisar Gastronomi Müzesi, yalnızca bir kültürel miras alanı olmanın ötesine geçerek şehrin gastronomik kimliğini tanıtan ve yaşatan önemli bir yapı olarak işlev görmektedir. Müzede kullanılan geleneksel sergileme yöntemleri ve tasarımlar geçmişe dair kültürel bir bağ kurarken müze ziyaretçilerine de bölgenin gastronomik tarihini ve kültürünü keşfetme fırsatı sunmaktadır. Ancak sergileme yöntemlerinin daha dinamik hale getirilmesi müzenin daha geniş kitlelere hitap etmesini sağlayabilir. Özellikle gastronomi ile ilgili görsel ve işitsel deneyimler sunan etkileşimli sergiler**,** ziyaretçi etkileşimini artırarak müze deneyimini daha cazip hale getirebilir.

Afyonkarahisar, gastronomi şehri unvanını pekiştirmek ve gastronomi turizmini daha ileriye taşımak adına müze aracılığıyla önemli bir adım atmıştır. Ancak, kültürel mirasın daha geniş kitlelere aktarılması için müzenin interaktif özellikleriyle ve ziyaretçi odaklı etkinliklerle daha da geliştirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKLAR

Ağcakaya, H., & Can, İ. İ. (2019). Somut olmayan kültürel miras kapsamında mutfak kültürünün sürdürülebilirliği: Türkiye'deki gastronomi müzeleri örneği. *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3*(4), 788–804. https://doi.org/10.32958/gastoria.582778

Akyürek, S., & Erdem, B. (2018). Sürdürülebilir turizm bağlamında gastronomi müzeleri ve Gümüşhane ili için bir gastronomi müzesi önerisi. Presented at the II. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, Gümüşhane.

Aydınlı, F., & Bulut Solak, B. (2024). Atatürk Orman Çiftliği Müze ve Sergi Salonu'nun Türkiye'deki gastronomi müzeleri açısından değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy, 8*(1), 43–64.

Ayyıldız, S., Uslu, A. N., Yüksel, N., & Kocabaş, F. (2024). *Gastronomi müzelerinin kültürel mirasın sürdürülebilirliğine katkısı: Safranbolu örneği* [Bildiri sunumu]. 5. Turizmde Mimarlık ve Kültürel Miras Kongresi, Türkiye.

Baycar, A. (2022). Yerel gastronomik kimlik oluşum unsuru olarak gastronomi müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Aydın Gastronomy, 6*(2), 119–136.

Bekar, A., Arman, M. S., & Sürücü, Ç. (2017). Turizmde çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Marmaris Bal Evi örneği. *The Journal of Academic Social Science, 5*(42), 468–477.

Birdir, K., Kızılcık, O., & Akyürek, S. (2018). *Yerli ve yabancı turistlerin çevrimiçi yorumları ışığında Türkiye'de gastronomi müzeleri için yeni içeriklerin tartışılması*. Paper presented at the The Second International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability.

Cankül, I., & Cankül, D. (2023). *Gastronomi müzeleri ile ilgili yapılan çalışmaların değerlendirilmesi*. Paper presented at the 4th Congress on Architecture and Cultural Heritage in Tourism, Karabük, Turkey.

Ceyhun Sezgin, A. E., & Akbıyuk, T. (2021). Dünyadaki gastronomi müzelerinin tematik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 9*(1), 153–184.

Chepurda, H., & Savchenko, A. D. (2020). Gastro tourism and modern travel development: Oktoberfest. In *Tourism and hotel-restaurant business in Ukraine: Problems of development and regulation* (Vol. 2, pp. 105–107). Proceedings of the 11th International Scientific and Practical Conference, Cherkasy, Ukraine.

Chong, K. L., & Stephenson, M. L. (2020). Deciphering food hawkerpreneurship: Challenges and success factors in franchising street food businesses in Malaysia. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 493–509. https://doi.org/10.1177/1467358420913754

Çekal, N., Doğan, E., & Aktürk, H. (2022). Türkiye'de gastronomi müzeleri ve özellikleri. *Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi, 5*(11), 1655–1673.

Çetin, M., & Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi Örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(1), 1-17.

Demirci, B. (2021). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin web sitelerinin içerik analizi. *Turk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5*(2), 1184–1199.

Egeli, B. (2023). Kültürel mirasın korunması açısından Türkiye'deki gastronomi müzelerinin işlevselliği. Presented at the *V. Turizm ve Kültürel Miras Kongresi*, Muğla.

Erbay, M. (2011). Müzelerde Sergileme ve Sunum Tekniklerinin Planlanması. Beta Yayıncılık : İstanbul

Ertaş Sabancı, A. (2024). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin hatırlanabilir deneyim kapsamında değerlendirilmesi. Presented at the *8. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, Aydın.

Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The museum experience revisited*. Routledge.

Garibaldi, R., & Pozzi, A. (2021). Food museums as cultural institutions and tourist attractions: Evidence from Italy. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 5(2), 83–94. https://doi.org/10.3727/216929721X16178111474938

Gökçe, F., Sunar, H., ve Türkoğlu, A. (2017). Doğal Çevrenin Korunmasında Bitki Müzelerinin Etkisi; Hatay Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi Örneği. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi, Muğla.

Göker, G., & Semint, S. (2021). *Özel ilgi turları kapsamında kültür rotaları olarak Türkiye'deki gastronomi müzelerinin değerlendirilmesi* [Bildiri sunumu]. III. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, Türkiye.

Hjalager, A. M., & Richards, G. (2002). *Tourism and gastronomy*. Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the interpretation of visual culture*. Routledge.

İstanbullu Dinçer, F. ve Şahinoğlu Ş. (2015). Somut Olmayan Kültürel Miras Kavramında Mutfak Kültürünün İncelenmesi. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi,* Antalya.

Kavrak, F., & Özbay, G. (2022). Kültürel miras ve gastronomi turizmi kapsamında Türkiye'deki gastronomi müzeleri üzerine bir araştırma. Presented at the *ASES International Social Sciences Conference*, Diyarbakır.

Kırbaç, K., & Bucak, T. (2022). Yerel gıda ürünlerinin sürdürülebilirliğinde gastronomi müzelerinin önemi: Kars Zavot Ekomüze örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 6*(2), 581–603.

Kim, S., Park, E., & Xu, M. (2020). Beyond the authentic taste: The tourist experience at a food museum restaurant. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100751. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100751

Kurniawati, R., & Lestari, S. P. (2016). Preserving Indonesian traditional food: An overview of food museum attraction. In *Asia Tourism Forum 2016 – The 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (7–9 May 2016, Bandung, Indonesia).

Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü. (2025). *Türkiye'de Müzecilik*. https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-69904/turkiye39de-muzecilik.html

Llerena, Z. (2009). Food conjures memory: Making memory in the museum. *Faculty of Information Quarterly – Housing Memory Conference Proceedings*, 1(3), 1–8.

Lokman, U., Yarmacı Güvenç, N., & Güdül, H. (2022). Turizmde çekicilik unsuru olarak gastronomi müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 10*(1), 380–399.

Mankan, E. (2017a). Destinasyon Pazarlamasında Çekici Bir Faktör Olarak Türkiye'deki Gastronomi Müzeleri Örneği. *Turkish Studies*, 14 (2): 641-654.

Mankan, E. (2017b). Dünyadaki Gastronomi Müzeleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Turkish Studies*, 12 (1): 157-176.

Özaydın, E. C., & Çevik, A. (2021). Destinasyon çekim gücü olarak gastronomi müzeleri: Safranbolu Türk Kahve Müzesi örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 6*(2), 320–330.

Özer, M. Y., Özer, B. L., & Düz Özer, S. (2022, June 16–18). *Gastronomi müzelerinin gastronomi turizmindeki yeri: Dünyadan ve Türkiye'den örnekler* [Conference abstract]. 6th International West Asia Congress of Tourism Research, International.

Pekyaman, A., Yılmaz, H., & Aliyeva, A. (2019). Şehir turizminin canlandırılmasında gastronomi müzeleri ve Afyonkarahisar'da bir gastronomi müzesi önerisi. Presented at the *20. Ulusal Turizm Kongresi*, Eskişehir.

Prentice, R. (1993). *Tourism and heritage attractions*. Routledge.

Sandıkcı, M., Mutlu, A. S., & Mutlu, H. (2019a). Türkiye'deki gastronomi müzelerinin turistik sunum farklılıkları açısından araştırılması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12*(68), 1210–1231.

Sandıkcı, M., Mutlu, A. S., & Mutlu, H. (2019b). Emine Göğüş Mutfak Müzesi sergileme şekilleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7*(4), 1703–1715.

Sandıkcı, M., Mutlu, A. S., & Mutlu, H. (2019c). *Mutfak müzelerinin sergileme şekilleri: Şanlıurfa Hacıbanlarevi Mutfak Müzesi örneği*. Paper presented at the Uluslararası Marmara Sosyal Bilimler Kongresi, Kocaeli, Turkey.

Sarı Gök, H., & Şalvarcı, S. (2021). Türkiye'deki gastronomi temalı müzelere yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 18*(1), 120–140. https://doi.org/10.24010/soid.810798

Ser, S. (2020). The wonder food museum story: Celebrating Malaysia's food culture and culinary heritage. *E-Journal of Cultural Studies, 13*(4), 51–69.

Şeyhanlıoğlu, H. Ö., Duman, H., & Arıca, R. (2023). Türkiye'de yer alan gastronomi müzelerinin tematik analizi. *Toplum, Ekonomi ve Yönetim Dergisi, 4*, 121–142.

Tekeli, M., & Çıtak, B. (2023). Gastronomi müzelerine yönelik çevrimiçi ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi: Adatepe Zeytinyağı Müzesi örneği. Presented at the 21. Ulusal 5. Uluslararası Turizm Kongresi, Balıkesir.

Türk Dil Kurumu. (2025). *Güncel Türkçe Sözlük. Müze*. https://sozluk.gov.tr/

Uyar, M. (2022). Gastronomi müzelerinin sürdürülebilirlik ve kültürel miras bağlamında rolü. *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Dergisi, 10*(2), 211–228.

Yavuz, G., & Uluk, N. (2021). Türkiye'de gastronomi müzelerinin ve web site içeriklerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. Presented at the *The Conference on Managing Tourism Across Continents (MTCON'21)*, South Florida.

Yıldırım Sarıhan, Ç., & Kurnaz, A. (2021). Gastronomi müzelerini ziyaret etmede demografik özelliklerin değerlendirilmesi. Presented at the *V. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*.

Yılmaz, B., Varış, E., & Güçlü Nergiz, H. (2023). *Türkiye'deki gastronomi müzelerinin ziyaretçi yorumları değerlendirmesi*. Paper presented at the 3. Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Yeni Trendler Kongresi, Sakarya, Turkey.

Yılmaz, H. ve Şenel ,P. (2014). Turistik Bir Çekicilik Olarak Gastronomi Müzeleri. *15. Ulusal Turizm Kongresi.* 499-510. Engelsiz turizm kongre kitabı: Ankara.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

NÖROGASTRONOMİ: MÜZİK TÜRLERİNİN LEZZET ALGISI ÜZERİNE ETKİSİ

Muhammed Furkan BİLGİN
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0001-3066-273x

Ayşegül TUNCER
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0000-5327-5997

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-8791-4782

Doç. Dr. Fatih VAROL
Selçuk Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-0258-5220

Özet
Lezzet algısı, yalnızca tat alma duyusuyla sınırlı olmayıp; koku, dokunma, işitme ve görme gibi diğer duyularla birlikte trigeminal sistemin katkısıyla şekillenen çok boyutlu bir deneyimdir. Son yıllarda yapılan çalışmalar, lezzet algısının yalnızca gıdanın kimyasal bileşenleriyle değil, aynı zamanda çevresel faktörlerle de önemli ölçüde etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, disiplinler arası bir alan olan nörogastronomi, duyular arası etkileşimlerin beyinde nasıl işlendiğini ve bu süreçlerin lezzet deneyimini nasıl şekillendirdiğini anlamaya yönelik önemli bir çerçeve sunmaktadır. Nörogastronomi, bireyin daha fetüs döneminden itibaren geliştirdiği duyusal deneyimlerin, lezzet algısındaki merkezi rolünü vurgular. Trigeminal sistemin sıcaklık, soğukluk, yanma, batma ve dokunma gibi duyuları algılama kapasitesi, bu bütünsel algıyı destekleyen unsurlar arasında yer alır. Ayrıca karbonhidrat, yağ ve protein içeren gıdaların kokularının iştah üzerinde etkili olduğu, ancak bu etkinin doğrudan tüketim artışıyla sonuçlanmadığı belirtilmektedir. Bu derleme çalışması, nörogastronomi perspektifiyle özellikle işitsel uyarıcıların (özellikle müziğin) lezzet algısı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Farklı müzik türlerinin tatlı, ekşi, tuzlu ve acı gibi temel tat algılarında nasıl farklılık yarattığına dair bulgular detaylandırılmakta; müzik ile tat algısı arasındaki etkileşim ele alınmaktadır. Ayrıca, lezzet algısını etkileyen görsel (yiyecek rengi, tabak şekli ve ambalaj tasarımı), işitsel ve çevresel faktörlerin tüketici tercihleri üzerindeki etkileri de bu derleme kapsamında değerlendirilmiştir. Literatür bulguları, özellikle ambalaj tasarımı, tabak seçimi ve renk gibi unsurların tüketici algısını ve kararlarını anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koymaktadır. Restoran atmosferi, sunulan hizmet kalitesi ve müzik seçimi gibi çevresel öğelerin de müşteri memnuniyeti ve gastronomik deneyim üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırmalar, uygun müzik seçiminin ve ses düzeyinin yemek deneyimini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu çalışma, duyular arası etkileşimlerin gastronomik deneyimler üzerindeki etkisini ortaya koymayı ve müziğin yemek deneyiminde bilinçli kullanımının yaratabileceği potansiyel faydaları tartışmayı amaçlamaktadır.

Elde edilen bulgular doğrultusunda, gelecekteki gastronomi uygulamaları ve restoran tasarımlarına disiplinler arası bir bakış açısıyla katkı sunulması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimler: Nörogastronomi, müzik-tat etkileşimi, çapraz duyusal algı, müzikal tat etkileri

NEUROGASTRONOMY: THE EFFECT OF MUSIC GENRES ON FLAVOR PERCEPTION

Abstract

Flavor perception is not solely limited to the sense of taste; it is a multidimensional experience shaped by the interaction of other senses such as smell, touch, hearing, and vision, as well as the trigeminal system. Recent studies have shown that flavor perception is influenced not only by the chemical components of food but also by various environmental factors. In this context, the interdisciplinary field of neurogastronomy provides a significant framework for understanding how multisensory interactions are processed in the brain and how they shape the overall experience of flavor. Neurogastronomy emphasizes the central role of sensory experiences, which begin to develop as early as the fetal stage, in shaping flavor perception. The trigeminal system, which enables the perception of sensations such as heat, cold, tingling, pain, and texture in the oral and nasal cavities, is among the critical components of this complex experience. Moreover, while the odors of foods containing carbohydrates, fats, and proteins influence appetite, research indicates that they do not directly increase food intake. This review aims to examine, from a neurogastronomic perspective, the impact of auditory stimuli (particularly music) on flavor perception. It explores how different genres of music can alter the perception of basic tastes such as sweet, sour, salty, and bitter, highlighting the interaction between music and taste. In addition, the review addresses the influence of visual (e.g., food color, plate shape, and packaging design), auditory, and environmental factors on consumer preferences. Literature findings suggest that elements such as packaging design, plate selection, and color significantly affect consumer perception and decision-making processes. Environmental elements such as restaurant atmosphere, quality of service, and music selection also play a determining role in customer satisfaction and the overall gastronomic experience. Studies show that appropriate music choices and sound levels positively influence the dining experience. This study aims to reveal the effects of crossmodal interactions on gastronomic experiences and to discuss the potential benefits of the conscious use of music in the dining context. In light of the findings, it is intended to contribute to future gastronomy practices and restaurant designs through an interdisciplinary perspective.

Keywords: Neurogastronomy, music-taste interaction, cross-sensory perception, musical taste effects

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ALTERNATİF TURİZM BAĞLAMINDA KONYA'NIN MEVCUT KARANLIK TURİZM POTANSİYELİ

Naime ALDEMİR
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0000-0001-7637-8446

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-8791-4782

Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN
Necmettin Erbakan Üniversitesi/ Turizm Fakültesi/ Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0003-4769-7717

ÖZET

Turizm, insanların belli bir süre içerisinde yaşadıkları yerden başka yerlere gezmek, eğlenmek, dinlenmek gibi nedenlerle seyahat etmesi olarak tanımlanmaktadır. Turizm, eğlence ve rekreasyon kavramlarıyla yakından ilişkili olmakla birlikte, kavramsal açıdan bazı farklılıklar içermektedir. Karanlık turizm diğer ifadeyle hüzün turizmi ise özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilmektedir. Sürgünler, ölümler gibi hüzün veren olayların yaşandığı yerlere gerçekleştirilen seyahatleri içerir. Bu seyahatlerle insanlar tarihte meydana gelen olaylardan ders almakta, bu olayları nesilden nesile aktararak kültürlerine sahip çıkmaktadır. Hüzün turizmi, bireyleri duygusal olarak etkileyerek korku uyandırmayı ve geçmişteki olayları deneyimlemeyi amaçlayan bir turizm türüdür.

Bu çalışma, karanlık turizmi kavramını ele alarak Konya'daki mevcut ve potansiyel karanlık turizmi destinasyonlarını incelemektedir. Karanlık turizmi, geçmişte trajik olayların yaşandığı yerleri ziyaret etmeye yönelik bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Çalışmada, bu turizm türünün kavramsal çerçevesi çizilmiş ve ulusal ve uluslararası literatürdeki yeri değerlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında, Konya'da hüzün turizmi ile ilişkilendirilebilecek tarihi ve kültürel alanlar incelenmiş, bu destinasyonların turizm potansiyeli analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Konya'nın bu alanda önemli bir potansiyele sahip olduğu, ancak bu potansiyelin yeterince değerlendirilmediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın bulguları, Konya'daki karanlık turizmi destinasyonlarının tanıtımının güçlendirilmesi, ziyaretçi deneyiminin iyileştirilmesi ve sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, karanlık turizminin yerel turizm stratejilerine entegrasyonu, akademik çalışmalarla desteklenmesi ve uluslararası turizm ağlarına dahil edilmesi önerilmektedir. Böylece hem kentin kültürel mirasının korunması hem de turizm çeşitliliğinin artırılması sağlanabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Alternatif turizmi, Karanlık turizm, Konya, Kültürel miras, Turizm çeşitliliği.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KONYA'S EXISTING DARK TOURISM POTENTIAL IN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE TOURISM

ABSTRACT

Tourism is defined as people travelling to places other than where they live within a certain period for reasons such as travelling, having fun and resting. Although tourism is closely related to the concepts of entertainment and recreation, it has some conceptual differences. Dark or sadness tourism is considered within the scope of special interest tourism. It includes travelling to places where sad events such as exiles and deaths are experienced. With these travels, people take lessons from the events that took place in history and protect their culture by passing these events from generation to generation. Dark tourism is a type of tourism that aims to arouse fear and experience past events by affecting individuals emotionally.

This study examines the concept of dark tourism and analyses the existing and potential dark tourism destinations in Konya. Dark tourism is defined as a type of tourism that aims to visit places where tragic events happened in the past. In the study, the conceptual framework of this type of tourism is drawn and its place in national and international literature is evaluated.

Within the scope of the research, historical and cultural sites in Konya that can be associated with dark tourism were examined and the tourism potential of these destinations was analyzed. In line with the findings, it has been concluded that Konya has an important potential in this field, but this potential is not sufficiently utilized. The findings of the study reveal that the promotion of dark tourism destinations in Konya should be strengthened, visitor experience should be improved, and sustainable tourism policies should be implemented.

In this context, it is recommended that dark tourism should be integrated into local tourism strategies, supported by academic studies and included in international tourism networks. In this way, both the cultural heritage of the city can be protected, and tourism diversity can be increased.

Keywords: Alternative tourism, Cultural heritage, Dark tourism, Konya, Tourism diversity.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KONYA/BEYŞEHİR BÖLGESİNDE BİTKİ ÇAYI KULLANIMI: ETNOBOTANİK BİR İNCELEME

Eyup SAYAN
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0009-4265-7821

Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-8791-4782

ÖZET
Türkiye, sahip olduğu biyolojik çeşitlilik ve farklı iklim özellikleri sayesinde dünyada önde gelen endemik bitki türlerine ev sahipliği yapmaktadır. Ülkenin jeolojik ve iklimsel çeşitliği sayesinde sahip olduğu bitki türleri zenginliğinin somutlaştığı örnek bölgelerden biri olan Konya'nın Beyşehir ilçesidir. Beyşehir bölgesi, hem doğal floristik yapısı hem de geleneksel yaşam biçimiyle dikkat çekmektedir.
Bu araştırma, Beyşehir ilçesinde yaşayan bireylerin bitki çayı tüketim alışkanlıklarını nitel araştırma yöntemiyle incelemeyi ve geleneksel bilgileri kayıt altına alarak etnobotanik literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme tekniği kullanılmış ve 15 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Konya ili Beyşehir ilçesinde bitki çayı tüketiminin hem yaygın hem de belirli sağlık problemleriyle ilişkili olarak tüketildiği belirlenmiştir. En sık tüketilen bitki çayları arasında kuşburnu, ıhlamur, adaçayı ve papatya gibi türler öne çıkmaktadır. Katılımcılar bitki çaylarını ağırlıklı olarak kış mevsiminde ve hastalık dönemlerinde daha çok tüketmekte olup; kuşburnu (%66.6), ıhlamur (%66.6), adaçayı (%46.6), papatya ve kekik (%33.3), ebegümeci ve civanperçemi (%26.6) en çok tercih edilen türler arasında yer almaktadır. Bitkiler çoğunlukla doğadan bireysel olarak temin edilmekte ve bu durum, yerel halkın doğayla kurduğu sürdürülebilir ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bitki çayı tüketiminin temel nedenleri ise soğuk algınlığı, sindirim problemleri ve bağışıklık sistemini destekleme gibi sağlık odaklı nedenler oluşturmaktadır. Sonuç olarak, Beyşehir ilçesinde bitki çayı kullanımı, hem halk sağlığı açısından tamamlayıcı bir uygulama hem de biyokültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından önem arz eden geleneksel olarak kuşaklar arası bir aktarımın kanıtı olduğunu göstermektedir. Bu çalışmaya ait elde edilen bilgilerin kültüre dayanarak etnobotanik açıdan kayıt altına alınması ve kuşaklar arası aktarımının sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Farklı bölgelerde mevcut çalışmaya benzer araştırmalar yapılarak farklı türdeki şifalı bitkilerin ve bitki çaylarının kullanım alışkanlıklarının belirlenip belgelenmesi, bu türdeki sözlü kültürel mirasın korunması açısından da önemli olabileceği öngörülmektedir.
Anahtar Kelimeler: Bitki Çayı, Beyşehir, Bitkisel Çeşitlilik, Kültürel Miras

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

HERBAL TEA USE IN KONYA/BEYSEHIR REGION: AN ETHNOBOTANICAL INVESTIGATION

ABSTRACT

Turkey is home to world's leading endemic plant species because of its biodiversity, and having different climatic characteristics. Beysehir district in Konya is one of the exemplary regions where the richness of plant species is embodied thanks to the geological and climatic diversity of Turkey. Beysehir region attracts attention both with its natural floristic structure and traditional way of life.

This study aimed to examine the herbal tea consumption habits of individuals living in Beysehir district with qualitative research method in order to contribute to the ethnobotanical literature by recording traditional knowledge. Within the scope of the study, quota sampling technique, one of the purposeful sampling methods, was used and semi-structured interviews were conducted with 15 participants. The data obtained were evaluated by content analysis method. The findings obtained within the scope of this research showed that herbal tea consumption in Beysehir district in Konya is both common and associated with certain health problems. Rosehip, linden, sage and chamomile standed out among the most frequently consumed herbal teas. Participants consumed herbal teas predominantly in winter and during periods of illness; rosehip (66.6%), linden (66.6%), sage (46.6%), chamomile and thyme (33.3%), hibiscus and yarrow (26.6%) were among the most preferred types. The herbs were mostly individually sourced from nature, demonstrating the sustainable relationship that local people had in nature. The main reasons for herbal tea consumption were also health-oriented reasons such as colds, digestive problems and supporting the immune system. As a result, the use of herbal tea in Beysehir district was both a complementary practice in terms of public health and evidence of traditional intergenerational transmission, which has been important for the sustainability of bio-cultural heritage. The information obtained from this study is of great importance in terms of recording ethnobotanical knowledge based on oral culture and ensuring its transmission between generations. Determining and documenting the usage habits of different types of medicinal plants and herbal teas by conducting similar studies to the present study in different regions is also important for the protection of oral cultural heritage in this type.

Keywords: Herbal Tea, Beysehir, Herbal Diversity, Cultural Heritage

GİRİŞ

Türkiye, sahip olduğu bitki türleri açısından kıtalardaki kadar yüksek çeşitliliğe sahiptir. Avrupa genelinde yaklaşık 12.500 çiçekli bitki türleri bulunmaktadır, Türkiye'de bu sayı 12.000'in üzerindedir. Avrupa'daki türlerin yaklaşık 2.500'ü endemik iken, Türkiye'de yalnızca bu topraklara özgü yaklaşık 3.778 endemik bitki türü bulunmaktadır. Bu veriler, ülkemizin çevresindeki Rusya'nın haricinde tüm ülkeler ve Avrupa kıtasındaki ülkelerden daha zengin bitki örtüsüne sahip olduğunu göstermektedir. Konya'nın Beyşehir ilçesi ise sadece tarihî dokusuyla değil, aynı zamanda doğal çeşitliliğiyle de Türkiye'nin öne çıkan bölgeleri arasındadır. Coğrafi konumunun ve yer şekillerinin çeşitliliği sayesinde Konya/Beyşehir bölgesi, bitki türleri açısından ve hayvan türleri bakımından dikkat çekici bir biyolojik çeşitliliğe sahiptir (Bağcı, 2021).

Türkiye, sahip olduğu jeolojik yapı ve konum nedeniyle bitkisel çeşitlilik bakımından oldukça zengin bir biyolojik yapıya sahiptir. Ülkemizin kıtaların birleşme noktalarında olmasından dolayı farklı bitkisel coğrafya bölgelerinde yer almaktadır ve farklı iklim koşulları ve topoğrafik özellikler göstermektedir.

Türkiye florası, gelişmiş ülkelerde yaygın olarak kullanılan bitkisel ilaçlar, doğal kimyasallar, yiyecek-içecekler, parfüm ve kozmetik ürünler üreten sanayilere hammadde sağlayabilecek nitelikte çok sayıda bitki türünü bünyesinde bulundurmaktadır (Suna, 2014).

Konya'nın Beyşehir ilçesi, Akdeniz ve İç Anadolu iklimleri arası özellik gösteren bir iklim yapısına sahiptir. Bu bölgede yaz mevsimi genellikle kısa sürelidir, nispeten serin ve kurak geçer; kış mevsimi daha uzun, soğuk ve genellikle yağışlı geçmektedir. Bölgenin ortalama sıcaklık değerleri, Akdeniz kıyılarına kıyasla 8 ila 10 °C daha düşüktür ve yaz mevsimindeki sıcaklık artışı daha sınırlıdır. Kış ayları çoğunlukla kar yağışlı ve don olaylarının görüldüğü bir dönemdir. Bahar mevsimleri oldukça kısa sürmekte, bu nedenle kış ve yaz mevsimleri arasında ani geçişler yaşanmaktadır. Genellikle kasım ayı ortalarında başlayan kış koşulları, nisan ayının sonlarına doğru sona ermektedir. Yıllık sıcaklığı ortalama 11 °C civarındadır; yıllık ortalama maksimum sıcaklık 17.5 °C, minimum sıcaklık ise 4.6 °C olarak kaydedilmiştir. Yıl içerisindeki bağıl nem oranı ise % 63 civarındadır; bu değer, minimum %8 ile maksimum % 97 arasında değişmektedir (Zengin, 2021).

İnsanlık tarihi boyunca bitkiler, çok çeşitli ihtiyaçların karşılanmasında önemli bir kaynak olarak kullanılmışlardır. Bireyler bitkileri; hastalıkların tedavisinde, beslenme ihtiyaçlarının karşılanmasında, barınma, savunma amaçlı olarak ve ısınma gibi temel yaşamsal ihtiyaçların karşılanmasında etkin olarak kullanılmıştır (Göktaş ve Gıdık, 2019).

Bitki türleri, eski çağlardan beri insanlar için hem gıda kaynakları hem de tedavi amaçlı kullandıkları ilk ilaçların kaynağı olmuştur. İnsanlar tarihsel süreçte bitki türlerinin hangisinin zehirli, hangisinin tedavi edici özellik taşıdığını gözlem ve deneyim yoluyla belirlemiş; elde ettikleri bilgileri kuşaktan kuşağa aktarıp bugüne ulaşmasını sağlamışlardır. Son yıllarda bitkisel temelli tedavi uygulamaları sıkça kullanılmaktadır, bu uygulamalar geleneksel ve tamamlayıcı tıp kapsamında "fitoterapi" adı altında bilinmektedir. Yapılan araştırmalar, dünya genelinde 750.000 ila 1.000.000 civarında bitkisel tür bulunduğunu ve bu türlerden yaklaşık 72.000'inin tıbbi amaçlarla kullanıldığını ortaya koymaktadır. Hem dünyada hem de Türkiye'de geleneksel yöntemlerle, çeşitli bitki türlerinin farklı kısımları kullanılarak çeşitli bitki çayları hazırlanmaktadır. Bunların önemli bir kısmı yerel halk tarafından adlandırılmış olup, aynı bitki türü farklı coğrafyalarda farklı adlarla anılabilmektedir (Torun vd. 2023). Sahip oldukları olumlu sağlık etkileri ve hoş aromatik tatlara sahip olan bitki çayları; siyah çay ve kahve gibi geleneksel içeceklerin alternatiflerinden biri olarak yaygın biçimde tüketilmektedir. Bitki çayı, çay bitkisi (*Camellia sinensis*) harici çeşitli tıbbi ya da aromatik bitkilerin kullanılmasıyla hazırlanmış sıcak içecekler şeklinde tanımlanmaktadır (Can ve Velioğlu, 2018).

Bitki çaylarının hammaddesi, genellikle bitkinin yaprağı, çiçeği, kök ve meyveleri gibi farmakolojik açıdan değerli bölümlerinin kurutulmasıyla hazırlanmaktadır. Bu çayların hazırlanmasında en çok tercih edilen yöntemlerin başında haşlayarak demleme, yani infüzyon yöntemi gelmektedir. İnfüzyon tekniği, özellikle biyolojik olarak etkili bileşenlerin kolayca salınım gösterebildiği yaprak, çiçek ve sap gibi bitki kısımları için tercih edilmektedir. Bu bitki parçaları genellikle 3 ila 10 dakika süreyle kaynar su içerisinde bekletilerek demlenmektedir (Çağındı ve Ötleş, 2008).

Bitki çayı, dünya genelinde en fazla tüketilen içecekler arasında yer almakta olup, insan sağlığına faydalı etkileri nedeniyle ilk çağlardan beri geleneksel tedavi yöntemlerinde tercih edilmektedir. Günümüzde gerçekleştirilen çalışmalar, bitki çaylarının hem hastalıkların önlenmesinde hem de tedavi süreçlerinde destekleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Bu olumlu etkiler, bitki çaylarının içerdiği antioksidan maddelerle doğrudan ilişkili olduğu ortaya konmaktadır (Özdatlı vd., 2014).

Fenolik bileşikler açısından bitki çayları oldukça zengindir; bu bileşiklerin antioksidan özellikleri sayesinde insan beslenmesinde bitki çaylarının yeri daha fazla önem kazanmaktadır. Çeşitli hastalıklarda destekleyici tedavi olarak kullanılabilen bitki çayları; kolay erişilebilir olmaları, basit hazırlama süreçleri, genellikle ciddi yan etkiler göstermemeleri ve düşük maliyetli olmaları nedeniyle herhangi bir doktora danışmadan özellikle yaşlı bireyler ve bağışıklık sistemi zayıf kişiler için tercih edilebilir konumdadır (Can ve Velioğlu, 2018).

Siyah çay (*Camellia sinensis*) dışındaki çayı yapılarak tüketilen bitkiler arasında en sık karşılaşılan türlerden kuşburnu, *Rosaceae* ailesine aittir, Türkiye'de doğal yayılış gösteren bir meyvedir. Bu bitki, bitkisel çayların yanı sıra marmelat ve nektarı yapılarak yaygın olarak kullanılmaktadır. Ayrıca kurutma ve dondurulma işlemleriyle saklanabilmektedir. Antioksidan içeriği sayesinde soğuk algınlığı durumunda kullanımı yaygındır (Koca vd., 2008). Bitki çayı olarak tüketiminin yanı sıra adaçayı bitkisi, aroma verici, gıda koruyucu, baharat gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Antioksidan özellikte olması nedeniyle boğaz ağrısı, ağızda ülser, bademcik iltihabı ve benzeri rahatsızlıklarda kullanımı yaygındır. Bitkisel gelişiminde kayalık bölgelerde bol güneşli ortamlarda yayılım göstermektedir (Bağdat, 2006). Bitki çayı olarak sıklıkla tüketilen ıhlamur, *Tiliaceae* ailesinde ağaç türündeki bir bitkidir. Bitkinin çiçekleri kurutularak çayı hazırlanmakta olup, soğuk algınlığı ve sindirim problemlerinde doğal tedavi amacıyla sıklıkla kullanılan bitkilerden biridir (Torun vd., 2023). Türkiye, sahip olduğu biyolojik çeşitlilik ve kültürel zenginlik sayesinde halk arasında bitkilerin çeşitli kullanım bilgilerinin geleneksel olarak ve yoğun biçimde yaşatıldığı ülkelerden biridir. Bu bağlamda, Konya'nın Beyşehir ilçesi, hem doğal bitki örtüsü hem de geleneksel yaşam biçimiyle bitkilerin farklı amaçlarla kullanıldığı bölgelerden biridir. Ancak bu tür uygulamalar, sözlü kültüre dayalı yapısıyla geleneksel bilgiler olduğu için, günümüzde kentleşme, modern tıp uygulamalarının yaygınlaşması ve kuşaklar arası aktarımın zayıflaması gibi nedenlerle kaybolma tehlikesi altındadır.

Bu çalışma, Konya'nın Beyşehir ilçesinde bitki çayı kullanım alışkanlıklarını nitel bir araştırmayla kayıt altına alarak hem etnobotanik literatüre katkı sunmayı hem de yerel halkın bilgi birikiminin gelecek kuşaklara aktarılmasını kolaylaştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca halk arasında çayı yapılarak tüketilen bitki türlerinin belirlenmesi, kullanım zamanları ve sıklıkları, bu bitkilerin kullanım amaçları ve temin yöntemlerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma, nitel araştırma kapsamında gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma; bireylerin algılarının ve olayların kendi doğal ortamı içerisinde bütüncül ve gerçekçi bir şekilde ortaya konmasını amaçlamaktadır. İnsanların ya da grupların davranışlarını, bu davranışların nedenlerini ve anlamlarını derinlemesine anlamayı hedefleyen çalışmalar, nitel araştırmalar kapsamında değerlendirilmektedir (Aydın, 2018). Nitel araştırmalar, sosyal olguları kendi bağlamsal ortamları içinde incelemeyi ve anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Bu tür araştırmalarda bireylerin yaşam deneyimleri, davranış biçimleri, duygusal tepkileri, toplumların yapısı, kültürel dinamikler ve benzeri geniş ölçekli konular nitel araştırmanın alanına girmektedir (Yıldırım, 2010).

EVREN VE ÖRNEKLEM

Nitel araştırmalarda amaca göre örneklem yöntemleri sıkça tercih edilmektedir. Bu yöntemlerle zaman ve eldeki kaynaklar etkin bir şekilde kullanılabilmektedir (Yağar ve Dökme, 2018).

Mevcut çalışmada amaca göre örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme tercih edilmiştir. Bu örnekleme yöntemi, evreni temsil etme kapasitesi yüksek, belli kriterleri karşılayan örneklemin seçilmesi anlamına gelmektedir (Kılıç, 2013).

VERİ TOPLAMA VE VERİ ANALİZİ

Bu çalışmada yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırmayı yapan ile örneklem grubu arasında gerçekleştirilen planlı ve amaçlı bir sözlü iletişim süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu yöntemde araştırmacı, önceden yapılandırılmış sorular doğrultusunda katılımcının görüş, duygu ve düşüncelerini sistemli bir şekilde elde etmeyi amaçlar. Temel amaç, yapılan çalışmanın konusu doğrultusunda katılımcıya yöneltilen sorularla, katılımcıların deneyimlerini ve içsel değerlendirmelerini anlayıp analiz etmektir (Türnüklü, 2000).

Gerçekleştirilen yüz yüze görüşmelerde 5 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış form kullanılarak 15 katılımcıya yapılmıştır (Tablo 1). Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, önceden belirlenmiş soruların yer aldığı bir form kullanılır; ancak görüşmenin akışına bağlı olarak sorularda değişiklik yapılabilir veya yeni sorular eklenebilir. Bu esneklik, katılımcı özelliklerine göre konunun farklı yönlerini derinlemesine ortaya koymayı ve araştırma amacı doğrultusunda kapsamlı veri toplamayı mümkün kılmaktadır (Dömbekci ve Erişen, 2022).

Araştırma soruları:

Bitki çayı tüketme sıklığınız nedir?
Hangi bitkilerin çayını tüketiyorsunuz?
Bu bitkileri nereden temin ediyorsunuz? Kısaca açıklar mısınız?
Hangi mevsimlerde bitki çayı kullanıyorsunuz?
Bu bitkileri hangi rahatsızlıklar için veya hangi durumlarda kullanıyorsunuz?

Tablo-1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim Durumu	Doğum Yeri
X1	Kadın	65	İşletme sahibi	Lise	Beyşehir
X2	Erkek	33	Çiftçi	İlkokul	Beyşehir
X3	Erkek	53	Çiftçi	İlkokul	Beyşehir
X4	Kadın	48	Yerel Pazar Satıcısı	Ortaokul	Beyşehir
X5	Kadın	42	Yerel Pazar Satıcısı	Lise	Beyşehir
X6	Kadın	62	Yerel Pazar Satıcısı	Lise	Beyşehir
X7	Kadın	66	Yerel Pazar Satıcısı	İlkokul	Beyşehir
X8	Kadın	44	Yerel Pazar Satıcısı	İlkokul	Beyşehir
X9	Kadın	80	Yerel Pazar Satıcısı	Okuma yok	Beyşehir
X10	Erkek	60	Yerel Pazar Satıcısı	Lise	Beyşehir
X11	Erkek	57	Yerel Pazar Satıcısı	İlkokul	Beyşehir
X12	Kadın	70	Ev hanımı	İlkokul	Beyşehir
X13	Kadın	65	Ev hanımı	İlkokul	Beyşehir
X14	Kadın	64	Ev hanımı	Lise	Beyşehir
X15	Kadın	30	Öğrenci	Üniversite	Beyşehir

BULGULAR

Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular, Konya ili Beyşehir ilçesinde doğal ortamda yetişen bitki çayı tüketimi hakkında bilgi elde edilmiştir. Mevcut çalışma, Konya'nın Beyşehir bölgesinde bitki çayı tüketim alışkanlıklarını belirleyip etnobotanik literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır. Katılımcılarla yapılan yüz yüze görüşmelerden elde edilen veriler aşağıda belirtilmiştir.

Bitki çayı tüketme sıklığınız nedir sorusuna:

X1, günde bir, X2,X3,X4,X12 ve X14 haftada bir, X5, X8, X9, X15 ihtiyaç olduğunda, X7, X13 haftada 2 kez, X7, X11 her gün, X10 ayda bir olacak şekilde bitki çayı tükettiklerini belirtmişlerdir.

Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgular, Konya ili Beyşehir ilçesinde bitki çayı tüketiminin hem yaygın hem de belirli sağlık problemleriyle ilişkili olarak tüketildiğini ortaya koymaktadır.

Hangi bitkilerin çayını tüketiyorsunuz sorusuna:
X1: Rezene, kantaron, kedi otu, papatya ve zencefil, X2: Civanperçemi, ıhlamur ve kuşburnu, X3: Ihlamur ve kuşburnu, X4: Kekik, ıhlamur ve nane limon, X5:Kuşburnu, ıhlamur, adaçayı karahindiba, ebegümeci, biberiye, adaçayı ve sarı kantaron, X6: Papatya, adaçayı, ıhlamur, kuşburnu ve ebegümeci, X7: Kuşburnu ve kekik, X8: Kuşburnu ve kekik, X9: Ihlamur, adaçayı, dağ çayı, çoban döşeği, kır çayı, X10: Kuşburnu, ıhlamur ve ada çayı, X11: Ihlamur, ebegümeci, papatya, ayva yaprağı, muşmula yaprağı ve nane limon, X12: Dağ kekiği, ıhlamur, dağ çayı, kuşburnu, papatya ve civanperçemi, X13: Adaçayı, kır çayı, civanperçemi, X14 Kuşburnu, kekik, çiçeği ile beraber alıç ve çoban döşeği, X15: Kuşburnu, civanperçemi, ebegümeci, sarı papatya, gülhatmi, adaçayı ve ıhlamur bitkilerinin çaylarını tükettiklerini belirtmişlerdir. Buna göre, tüketilen bitki çaylarının benzer türlerde olduğu ve bölgede yetişen bitkilerin çaylarının yapıldığı görülmektedir. Katılımcılar tarafından en çok tüketilen bitki çayları aşağıda belirtilmiştir (tablo-2).

Tablo-2. Tüketilen bitki çaylarının tercih edilme oranları

Bitkinin Türkçe adı	Bitkinin Latince adı	%
Kuşburnu	*Rosa canina*	66.6
Ihlamur	*Tilia argentea*	66.6
Adaçayı	*salvia officinalis*	46.6
Papatya	*Anthemis chia*	33.3
Kekik	*Thymus vulgaris*	33.3
Ebegümeci	*Malva neglecta*	26.6
Civanperçemi	*Achillea millefolium*	26.6



Resim-1. En çok tercih edilen bitki çayları (A→C) (kuşburnu, ıhlamur ve adaçayı)

Özellikle kuşburnu ve ıhlamurun yüksek C vitamini içeriği ile soğuk algınlığına karşı koruyucu etkisinden dolayı katılımcılar arasında yaygın olarak tüketimi tercih edilmektedir. Aynı şekilde adaçayı ve kekik gibi bitkiler, antimikrobiyal ve antiinflamatuar etkileri nedeniyle bölgede geleneksel kullanımlarda yer aldığı dikkati çekmektedir. Tüketilen bitki türleri arasında kuşburnu, ıhlamur, adaçayı ve papatya gibi türlerin öne çıkması ve bu türlerin sıkça tercih edilmesi, antioksidan ve bağışıklık sistemi güçlendirici etkilerine atfedilen farmakolojik özellikleriyle ilişkili olduğu düşünülmektedir (Can ve Velioğlu, 2018; Elmas, 2021).

Bu bitkileri nereden temin ediyorsunuz? Kısaca açıklayınız sorusuna:
X8 hem kendi toplayıp hem de pazardan satın aldığını belirmiştir. Onun dışındaki tüm katılımcılar bitki çayı yapmak için kullandıkları bitkileri kendileri bitkinin doğal ortamından topladıklarını belirtmişlerdir. Buna göre, katılımcıların tükettikleri bitki çaylarına doğal ortamlarında erişebilmektedirler ve bitkileri toplama konusunda istekli oldukları anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun bitki çaylarını doğal ortamlardan kendilerinin topladığını belirtmiş olmaları, hem biyolojik kaynaklara doğrudan erişimlerinin olduğunu hem de geleneksel bilgi birikiminin pratikte yaşatıldığını gösteren bir kanıttır. Bu durum Beyşehir bölgesindeki yerel halkın doğayla kurduğu ilişkiyi, çevresel farkındalığını ve sürdürülebilir kullanım alışkanlıklarını yansıtmaktadır. Ancak, bu tür geleneksel bilgi sistemlerinin sözlü kültüre dayalı olması, kentleşme, modern yaşam tarzı ve nesiller arası aktarımın zayıflaması gibi nedenlerle tehdit altında olabildiği öngörülmektedir. Bu çalışmayla söz konusu bilginin belgelenmesi ve sistematik olarak kayıt altına alınması, kültürel mirasın korunması açısından büyük önem arz etmektedir (Göktaş ve Gıdık, 2019).
Hangi mevsimlerde bitki çayı kullanıyorsunuz sorusuna:
X6, X8 ve X12 her mevsim tükettiklerini, X9 bahar mevsiminde daha çok tükettiğini, diğer tüm katılımcılar (X1, X2, X3, X4, X5, X7, X10, X11, X12, X13, X14, X15) bitki çaylarını kış mevsiminde daha çok tükettiklerini belirtmişlerdir. Buna göre, katılımcıların çoğunun bitki çaylarını kış mevsiminde ve hastalık dönemlerinde düzenli ya da ihtiyaç halinde daha çok tükettiği görülmektedir. Bu durum, literatürde yer alan, bitkisel çayların geleneksel tedavi yöntemi olarak kullanıldığına dair bulgularla örtüşmektedir (Torun vd., 2023; Özdatlı vd., 2014). Çalışmada katılımcıların bitki çaylarını yalnızca keyif amaçlı değil, aynı zamanda terapötik bir araç olarak değerlendirdiği çıkarımı yapılabilmektedir.
Bu bitkileri hangi rahatsızlıklar için veya hangi durumlarda kullanıyorsunuz sorusuna:
X1: Halsizlik, kabızlık ve karın ağrısı, X2: Halsizlik, boğaz ağrısı ve grip, X3: Boğaz ağrısı ve grip, X4: Üşütme, X5: Grip ve halsizlik, X6: Üşütme, karın ağrısı ve baş ağrısı, X7: Astım ve koah, X8: X9: Grip, baş ağrısı ve karın ağrısı, X10: Karın ve boğaz ağrısı durumunda ve yaralanma durumunda, X11: Üşütme ve karın ağrısı, X12: Gaz problemi olduğunda, soğuk algınlığı ve karın ağrısı, X13: İstenilen her hangi bir zaman, X14: Kan şekeri yükseldiğinde, soğuk algınlığı ve karın ağrısı, X15: Öksürük, mide bulantısı ve karın ağrısı, olduğu durumlarda tükettiklerini belirtmişlerdir. Buna göre, katılımcıların çoğu (15 katılımcı içerisinde 14 tanesi) belirli hastalıklara yakalandıklarında bitki çayı tükettikleri görülmektedir. Halk arasında bitki çaylarının tedavi edici özelliklerinin biliniyor olması ve bazı durumlarda bu çayları tüketerek doğal yollardan kendilerini ve çevrelerindeki insanları tedavi etmeye çalıştıkları görülmektedir. Katılımcıların bitki çaylarını büyük ölçüde belirli rahatsızlıkların tedavisinde kullanmaları, tamamlayıcı ve alternatif tıbbın yerel pratiklerle bütünleştiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, bu tür uygulamaların modern tıpla entegrasyonu, halk sağlığı açısından potansiyel riskleri ve faydaları dengelemek adına önem taşımaktadır. Özellikle yaşlı bireylerin herhangi bir tıbbi danışma olmaksızın bitki çayı kullanmaları, farmakolojik etkileşimler açısından dikkatle ele alınması gereken bir konudur. Tüketime bağlı bu durumda farklı sorunları da kısmen olsa beraberinde getirebilmektedir.
Bu alanda yapılan benzer çalışmalara bakıldığında; Sayılı ve Gözener (2013) yaptıkları çalışmada, Trabzon ilinin Of ilçesindeki yerel halkın çay tüketim durumunu belirlemeyi amaçlamışlardır. Farklı bitki çayları tüketmekle birlikte daha çok siyah çay tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Turğul vd. (2019) çalışmalarında, tenis sporcularının bitki çayı tüketme sıklıkları, bitki çayı kullanım nedenleri ve bitki çayı tüketimlerine etki eden faktörleri ortaya koymayı amaçlamışlardır.

Mutlu (2023), Afyonkarahisar ilinde yenilebilir otların türlerini ve tüketim şekillerini belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada gözlem ve görüşme yöntemleriyle elde ettiği bulgularda 8 bitkinin halk tarafından çayı yapılarak tüketildiğini belirlemiştir. Şen ve Erdal (2022) çalışmalarında, farklı ülkelerin bilinen bitki çaylarının türleri, hazırlanış biçimleri ve bitki çaylarının sağlık üzerindeki etkilerini ortaya koymuşlardır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, Konya ili Beyşehir ilçesinde yaşayan bireylerin bitki çayı tüketim alışkanlıkları ve bu alışkanlıkların geleneksel bilgiye dayalı yapısı incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, en çok tüketilen bitki çayları kuşburnu ve ıhlamur (%66.6), adaçayı (%46.6), papatya ve kekik (%33,3), ebegümeci ve civanperçemi (%26.6) oranlarında tercih edilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun bitki çaylarını özellikle hastalık dönemlerinde, havaların soğumasıyla birlikte artan şekilde tükettikleri belirlenmiştir. Bu durum, halk arasında bitki çaylarının koruyucu ve tedavi edici özelliklerine dair güçlü bir inanç olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında tespit edilen bitki türlerinin, genellikle Beyşehir yöresinde doğal olarak yetişen türler olduğu ve halkın bu bitkilere kolayca erişebildiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların bitkileri doğadan toplama konusunda istekli ve bilinçli olmaları, kültürel alışkanlıklarına ve bilgilerine sahip çıktıklarını ve bu bilginin günlük yaşama yansıdığını ortaya koymaktadır. Beyşehir ilçesinde bitki çayı kullanımı, hem sağlık açısından hem de kültürel kimlik açısından önemli bir yere sahiptir. Sonuç olarak, Beyşehir ilçesinde bitki çayı tüketimi hem biyo-kültürel mirasın korunması açısından hem de yerel halk sağlığı anlayışının bir parçası olarak önemli bir yere sahiptir. Elde edilen bulgular, sözlü kültüre dayanan bu bilgi sistemlerinin belgelenmesinin önemini göstermektedir. Farklı bölgelerde mevcut çalışmaya benzer araştırmalar yapılarak farklı türdeki şifalı bitkilerin ve bitki çayların kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi bu tür sözlü kültürel mirasların belgelenip gelecek nesillere aktarılması açısından önemli görülmektedir.

KAYNAKÇA

Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, 2(2), 60-71.

Bağcı, Y. (2021). Beyşehir (Konya) ve Çevresinin Bitkileri. Hüseyin Muşmal (Editedby.). Beyşehir Araştırmaları. Konya: Palet Yayınları, 681-692.

Bağdat, R. B. (2006). Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Kullanım Alanları, Tıbbi Adaçayı (*Salvia officinalis L.*) ve Ülkemizde Kekik Adıyla Bilinen Türlerin Yetiştirme Teknikleri. Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi, 15(1-2), 19-28.

Can, N., & Velioğlu, S. D. (2018). Bitki Çaylarında Mikrobiyal Kalite ve Mikotoksin Varlığı. Erzincan University Journal of Science and Technology, 11(3), 362-380.

Çağındı, Ö. & Ötleş, S. (2008). Farklı Demleme Sürelerinde Hazırlanan Bitki Çaylarının Antioksidan Aktiviteleri ile Renkleri Arasındaki Korelasyonun Belirlenmesi, Türkiye 10. Gıda Kongresi (s.109-112) 21-23 Mayıs 2008. Erzurum: Gıda Teknolojisi Derneği.

Dömbekci, H. A., & Erişen, M. A. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(Özel Sayı 2), 141-160.

Elmas, S. (2021). Türkiye'de Adaçayı Yetiştiriciliği ve Ticari Önemi. Uluslararası Doğu Anadolu Fen Mühendislik ve Tasarım Dergisi, 3(1), 298-332.

Göktaş, Ö., & Gıdık, B. (2019). Tıbbi ve Aromatik Bitkilerin Kullanım Alanları. Bayburt Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 2(1), 145-151.

Kılıç, S. (2013). Örnekleme Yöntemleri. Journal of Mood Disorders, 3(1), 44-6.

Koca, İ., Koca, A. F., & Yolcu, H. (2008). Fonksiyonel Gıda Olarak Kuşburnu. Türkiye, 10, 295-298.

Mutlu, H. (2023). Afyonkarahisar'da Yenilebilir Yabani Otlar ve Tüketim Biçimleri. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 11(2), 1696-1726.

Sayılı, M., & Gözener, B. (2013). Trabzon İli Of İlçesinde Ailelerin Çay Tüketim Durumu ve Alışkanlıkları. Electronic Journal of Food Technologies, 8(2), 1-7.

Suna, S. (2014). Doğal Bitki Ekstraktlarından Alternatif Bitki Çayı Üretimi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Şen, A. & Erdal, L. (2024). Bir Gastronomi Trendi Olarak Egzotik Bitki Çayları. Uluslararası Akademik Çalışmalar Dergisi, 2(1), 41-59.

Torun, F. B., Felek, R., & Harorlı, H. (2023). Türkiye'de Yaygın Olarak Tüketilen Bitki Çaylarının Tıp ve Diş Hekimliğinde Uygulama Alanları. Akdeniz Diş Hekimliği Dergisi, 2(1), 34-44.

Turğul, E., Yılmaz, H. K., & Ergüden, B. (2019). Özel Tenis Kulübündeki Profesyonel Sporcuların Bitkisel Çay Tüketim ve Kullanım Sıklığı. Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(1), 29-40.

Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi, 24(24), 543-559.

Özdatlı, Ş., Sipahi, H., Charehsaz, M., Aydın, A., & Yeşilada, E. (2014). Bitki Çaylarına Bal İlavesinin Total Antioksidan Kapasitesine Etkisi. Marmara Pharmaceutical Journal, 18(3), 147-152.

Yağar, F., & Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi, 3(3), 1-9.

Yıldırım, K. (2010). Nitel Araştırmalarda Niteliği Artırma. İlköğretim Online, 9(1), 79-92.

Zengin, M. (2021). Beyşehir İlçesi'nin Tarımsal Yapısı. Hüseyin Muşmal (Editedby.). Beyşehir Araştırmaları. Konya: Palet Yayınları, 633-644.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TÜRKİYE'DE ÜRETİLEN GELENEKSEL KELLE PEYNİRLERİ VE BAZI KALİTE ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ

Mine ŞEN
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
ORCID: 0009-0006-6611-2672

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0000-0002-8791-4782

ÖZET
Türkiye, süt ürünleri bakımından zengin bir ülkedir ve peynir çeşitliliğiyle öne çıkmaktadır. Ülkemizde 287 adet geleneksel peynir çeşidi olduğu bilinmekte ve bu peynir çeşitlerinin içerisinde kelle peynirleri de yer almaktadır. Ülkemizin doğusundan batısına farklı bölgelerinde üretilmiş olan kelle peynirleri Kahramanmaraş; Elbistan, Gaziantep, Balıkesir; Mihaliç, Ayvalık ve Manyas başta olmak üzere, farklı illerde ve civar yörelerde çeşitli tekniklerle üretilip ''kelle'' ismi ile nitelendirilmiş, aile ekonomisi içinde veya küçük işletmelerde üretilen ekonomik değere sahip geleneksel gastronomi ürünü olması ile ortak özellik göstermişlerdir. Fakat bu peynirlerin üretim aşamalarındaki bazı varyasyonlar, kelle peynirlerinin kalite özelliklerini belirlemekte ve karakteristik özelliklerinde değişiklikler göstermesine sebep olmaktadırlar. Bu kapsamda araştırmanın asıl amacı, Türkiye'deki geleneksel kelle peynirleri üzerine yapılmış bilimsel çalışmaları incelemek, elde edilen veriler ışığında Türkiye'deki kelle peynirlerinin kalite özelliklerindeki benzerlik ve farklılıklara değinmeye çalışmaktır. Bu araştırmada, kelle peynirlerinin gastronomi disiplini kapsamında değerlendirilerek literatüre katkı sunulmasını, kültürel miras olarak tanıtımlarının desteklenmesini ve bu peynirlerle ilgilenen paydaşlara (üreticiler, tüketiciler, akademisyenler, gastronomi profesyonelleri vb.) kalite özellikleri hakkında bilgi sağlayacak bir kaynak oluşturulmasını da amaçlamaktadır. Nitel ve nicel olmak üzere karma yöntem yaklaşımı ile ele alınan araştırma sonucunda kelle peynirleri ile ilgili 22 adet bilimsel araştırma olduğu tespit edilmiş; bunların türlerine, yıllarına, yörelerine ve disiplinlerine göre analizleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında seçilen 8 farklı kelle peyniri örneği olarak; Savaştepe Mihaliç, Ayvalık, Manyas, İvrindi, Otlu, Aksaray Karkın, Gaziantep ve Elbistan kelle peynirleri incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda kelle peynir çeşitlerinin kalite özellikleri değerlendirildiğinde, üretim süreçlerinin (ön ısıl işlem, mayalama, haşlama ve olgunlaştırma) genel olarak benzerlik gösterdiği gözlemlenirken; kullanılan süt cinsi, uygulanan ısıl işlemlerin sıcaklık düzeyleri, olgunlaştırma ve baskılama süreleri gibi üretim parametrelerindeki değişkenlere bağlı olarak kelle peynirleri fiziksel, kimyasal, duyusal, mikrobiyolojik özelliklerinde belirgin farklılıklar göstermişlerdir. Bu kapsamda farklı bölgeler üzerine ele alınıp karşılaştırılması yapılan Savaştepe Mihaliç ve Elbistan yörelerine ait kelle peynirlerindeki kullanılan sütün cinsi, peynir rengi, peynir sertliği, olgunlaşma süreleri olarak benzerlik göstermelerine rağmen ön ısıl işlem, mayalama sıcaklığı, haşlama sıcaklığı, baskılama süresi gibi üretim aşamalarındaki spesifik farklılıklardan kaynaklı yapı bakımından farklı peynirler ortaya çıktığı görülmüştür.
Yapılan çalışmanın bulguları ile kelle peynirleri konusu ile ilgili literatürdeki mevcut boşluğa katkı sunacağı düşünülmektedir.
Anahtar Kelimeler: Geleneksel peynir, Kelle peyniri, Kalite

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TRADITIONAL KELLE CHEESES PRODUCED IN TURKEY AND EXAMINATION OF SOME THEIR QUALITY CHARACTERISTICS

ABSTRACT

Turkey is a country rich in dairy products and stands out for its diversity of cheese. It is known that there are 287 types of traditional cheese in our country, among which “kelle” cheeses are also included. Kelle cheeses, produced in various regions from the east to the west of Turkey—including but not limited to Kahramanmaraş; Elbistan, Gaziantep, Balıkesir; Mihaliç, Ayvalık, and Manyas—have been made using different techniques and are commonly referred to as "kelle." These cheeses are traditional gastronomic products with economic value, typically produced within family economies or small enterprises. However, variations in the production stages of these cheeses influence their quality characteristics and result in differences in their specific traits. In this context, the main aim of this study is to review scientific research conducted on traditional kelle cheeses in Turkey and, based on the data obtained, to explore the similarities and differences in the quality characteristics of these cheeses. The study also aims to contribute to the literature by evaluating kelle cheeses within the discipline of gastronomy, support their promotion as cultural heritage, and serve as a source of information on quality attributes for stakeholders such as producers, consumers, academics, and gastronomy professionals. Using a mixed-method approach combining both qualitative and quantitative methods, the study identified 22 scientific publications on kelle cheeses, which were analyzed according to their types, publication years, regions, and disciplines. Eight different kelle cheese samples were selected and examined in the study: Savaştepe Mihaliç, Ayvalık, Manyas, İvrindi, Otlu, Aksaray Karkın, Gaziantep, and Elbistan kelle cheeses. The findings revealed that while the production processes (such as pre-heating, coagulation, scalding, and maturation) of kelle cheeses are generally similar, there are significant differences in their physical, chemical, sensory, and microbiological properties depending on variables such as the type of milk used, temperature levels of thermal treatments, and duration of maturation and pressing. Specifically, although Savaştepe Mihaliç and Elbistan kelle cheeses—selected for regional comparison—showed similarities in terms of milk type, cheese color, cheese firmness, and maturation duration, they resulted in structurally different cheeses due to specific variations in pre-heating, coagulation temperature, scalding temperature, and pressing duration.

The findings of this study are expected to contribute to the existing gap in the literature regarding kelle cheeses.

Keywords: Traditional cheese, Kelle cheese, Quality

GİRİŞ

Peynir, insanlığın yerleşik hayata geçiş sürecinde ortaya çıkan ilk simgelerden biri olmasının yanı sıra, kültürel çeşitliliği yansıtan önemli geleneksel bir besindir. Geleneksel gıdalar, medeniyetlerin tarihi ve kültürel birikimini taşıyan değerli miraslar olup, özgün nitelikleri korunarak gelecek kuşaklara aktarılması gereken ürünlerdir (Ekinci,2014; Saygılı, Demirci ve Samav, 2020). Dünya genelinde yaklaşık 4000 farklı peynir türü bulunduğu tahmin edilmektedir. Peynir üretimi ve tüketimi denildiğinde Fransa, Hollanda ve İsviçre gibi ülkeler ön plana çıkmakla birlikte, peynir çeşitliliği açısından Türkiye önemli bir yere sahiptir (Denk, 2023; Karaca, 2016).

Ülkemizin yedi coğrafi bölgesinde toplam 287 farklı geleneksel peynir türünün bulunduğu öne sürülmüştür (Denk, 2023, 2024).

Türkiye'de peynir denilince akla gelen ilk peynirlerden beyaz peynir, kaşar, tulum gibi peynirler yer alsa da Mihaliç Peyniri, Erzincan Tulum Peyniri, Kars Gravyeri gibi daha birçok geleneksel peynir çeşitleri de bu örnekler arasındadır (Badem,2021; Çakmakçı ve Salık,2021; Denk, 2023). Gıda, tarım ve temel ihtiyaç maddelerinin üretiminde modern teknolojiler yaygın olarak kullanılmakla birlikte, yerel ve geleneksel ürünlere yönelik ilgi son yıllarda belirgin bir şekilde artış göstermektedir (Saygılı, Demirci ve Samav, 2020; Şahin ve Meral, 2012).

Geleneksel ürünlere ilginin artmasına bağlı olarak üretilen bu peynirlerin türünü ve özelliklerini; sütün kaynağı, uygulanan işlemler, katkı maddeleri ve olgunlaştırma süreci gibi üretim faktörleri belirlemektedir. Ayrıca, üretim bölgesinin kültürel birikimi ve geleneksel yöntemleri de peynirin fiziksel, kimyasal ve duyusal özellikleri üzerinde etkili olmaktadır (Saygılı, Demirci ve Samav, 2020).

Olgunlaşmamış peynirler arasında belirgin yapısal ya da duyusal farklar gözlenmezken, olgunlaşma sürecinin ilerlemesiyle birlikte peynir türleri arasında yapı, su içeriği ve tat gibi açılardan karakteristik farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Peynir kalitesinin değerlendirilmesi çok yönlü bir yaklaşım gerektirir ve bazı kalite ölçütleri tüm peynir çeşitleri için ortak olarak uygulanabilir. Bu değerlendirme ölçütleri arasında mikrobiyolojik güvenlik, besin içeriği, lezzet, tekstürel özellikler, fonksiyonel özellikler ve dış görünüm yer almaktadır. Kaliteyi doğrudan etkileyen faktörler ise; kullanılan sütün özellikleri, içerdiği doğal enzimler, mikrobiyal yapısı, kimyasal bileşimi, olgunlaştırma süresince sağlanan sıcaklık ve süre gibi çevresel koşullar ile starter ve starter olmayan laktik asit bakterileri ve kullanılan pıhtılaştırıcı ajanlardır (Akın, 2004).

Bu kalite unsurları, özellikle geleneksel üretim yöntemleriyle hazırlanan peynirlerde, ürünün kendine has özelliklerini belirlemekte kritik rol oynamaktadır. Sahip oldukları özgün üretim teknikleri, karakteristik özellikleri ve hitap ettikleri spesifik tüketici grupları ile geleneksel peynirler öne çıkmaktadır. Bu özgünlüklerin kayıt altına alınması ve korunması amacıyla kullanılan en etkili yöntemlerden biri ise coğrafi işaretleme sistemidir (Güzeler ve Koboyeva, 2020; Güzeler ve Yıldırım, 2016). Gastronomi turizminin gelir potansiyelinin artırılması açısından, birçok Avrupa ülkesinde gastronomi turizmi içinde önemli bir yer tutan geleneksel peynirlerin, Türkiye'de de daha fazla önemsenmesi ve bu kültürel değerlerin öne çıkarılması yararlı olacaktır. Bu bağlamda, coğrafi işaretli ürün sayısının artırılması ve bu ürünlerin gastronomi turizmi içerisinde hak ettikleri yeri alması gerekmektedir (Karaca, 2016; TÜRSAB, 2015). Kelle peynirleri üzerine yapılan araştırma sayısı oldukça azdır ve kelle peynirinin üretiminin büyük ölçüde kapalı aile ekonomisi kapsamında ve küçük ölçekli işletmelerde yapıldığı belirlenmiştir. Bu nedenle, üretim süreci ve ürün bileşimi açısından standart bir yapıdan söz etmek mümkün değildir (Altun ve Köse, 2016).

Geleneksel ürünlere artan talebe bağlı olarak coğrafi işaretli türlerinin de bulunduğu kelle peynirleri ile ilgili çalışmalar az sayıdadır ve Türkiye'de var olan kelle peynirlerinin bir büyün olarak toplanıldığı karakteristik özelliklerine değinilen bir çalışmaya rastlanılmamıştır bu durum araştırmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı ülkemizin farklı bölgelerinde isim olarak kelle olarak bilinen ve üretilen, geleneksel kelle peynirlerinin literatürde bulunan bilgiler dahilinde mevcut kalite özelliklerindeki benzerlik ve farklılıklarını ele almaktır. Kelle peynirlerinin benzerlik ve farklılıklarının incelenmesiyle özgünlüğün ortaya konduğu bu çalışmada, Türkiye'de bu alanda yapılan sınırlı sayıdaki araştırmalara katkı sağlanarak literatürdeki boşluğun giderilmesi hedeflenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Türkiye'de Peynir ve Kalite Özellikleri

İlk peynir üretiminin, Orta Doğu toplumları ile Orta Asya'da yaşayan göçebe Türk toplulukları tarafından gerçekleştirilmiş olabileceği yönünde çeşitli hipotezler bulunmaktadır. (Karaca 2016; Saygılı, Demirci ve Samav, 2020). Türkiye'nin zengin coğrafi, iklimsel ve kültürel yapısı, süt ürünleri ile peynir çeşitlerinin büyük bir çeşitlilik göstermesini sağlamıştır. (Güllü,2022). Türkiye'de üretilen toplam süt miktarının yaklaşık %40'ı, peynir üretiminde kullanılmaktadır. Bu üretim içerisinde en yüksek payı yaklaşık %60 ile beyaz peynir oluşturmaktadır. Kaşar peyniri %17 oranında bir paya sahipken, tulum ve Mihaliç peynirlerinin toplam üretim içindeki oranı %12 civarındadır. Geriye kalan %11'lik bölüm ise geleneksel peynir türlerinden oluşmakta olup, bu çeşitler daha sınırlı miktarlarda üretilmektedir (Tan ve Ertürk, 2002; Okur ve Güzel-Seydim, 2011). Peynirin türü ve özellikleri; süt kaynağı, üretim yöntemi, katkı maddeleri, olgunlaştırma süreci ile üretim bölgesinin kültürel ve geleneksel yapısından etkilenmektedir (Saygılı, Demirci ve Samav, 2020). Günümüzde bazı peynir türleri çiğ süt ile üretilmekle beraber çoğu peynirler pastörize (72 °C'de 15sn) süt ile üretilmektedir. Süte işlenmeden önce termizasyon (65 °C'de 15 sn) işleminin sağlanması ile peynirdeki mikrobiyal yük azaltılabilmektedir. Gerekli ısıl işlem uygulamaları ve hijyen uygulamalarının kaliteli süt ile yapılması üniform peynir üretimini gerçekleştirebilir. Peynir kalitesi; sütteki enzimler, kimyasal bileşim (kazein, yağ, pH, Ca^{2+}), kullanılan maya ve starter kültürler ile doğrudan ilişkilidir. Kazein, yağ, Ca^{2+} içeriği ve pH parametreleri etkili olup peynir mayası ile etkileşerek pıhtılaşmaya bağlı olarak peynir randımanına etki etmektedir. Şirden mayası ve uygun starter kültürler kaliteyi artırırken, starter olmayan laktik asit bakterileri gibi kültürler olumsuz etki yapabilir. Ayrıca, su, pH, tuz oranı gibi formülasyon parametreleri de lezzet ve doku üzerinde belirleyicidir, yapılan çalışmalar peynirdeki pH ve suyun yüksek olması ve düşük tuzun peynirdeki lezzet ve tekstürde olumsuz etki ettiğini göstermiştir (Akın, 2004). Peynirin olgunlaşma süreci, her bir peynir türüne özgü tat, aroma ve doku özelliklerinin oluşumunu sağlayan karmaşık kimyasal ve biyokimyasal reaksiyonları kapsamaktadır ve peynirde kaliteyi etkileyen basamaktan biridir (Çelik ve Uysal, 2009).

Ülkemizdeki Geleneksel Peynirler ve Kelle Peynirleri

Son yıllarda geleneksel gıdalar, hem tüketiciler hem de akademik çevreler tarafından artan bir ilgiyle karşılanmaktadır (Denk, 2024; Fibri ve Frøst, 2019; Handoyo, Claudia, ve Firdayanti, 2018; Vanhonacker ve ark., 2013). Bu ilginin giderek artması, geleneksel ürünlerin lezzet ve tazelik gibi kalite özellikleri, bireysel sağlık kaygıları, gıda güvenliği, çevresel duyarlılık ve yerel ekonomiye katkı gibi çeşitli faktörlerin tüketici tercihlerine etkide bulunmasından kaynaklanmaktadır (Denk, 2024; Feldmann ve Hamm, 2015). Geleneksel peynir türleri bölgeden bölgeye çeşitlilik göstermekte ve isim olarak yöresinden, şehrinden veya içeriğindeki hammaddelere, şekil olarak benzetildiği nesnelere bağlı olarak değişik şekillerde isimlendirilmektedir. Bu peynirlerden bazıları coğrafi olarak işaretlenmiştir ve bu özelliği almaları sayesinde yerel peynir üreticilerin desteklenmesi yoluyla, gastronomi turizminin sürdürülebilir gelişimi açısından stratejik bir öneme sahip olmaktadır (Saygılı, Demirci ve Samav, 2020). Coğrafi işaretler, geleneksel ürünlerin benzersiz özelliklerini vurgulayarak pazarda farklılaşmalarını sağlar ve etkili bir tanıtım aracı sunar. Bu, kırsal kalkınmayı teşvik eder ve yerel turizmi destekler (Güler ve Saner, 2018; Taşdan, Albayrak ve Albayrak, 2014). Türkiye'de 46 peynir türünün coğrafi işaretle tescillendiği bildirilmiştir. (Şahin, 2024).
Geleneksel ve coğrafi işaretli peynirlerin gastronomi turizminde daha fazla yer bulması için peynir turizm rotaları oluşturulmaktadır.

Bu rotalar, ziyaretçilere peynir kültürünü tanıma fırsatı sunarken, yerel ekonomiye katkı da sağlamaktadır (Ademoğlu, 2024; Bayraktar, 2021). Ülkemiz, zengin peynir üretim geleneğine sahip olmasına rağmen, bu kültürel mirası turizme entegre eden tematik peynir rotaları henüz geliştirilmemiştir. (Cihangir ve Demirhan, 2020; Hastaoğlu, Erdoğan ve Işkın, 2021). Bununla birlikte son yıllarda Türkiye'de peynirler üzerine yapılan etkinliklerde *Slow Cheese (Bodrum)*, *Çanakkale Peynir Festivali*, *Makarna-Peynir Festivali* ve *Ödemiş Peynir Festivali* gibi organizasyonlar öne çıkmaya başlamıştır (Öner, 2014; Ademoğlu,2024). Öte yandan, Gaziantep Udma Peynir Müzesi, Kars Boğatepe (Zavot) Peynir Müzesi gibi tematik müzeler; peynirin kültürel değerini tanıtma ve koruma işlevlerinin yanı sıra, gastronomi turizminin gelişmesine de katkı sağlamaktadır (Ademoğlu 2024; Cihangir ve Demirhan, 2020).

Geleneksel üretim yöntemleriyle öne çıkan kelle peynirleri, Türkiye'de gastronomi turizmine katkı sağlayan önemli ürünler arasında yer almaktadır. Bölgesel farklılıklar gösteren bu peynirlerden bazıları, coğrafi işaretle tescillenerek yerel değer olarak kayıt altına alınmıştır. İlk olarak Gaziantep Peyniri 2018'de tescillenmiştir. Bunu sırasıyla Manyas (2020), İvrindi (2022), Savaştepe Mihaliç ve Elbistan (2023) kelle peynirleri izlemiştir. Son olarak ise Ayvalık Kelle Peyniri (diğer adıyla Ayvalık Sepet Peyniri), Kasım 2024'te tescil edilmiştir. (Türk Patent, 2025). Bu peynirler dışında Otlu Kelle Peyniri, Aksaray Karkın Kelle Peynirleri de geleneksel peynirlerimizdendir (Tarım Orman, 2025). Akdeniz bölgesindeki geleneksel peynirlerden Isparta Eğirdir Taze Kelle Peyniri de literatürde yer almaktadır (Dağ, 2020; Kamber, 2005). İzmir'de 6 çeşit geleneksel peynir tespit edilmiştir bunlardan biri de kelle peyniridir (Dağ, 2020; Kamber, 2005). Güler ve Saner (2018), çalışmalarında Türkiye'de coğrafi işaret tescil başvurusu yapılmış hayvansal ürünleri inceledikleri çizelgede, peynir kategorisinde Şavak Kelle (Teleme) Peynirine de yer vermişlerdir. (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018). Günümüz 2025 yılı itibari ile Türk Patent ve Marka Kurumu verilerinde Şavak Kelle Peyniri adı altında başvurusu bulunan bir peynire rastlanılamamıştır (Türk Patent, 2025). Tursan (2021), çalışmasındaki bir katılımcının ifadesine göre, Balıkesir'in Gönen ilçesinde kelle peyniri bulunmaktadır ve ziyaretçiler turistik geziler sonrası bu peyniri satın almaktadır. Malatya Kelle Peyniri, çiğ sütten üretilip sıcak suda haşlanan ve üretim yöntemiyle pasta filata peynirlerine benzeyen bir peynirdir. Ayırt edici özellikleri arasında bez torbalarda süzülme ve elle şekillendirme yapılmaması yer alır. (Güzeler ve Koboyeva, 2020; Gölge ve Şahan, 2008). Yine bu bölgemizde Erzincan Tulum Peyniri ticari üretimi için kelle peyniri olarak bilinen teleme peyniri kullanılmaktadır (Tekinşen, 2017). Bir başka tulum peyniri üretiminde kullanılan kelle peynirleri Konya pazarındaki küflü peynirler, tuzlanarak ufalanmış yağsız kelle peynirinden yapılır. Kabuk oluşumunu engellemek adına, bu karışım naylon torba ile kaplanmış suni elyaf çuvallarda dinlendirilir (Özçelik, 2004; Tekinşen ve Uçar, 2006) Kars İlinin Boğatepe Köyünde yapılan bir araştırma sonucunda köydeki mandıralarda gravyer peyniri, eski kaşar, deri tulum gibi peynirlerin yanında kelle peyniri gibi türlerin de üretildiğine değinilmiştir (Atış ve Çelikoğlu, 2017).

Bu bağlamda çalışmada ele alınacak olan peynirler Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri, Ayvalık Kelle Peyniri, İvrindi Kelle Peyniri, Otlu Kelle Peyniri, Manyas Kelle Peyniri, Aksaray Karkın Kelle Peyniri, Elbistan Kelle Peyniri ve Gaziantep Kelle Peyniri olmak üzere 6 adet örnek seçilmiştir.

Mihaliç Peyniri, adını Bursa'nın Karacabey ilçesinin eski adı olan Mihaliç'ten almakta ve bölgede yaklaşık 250 yıldır üretilip tüketilmektedir. Yöresel olarak "Mağlıç", "Mahlıç", "Manyas" ve "Kelle" gibi isimlerle de bilinmektedir (Aday ve Karagül-Yüceer, 2014; Keser, 2023; Özcan ve Kurdal, 2012). Kökeni Osmanlı İmparatorluğu'na dayanan peynirin, büyük gözenekli olanı makbul olduğu ve dayanıklılığı nedeniyle hac ziyaretine gidenler tarafından tercih edildiği bilinmektedir (Dinçkal, 2015).

Balıkesir'de üretilen Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri, koyun ve inek sütlerinden ya da bu sütlerin karışımından üretilmektedir, karışımdaki koyun sütü oranı en az %40 olması gerektiği bildirmekte ve koyun cinsi olarak Kıvırcık ve Kıvırcık Merinos melezi ırklarından bu peynirler elde edilmektedir (Türk Patent, 2025).

Ayvalık Kelle Peyniri, mübadele sonrası Balıkesir'de üretilmeye başlanmış ve koyun, keçi, inek sütü veya bunların karışımıyla yapılmakta ve ayrıca Ayvalık Sepet Peyniri olarak da bilinmektedir (Türk Patent, 2025). Bu peynir Ege'de Karaburun, Urla, Ayvalık gibi ilçelerde üretilmekte ve yapımında genellikle kıl keçisi tercih edilmektedir. Bu peynirin Ayvalık, Cunda taraflarında koyun sütünden üretildiği de bildirilmiştir (Bal Onur ve Aksoy Biber, 2017; Dağ, 2020; Kınık vd., 1999). Ülkemizdeki geleneksel yöntemle üretilen peynirlerin üretilmesinde genellikle keçi sütünden yararlanılmakta ve bu peynirlerin içerisinde önde gelen peynirler Gaziantep Kelle Peyniri, Ayvalık Kelle gibi peynirler de gelmektedir (Karaca, 2016; Kırdar ve Gün, 2010; İrkin vd., 2010). Ayvalık bölgesinde üretilen bu peynirinin genellikle koyun sütü ile de üretildiğine ve doku, aroma olarak Mihaliç peynirine benzemektedir (Dinçkal, 2015). Eskiden zeytin ağacı dallarından yapılan sepetlerle şekil verilen ve adını buradan aldığı düşünülen Ayvalık Kelle Peyniri (diğer adıyla Ayvalık Sepet Peyniri), günümüzde plastik sepetlerle şekillendirilmektedir (Güllü, 2022).

Balıkesir'de yapılan bir çalışmada bazı mahreçli yiyeceklerin yanında İvrindi Kelle Peynirinin de bulunduğu birtakım yiyecek ve içeceklerin işletmelerinde sunulduğunun bildirilmesi, Edremit Körfezi'ne ait kültürel kimlik unsurlarının bu işletmeler tarafından benimsendiğini ve temsil edildiğini göstermiştir (Ürkün ve Özgürel, 2025). İvrindi ilçesine özgü geleneksel bir peynir olan bu peynir koyun, keçi, inek sütlerinden üretilmektedir. Üretiminde genellikle Kıvırcık ve Kıvırcık-Merinos melezi koyun sütü tercih edilir (Türk Patent, 2025).

Balıkesir'in Havran ilçesinde üretilen, keçi sütünden yapılan geleneksel bir peynir türü olan Otlu Kelle Peyniri de içeriğinde yoğurt, keçi şirden mayası, nane, maydanoz, kekik ve tuz bulunduran farklı bir kelle peynir çeşididir (Tarım ve Orman, 2025).

Manyas Kelle Peyniri de Balıkesir'in Manyas ilçesine özgü bir peynir olup ağızda dağılmayan, ekmek gibi yenilebilen yapısıyla tok tutucu özelliğe sahip olması ve yüksek protein içeriğiyle dikkat çeker. Küf içermemesi nedeniyle mide ve karaciğer sağlığına faydalı olduğuna inanılmaktadır. (Dinçkal, 2015).Bu peynir, Mihaliç, Mağlıç ve Mahlıç gibi isimlerle de bilinmektedir (Aday ve Karagül-Yüceer;2014; Çakmakçı ve Salık, 2021; Hayaoğlu, Özer ve Fox; 2008).

Aksaray Karkın Kelle Peyniri, Aksaray'ın Karkın köyüne özgü, koyun sütünden üretilen geleneksel bir çömlek peyniridir. Üretimi geleneksel olarak çiğ koyun sütüyle Mayıs-Eylül ayları arasında yapılan çömlekte olgunlaşan bir peynir türüdür (Tarım ve Orman, 2025).

Elbistan Kelle Peyniri, Kahramanmaraş'ta üretilen geleneksel bir peynirdir. Maraş Peynirine benzer olsa da pıhtının torbalarda süzülmesi, peynir altı suyunda haşlanması ve el ile şekillendirilmemesiyle farklılık gösterir (Gölge, 2009; Anon.,2005a). Elbistan Kelle Peynirinde gıda güvenilirliği ve ürünün karakteristik özelliklerinin sağlanması için, çiğ sütten üretilen peynirler en az 4 ayda olgunlaşırken, pastörize edilen peynirler en az 3 ayda olgunlaşır. Çiğ sütten üretilen peynirlerde etiketinde "Çiğ sütten üretilmiştir" ifadesine yer verilmesi gerekir (Türk Patent, 2025).

Antep Kelle Peyniri, Gaziantep'te üretilen geleneksel bir peynir olup, keçi ve koyun sütlerinin karışımından yapılmaktadır. Düzgün olmayan ovalimsi bir şekle sahip olan bu peynirin mayalanmasında incir sütü, şirden veya kimyasal maya kullanılır. Kışın tüketilecek olan peynirlere %2-%4 tuzla kuru tuzlama yapılarak, 2-3 ay süreyle 3-5 °C'de salamura edilir. Yazın tüketilecek olan peynirlerde ise tuz oranı %1-%2 olup, bu peynirler 10-15 gün içinde tüketilir (Albak-Yalınız, 2019).

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırma, Tükiye'nin farklı bölgelerinde üretilen geleneksel kelle peynirlerinin kalite özelliklerindeki benzerliklerin ve farklılıkların tespit edilmesi ile, literatüre katkı sağlayabilecek nitelikte özgün bir bilgi birikimi ortaya koymak ve ileride gerçekleştirilecek araştırmalara yön verecek nitelikte bilimsel öneriler geliştirmektir.

Araştırmanın bir diğer amacı ise geleneksel peynir çeşitlerimizden biri olan kelle peynirine literatürde farklı bir bakış açısıyla yaklaşarak, bu ürünün gastronomi disiplini içerisinde değerlendirilmesini ve alana kazandırılmasını sağlamaktır. Ayrıca, kelle peynirinin tanıtılması yoluyla kültürel bir miras olarak gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sunmak da hedeflenmektedir. Bunun yanı sıra, bu geleneksel peynir türüne ilgi duyan üretici ve tüketicilere kalite özellikleri açısından bilgi sunarak bilinçlenmelerine katkı sağlayacak nitelikte bir kaynak oluşturmak da araştırmanın amaçları arasındadır.

Bu amaçla araştırmada bazı sorulara cevap aranmıştır. Bu sorular;

- Türkiye'deki kelle peynirleri hakkında yapılan araştırmalar nelerdir?
- Yapılan araştırmaların türlere göre dağılımı nelerdir?
- Yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımı nelerdir?
- Yapılan araştırmaların yörelere göre dağılımı nelerdir?
- Yapılan araştırmaların disiplinlere göre dağılımı nelerdir?
- Türkiye'de kelle peynirlerinin kalite özellikleri bakımından benzerlikler ve farklılıklar nelerdir?

Araştırmada materyal olarak 2 farklı veri seti kullanılmıştır; İlk veri setinde kelle peynirleri ile ilgili lisanüstü tezler ve akademik yayınlar taranarak, bu yayınlar doküman analizi tekniği ile incelenmiştir.

Yayınların yılı, türü, içerdiği disiplini ve yöresel dağılım gibi ölçütler dikkate alınarak araştırmaların bulgularının da tablo halinde belirtilmesi ile bibliyometrik analiz yapılmış, elde edilen bulgular çalışmanın genel çerçevesinde destekleyici veri olarak kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz, bir araştırma alanındaki mevcut boşlukları belirlemek ve alandaki gelişimi görselleştirmek açısından önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Ongun ve Çuhadar, 2025; Ülker ve ark, 2023). Bu önemle birlikte araştırma kapsamında Türkiye'deki geleneksel kelle peynirlerinin alanyazının bibliyometrik özelliklerin saptanması için; yazarların sayısı, yazarların bulguları yayınların yılı, türü, içerdiği disiplini ve yöresel dağılım gibi parametrelerden yararlanılmıştır (Ağaç, 2025; Karaca ve Akın, 2025; Ongun ve Çuhadar, 2025).

İkinci veri setinde, Türkiye'nin farklı bölgelerinden amaçlı örnekleme yöntemi ile seçilmiş 8 adet kelle peyniri örneği değerlendirilmiş, bu peynirlerin kalite özellikleri betimsel analiz yöntemi ile ortaya konulmuş ve tablolar halinde sunulmuştur. Ardından bu kalite özellikleri arasında benzerlik ve farklılıklar karşılaştırılmalı analiz yoluyla yorumlanarak karakteristik nitelikleri değerlendirilmiştir. Betimsel analiz yötemi, elde edilen verilerin sistematik bir biçimde tanımlanması, düzenlenmesi ve yorumlanarak okuyucuya sunulmasını amaçlayan bir analiz türüdür (Uğur ve Saylık, 2025; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu analiz sürecinde, verilerin özetlenmesi ve anlamlandırılmasında betimsel istatistiksel yöntemlerden de yararlanılmaktadır. Ayrıca betimsel analiz, belirli bir zaman aralığında ve belirli bir konu ya da alanda gerçekleştirilen çalışmaların kategorize edilerek değerlendirilmesi amacıyla da etkili biçimde kullanılabilmektedir (Dinçer, 2018; Uğur ve Saylık, 2025). Bu araştırmada karma yöntem yaklaşımı benimsenmiş olup, hem sayısal veriler üzerinden hem de dokümanlar üzerinde analiz gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda Google Scholar arama motoru, Ulusal Tez Merkezi ve Selçuk Üniversitesi kütüphanesinden ‘’kelle peyniri’’ yöre isimleri ile ve literatürde anılan diğer bilinen isimler ile aratılarak veriler toplanmıştır (tez.yok.gov.tr, 2025).
Araştırmada verilerin toplanma ve analiz edilme zamanı 04.04.2025 ile 04.05.2025 tarihleri arasıdır. Çalışma kapsamında kriter olarak kelle peynirleri ile ilgili çalışmaların az sayıda olmasından dolayı 1995-2023 yılları arasındaki bilimsel çalışmalar ve lisansüstü tezler bibliyometrik analiz ile ele alınarak araştırmaya dahil edilmiştir. Veri tabanında yapılan tarama sonucunda kelle peynirine yönelik toplam 22 bilimsel çalışma tespit edilmiştir. Bu çalışmaların 6’sı doktora tezi, 4’ü ise yüksek lisans tezinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan genel değerlendirmeler, bu 22 çalışmanın tamamı üzerinden gerçekleştirilmiş olup, elde edilen veriler doğrultusunda çalışmanın amacına uygun çizelgeler oluşturulmuştur. İlgili bilimsel dokümanlardan elde edilen veriler, Excel programına aktarılmış ve betimsel istatistik yöntemleri kullanılarak grafiksel olarak analiz edilmiştir.
Çalışma sonucunda ulaşılan bulgular, sistematik biçimde raporlanarak sunulmuştur. Bu çalışma, ulusal literatürde geleneksel kelle peynirlerine ilişkin verileri bir araya getirerek, araştırma kapsamında seçilen örneklerin kalite özellikleri açısından benzerlik ve farklılıklarını sistematik biçimde inceleyen ilk kapsamlı analiz niteliğinde olması açısından önem arz etmektedir.
Selçuk Üniversitesi kütüphanesinden ‘’kelle peyniri’’ yöre isimleri ile ve literatürde anılan diğer bilinen isimler ile aratılarak veriler toplanmıştır (tez.yok.gov.tr, 2025).
Araştırmada verilerin toplanma ve analiz edilme zamanı 04.04.2025 ile 04.05.2025 tarihleri arasıdır. Çalışma kapsamında kriter olarak kelle peynirleri ile ilgili çalışmaların az sayıda olmasından dolayı 1995-2023 yılları arasındaki bilimsel çalışmalar ve lisansüstü tezler bibliyometrik analiz ile ele alınarak araştırmaya dahil edilmiştir. Veri tabanında yapılan tarama sonucunda kelle peynirine yönelik toplam 22 bilimsel çalışma tespit edilmiştir. Bu çalışmaların 6’sı doktora tezi, 4’ü ise yüksek lisans tezinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında yapılan genel değerlendirmeler, bu 22 çalışmanın tamamı üzerinden gerçekleştirilmiş olup, elde edilen veriler doğrultusunda çalışmanın amacına uygun çizelgeler oluşturulmuştur. İlgili bilimsel dokümanlardan elde edilen veriler, Excel programına aktarılmış ve betimsel istatistik yöntemleri kullanılarak grafiksel olarak analiz edilmiştir.
Çalışma sonucunda ulaşılan bulgular, sistematik biçimde raporlanarak sunulmuştur. Bu çalışma, ulusal literatürde geleneksel kelle peynirlerine ilişkin verileri bir araya getirerek, araştırma kapsamında seçilen örneklerin kalite özellikleri açısından benzerlik ve farklılıklarını sistematik biçimde inceleyen ilk kapsamlı analiz niteliğinde olması açısından önem arz etmektedir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında incelenen bilimsel çalışmalara ilişkin bilgiler Tablo 1’deki sunulmaktadır:

Tablo 1. Türkiye'de Kelle Peynirleri Kapsamında Yayınlanan Bilimsel Çalışmalar

Sayı	Yazarlar	Araştırma türü	Araştırmanın disiplini	Araştırmanın yöresi	Araştırmanın Bulguları
1	Altun (1995)	Yüksek Lisans Tezi	Erişilemedi	Elbistan	Elbistan'da üretilen kelle peynirlerinin duyusal, kimyasal ve mikrobiyolojik özellikleri incelenmiş; örnekler arasında kalite açısından anlamlı farklılıkları tespit etmiştir.
2	Kurt (1996)	Makale	Erişilemedi	Erişilemedi	Kelle peynirinin geleneksel olarak çiğ sütten üretildiğinde sağlık riski taşıyabileceğini belirterek, pastörize süt kullanımının hem hijyen sağladığını hem de peynirin verimini artırdığını gözlemlemiştir.
3	Altun ve Akyüz (1998)	Makale	Erişilemedi	Elbistan	Kahramanmaraş'ın Elbistan ilçesindeki tesadüfi örneklerle seçtikleri 15 adet kelle peynirlerinin bazı kimyasal özelliklerini tespit etmiş ve ayrıca bazı mikrobiyolojik özellikler ve duyusal özelliklere dair bulguları bildirmişlerdir. (Gölge,2009).
4	Dayıcı (2000),	Yüksek Lisans Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	İnek, keçi ve koyun sütlerinden üretilen Mihaliç peynirlerinin 3 aylık olgunlaşma sürecindeki özelliklerini incelemiş, tüm peynirlerin mikrobiyolojik açıdan güvenli bulunmuştur ve en beğenilen peynirler, inek sütü ve inek-koyun sütü karışımıyla yapılanlar olmuştur.
5	Özcan (2000)	Doktora Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Mihaliç peyniri üretiminde starter kültür, proteaz ve lipaz enzimlerinin farklı kombinasyonlarının peynirin kimyasal, biyokimyasal ve duyusal özellikleri üzerindeki etkilerini değerlendirmiştir. Araştırma sonucunda starter kültür ve lipaz enzimi önerilirken, proteaz kullanımının dikkatle planlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
6	Şen ve ark. (2000)	Makale	Besin Hijyeni ve Teknolojisi	Mihaliç	Bursa'da satılan 50 Mihaliç peyniri, koliform mikroorganizmalar açısından incelemişlerdir. 44 örnekte koliform mikroorganizmalara rastlarlarken, 6 örnekte bulunmadığını bildirmişlerdir. 6 örnekte koliformların bulunmayışının sebebi, peynirlerin üretimindeki yüksek tuz konsantrasyonlarına bağlamışlardır.

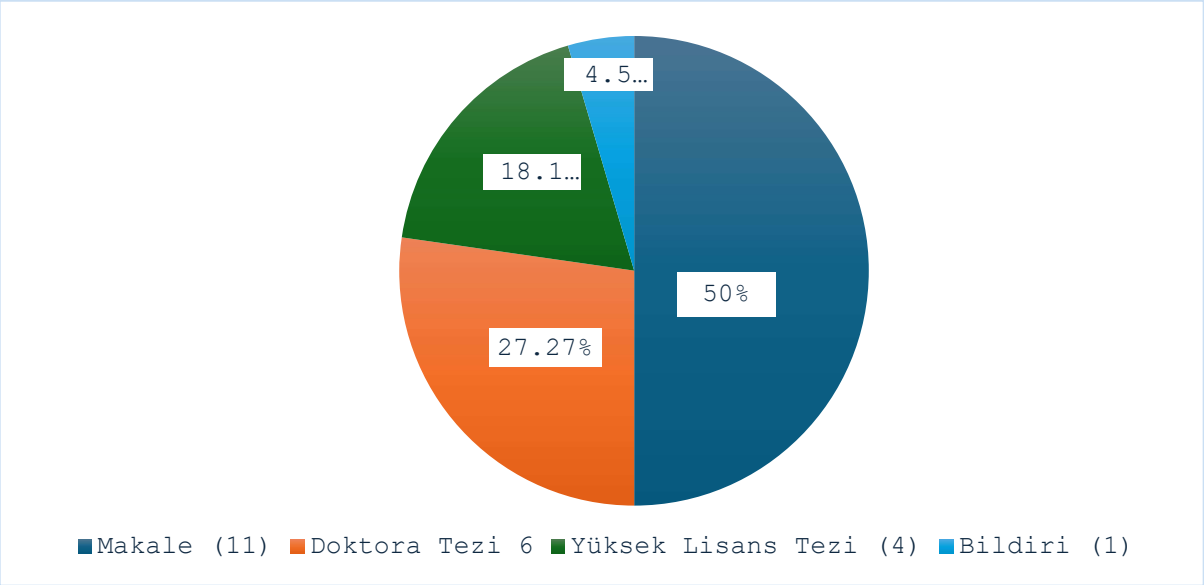
Sayı	Yazarlar	Araştırmanın türü	Araştırmanın disiplini	Araştırmanın yöresi	Araştırmanın Bulguları
7	Bulut (2006)	Doktora Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Pastörize ve çiğ sütten üretilen Mihaliç peynirlerinin kimyasal ve mikrobiyolojik özelliklerini karşılaştırmıştır. Her iki grupta da olgunlaşma süresince önemli değişiklikleri gözlemlenmiştir. Süt tipi ve kullanılan kültürler, peynirin gelişimini anlamlı şekilde etkilediğini tespit etmiştir.
8	Bulut ve Akın (2008)	Makale	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Starter kültürlü pastörize ve kültürsüz çiğ sütten yapılan Mihaliç peynirlerinin olgunlaşma sürecinde kimyasal ve mikrobiyolojik değişimlerini incelemiştir. Koliform bakteri sayısı soğuk havada muhafaza edildiğinde azalmıştır, termofilik laktik asit bakterileri baskın mikroorganizma oldukları gözlemlenmiştir
9	Gölge ve Şahan (2008)	Makale	Gıda Mühendisliği	Elbistan-Malatya	Malatya yöresinden üretilmiş inek sütünden yapılmış peynirleri ve Elbistan yöresinden koyun sütüyle yapılmış kelle peynirlerinin bazı fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik kalite özelliklerine değinmişler ve kelle peynirinde çiğ süt kullanılmamasının ve aynı zamanda starter kültürlerin peynir üretiminde kaliteyi arttırdıklarını ifade etmişlerdir.
10	Gölge (2009)	Doktora Tezi	Gıda Mühendisliği	Çukurova	Çiğ süt ile starter kültürlü kelle peynirlerinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik, duyusal özellikleri ve biyokimyasal olaylar üzerine etkilerini ortaya koymuştur. Starter kültür kullanılan pastörize sütlerden üretilen peynirler, özellikle mikrobiyolojik kalite, proteoliz ve lipoliz açısından daha sağlıklı ve kontrollü sonuçlar verdiğini tespit etmiştir
11	Aday (2010)	Yüksek Lisans Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Mihaliç peynirinin fiziksel, kimyasal, duyusal özellikleri ve aroma bileşenlerini incelemiştir. Araştırma sonucunda peynir örneklerinde çeşitli parametrelerde istatistiksel farklar bulunmuş, iç ve dış kısımlar arasında renk farklılıkları tespit edilmiştir. Duyusal analizde peynirler genelde benzer özellikler gösterirken, sertlik ve çiğnenebilirlikte farklar bulunmuştur. Aroma analizinde ise 44 aktif bileşen tespit edilmiştir.

Sayı	Yazarlar	Araştırmanın türü	Araştırmanın disiplini	Araştırmanın yöresi	Araştırmanın Bulguları
12	Bulut ve Akın (2013)	Makale	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Çiğ-starter kültür olmayan ve pastörize-starter kültür ilaveli süt ile yapılmış Mihaliç peynirlerinin 90 günlük olgunlaşma süresindeki fiziksel, kimyasal ve mikrobiyolojik özelliklerini gözlemlemişlerdir. Araştırmanın sonucunda pastörize sütle üretilen Mihaliç peynirlerinde mikrobiyolojik yükün daha düşük olduğunu ve yüksek tuz içeriğinin mikroorganizmaların hayatta kalmasını engellediğini peynirde gözlemlemişlerdir.
13	Özer (2015)	Doktora Tezi	Süt Teknolojisi	Mihaliç	Mihaliç peyniri üretiminde farklı starter kültür kombinasyonları ve haşlama sıcaklıklarının etkisini incelenmiş ve kullanılan kültürlerin peynirin mikrobiyolojik, fiziksel, kimyasal ve duyusal özelliklerini olumlu yönde etkilediğini, olgunlaşma sürecini hızlandırdığını bildirmiştir.
14	Altun ve Köse (2016)	Makale	Gıda Mühendisliği	Elbistan	Elbistan'dan alınan 16 kelle peyniri örneğini incelemiş; kimyasal, biyokimyasal ve mineral içeriklerinde farklılıklar tespit etmişlerdir. Bu farkların üretim ve depolama koşulları gibi etkenlerden kaynaklandığı belirtilmiş ve standart üretim tekniği ihtiyacına dikkat çekilmiştir.
15	Albak-Yalınız (2019)	Makale	Gastronomi	Gaziantep	Gaziantep Kelle Peynirinin, Gaziantep mutfağında uygulandığı alanları araştırmış yöre halkı tarafından çeşitli börek ve tatlıların içerisinde kullanıldığını tespit etmiştir. Ayrıca yöresel mandıralarda fabrikasyon olarak üretimi gerçekleştirilen Antep peynirlerinin geleneksel olarak üretilen Antep peynirlerin lezzetini yakalayamadığını ifade etmiştir.
16	Özer ve Kesenkaş (2019)	Makale	Süt Teknolojisi	Mihaliç	Mihaliç peyniri 40°C ve 45°C haşlama sıcaklıklarında üretilip 90 gün olgunlaştırılmıştır. Sonuç olarak, 40°C'de haşlanan peynirlerde lipoliz seviyesi daha yüksek bulunmuş, starter kültürlerin peynirin teknolojik ve duyusal özelliklerini iyileştirdiği ve olgunlaşma sürecini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

Sayı	Yazarlar	Araştırmanın türü	Araştırmanın disiplini	Araştırmanın yöresi	Araştırmanın Bulguları
17	Sivri ve Öksüz (2019)	Makale	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Geleneksel Mihaliç peynirinde bulunan propiyonik asit bakterilerini (PAB) MALDI-TOF MS yöntemiyle hızlı ve ekonomik şekilde tanımlamışlardır. 25 peynir örneğinden elde edilen 95 izolatın 21'i PAB olarak belirlenmiş; bunlar *P. freudenreichii ssp. freudenreichii* (%57), *P. freudenreichii ssp. shermanii* (%33) ve *P. thoenii* (%10) şeklinde sınıflandırılmıştır.
18	Tırpancı-Sivri (2020)	Yüksek Lisans Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Mihaliç peynirine propiyonik asit bakterileri ve linoleik asit eklenerek KLA (konjuge linoleik asit) içeriği artırılmıştır. Çalışma sonucunda en yüksek KLA, hem kültür hem de linoleik asit birlikte kullanıldığında elde edilmiştir ve olgunlaşma süresi KLA miktarını etkilemediği bildirilmiştir.
19	Ayanoğlu (2021)	Doktora Tezi	Besin Hijyeni ve Teknolojisi	Mihaliç	Mihaliç peynirinin laktik florası MALDI-TOF MS ve 16S rDNA dizi analizi yöntemleri ile karşılaştırmalı olarak tanımlandı. Araştırma sonucunda *Lb. paracasei* az tuzlu peynirlerde daha sık bulunmuş, *Lb. fermentum* peynirin iç kısımda, *Ent. faecium* ise kabukta baskın olmuştur.
20	Kanat ve Yılmaz-Ersan (2022)	Bildiri	Gıda Mühendisliği	İvrindi	Şirden mayası ile üretilen İvrindi Kelle Peynirinin peynirin ayırt edici özelliklerinin ortaya konması ve tüketiciler arasında bilinirliğinin artırılmasına katkı sağlanmasını hedeflemişlerdir (Odası T.G.M ve Odası T.Z.M, 2022).
21	İstanbullu ve ark. (2022)	Makale	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Mihaliç peynirinden izole edilen laktik asit bakterilerinin bazı pestisitlerin biyolojik yıkımı üzerindeki etkilerini araştırılmışlardır. En yüksek pestisit yıkımı *Lb. fermentum* suşunda tespit edilmiştir.
22	Keser (2023)	Doktora Tezi	Gıda Mühendisliği	Mihaliç	Mihaliç peynirinden izole edilen laktik asit bakterilerinin, fermente süt ve süt yağı esaslı ürünlerdeki biyolojik ve teknolojik etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucu olarak bakterilerin, yoğurt ve tereyağı kültürleriyle birlikte kullanılarak, biyoaktif bileşiklerin oluşumuna katkı sağladığı ve farklı süt/gıda sistemlerinde kullanılabilirliğine ulaşılmıştır.

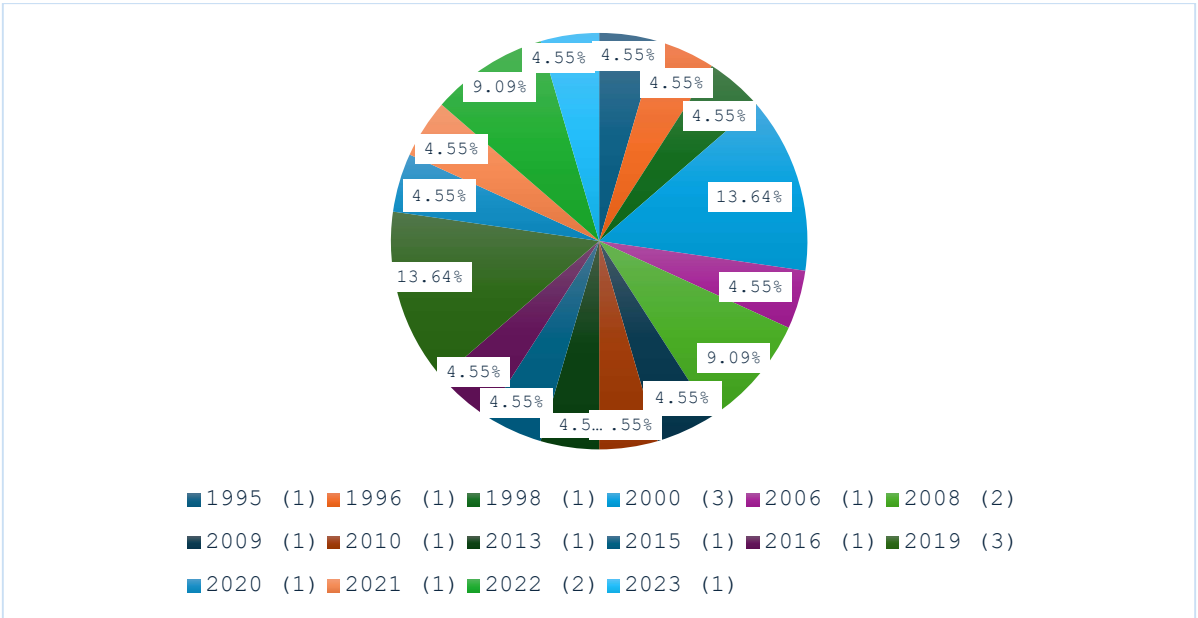
Tablo 1'de, Türkiye'de üretilen kelle peynirlerine ilişkin yürütülen çalışmalara ait bilgilere yer verilmiş olup, tabloda sunulan veriler doğrultusunda farklı kategoriler altında analizler gerçekleştirilmiştir.

Geleneksel kelle peynirleri ile ilgili araştırmaların türlere göre dağılımı Şekil 1'de verilmiştir.



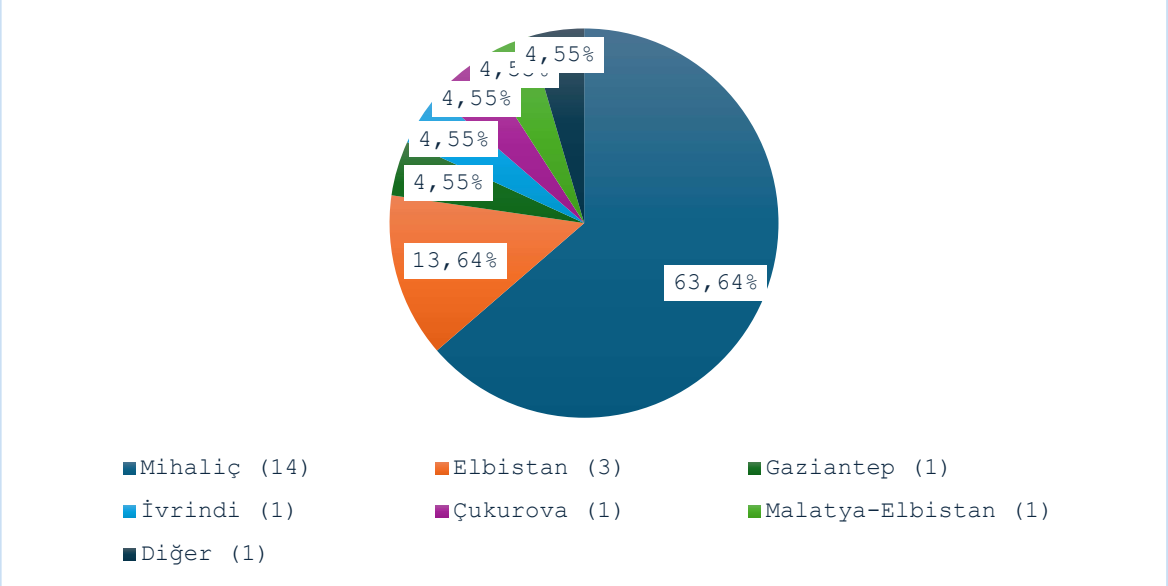
Şekil 1. Araştırmaların Türlere Göre Dağılımı

Şekil 1'e göre, kelle peynirleri ile ilgili yayınlanan toplam 22 adet çalışma bulunmaktadır. Bunlardan 11 tanesi makale, 10 tanesi lisanüstü tezler olup 1 tanesi bildiridir. Buradan anlaşılacağı üzere kelle peyniri konusu ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların sınırlı sayıda kaldığı görülmektedir.
Kelle peynirleri ile ilgili yapılan 22 araştırmanın yıllara göre dağılımları Şekil 2'de verilmiştir.



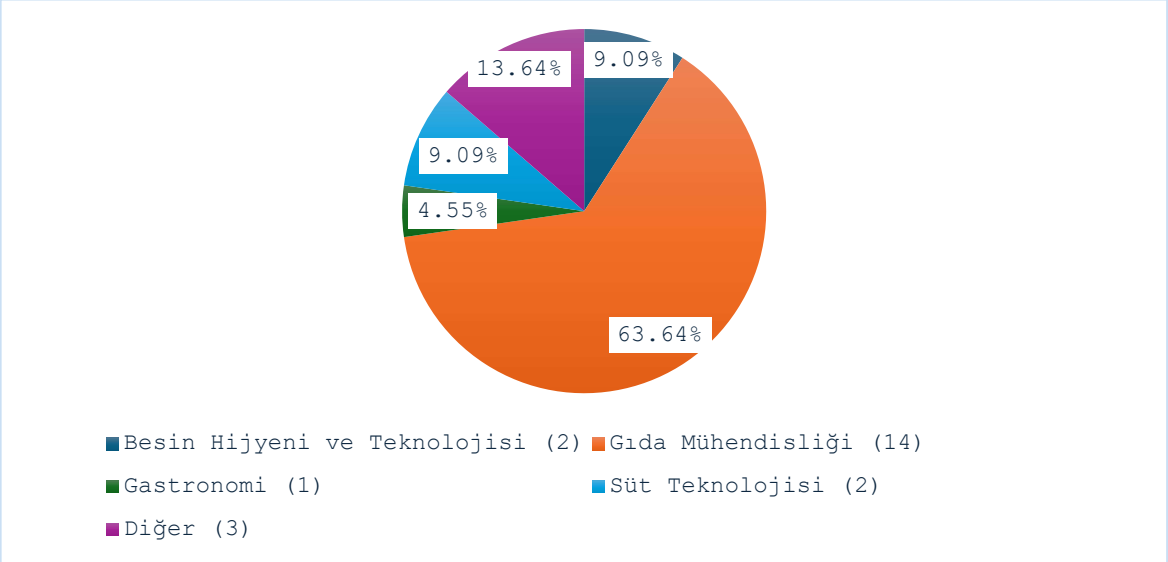
Şekil 2. Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 2'ye göre, bilimsel çalışmalar kronolojik olarak ele alındığında, kelle peyniri ile ilgili yapılan ilk çalışmanın 1995'te ve son çalışmanın 2023'te yapıldığı görülmektedir. 2019 ve 2000 yılında 3'er, 2008 ve 2022 yılında 2'şer ve diğer yıllarda 1'er çalışma olmak üzere en fazla çalışma yapılan seneler toplamda %28'lik oranla 2019 ve 2020 seneleridir.
Araştırılan kelle peynirlerinin Türkiye'deki yöresel dağılımları Şekil'3'te sunulmaktadır.



Şekil 3. Araştırmaların Yörelerine Göre Dağılımı

Şekil 3'e göre kelle peynirleri ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalardan 14 tanesi Mihaliç yöresini, 3 tanesi Elbistan yöresini ele almakta olup Gaziantep, İvrindi, Malatya-Elbistan, Çukurova ve erişimi sağlanamayan 1996 yılında yapılan çalışmanın yöresi (diğer) 1'er tane olduğu görülmektedir. Buradan anlaşılacağı üzere kelle peynirleri ile ilgili yapılan çalışmalarda en çok %63.64 oranla Mihaliç yöresi ile ilgili çalışmalar yapılmıştır.
Şekil 4'te kelle peynirleri ile ilgili araştırmaların disiplinlerine göre dağılımları verilmiştir.



Şekil 4. Araştırmaların Disiplinlerine Göre Dağılımı

Şekil 4 ‘e göre 22 adet bilimsel çalışma bulunan geleneksel kelle peynirlerinde bu konu ile ilgili en çok gıda mühendisliği (14) disiplini araştırma yapmış olup, 1995-1998 yılları arasındaki disiplinlere (diğer) erişilemediğinden onlar ayrı şekilde gösterilmiş ve 3 tane olarak grafikte gösterilmiştir. Besin Hijyeni ve Teknolojisi ve Süt Teknolojisi disiplinleri 2’şer tane. Gastronomi disiplini 1 tanedir ve Tablo 1’de belirtildiği üzere makale yayınıdır. Buradan hareketle kelle peyniri ile ilgili konular en çok gıda mühendisliği disiplininde ele alındığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen geleneksel kelle peynirlerinin bazı kalite özellikleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Türkiye'deki Kelle Peynirlerinin Bazı Kalite Özellikleri

Kelle Peynirleri	**Peynirdeki sütün cinsi**	**Peynir rengi**	**Peynir Sertliği**	**Peynir Yapısı**	**Ön Isıl İşlem**	**Mayalama Sıcaklığı**	**Haşlama Sıcaklığı**	**Baskılama Süresi**	**Olgunlaşma Süresi**	**Referanslar**
Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri	Koyun, İnek	Sarı-Beyaz	Sert-Yarı Sert	Gözenekli Yarıksız	50-65 °C Max 15 dk	30-35 °C	80-95 °C	12-16 saat	120 gün	(Türk Patent,2025)
Ayvalık Kelle Peyniri	Koyun, İnek, Keçi	Sarı-Beyaz	Sert-Yarı Sert	Gözenekli Yarıksız	57-68 °C Max 15 sn	27-36 °C	80-90 °C	1-1.5 saat	120 gün	(Türk Patent, 2025)
İvrindi Kelle Peyniri	Koyun, İnek, Keçi	Sarı-Beyaz	Sert-Yarı Sert	Gözenekli	50-55 °C Min 30 dk	27-35 °C	80-90 °C	12-16 saat	120 gün	(Türk Patent, 2025)
Otlu Kelle Peyniri	Keçi	Beyaz-Otlu Yeşil Görünüm	Sert	Gözeneksiz Pürüzsüz	Var-Belirtilmemiş	40-45 °C	Var-Belirtilmemiş	-	90 gün	(Tarım ve Orman, 2025)
Manyas Kelle Peyniri	Koyun, İnek	Sarı-Beyaz	Sert-Yarı Sert	Gözenekli Yarıksız	50-55 °C Min 30 dk	27-35 °C	82-88 ˚C	12–16 saat	120 gün	(Türk Patent,2025)
Aksaray Karkın Kelle Peyniri	Koyun	Hafif sarı	Sert	Ufalanan	Çiğ süt kullanılmakta	Var-Belirtilmemiş	-	Var-Belirtilmemiş	30 gün	(Tarım ve Orman, 2025)
Elbistan Kelle Peyniri	Koyun, İnek	Sarı-Beyaz	Sert-Yarı Sert	Kısmen Gözenekli	Var-Belirtilmemiş	30- 40℃	80-90˚C	3 saat	120 gün	(Türk Patent, 2025)
Gaziantep Kelle Peyniri	Koyun, Keçi	Grimsi-Beyaz	Yarı Sert	Gözeneksiz Ufalanmayan	Çiğ süt kullanılmakta	35 ˚C	80-90 ˚C	Var-Belirtilmemiş	Kışlık için; 90-120 gün Yazlık için; 10-15 gün	(Türk Patent, 2025)

Türkiye'deki kelle peynirlerinin bazı kalite özelliklerine ait, Tablo 2 incelendiğinde farklı yörelere ait, 6 farklı kelle peynirlerinin kalite özellikleri açısından benzerlik ve farklılıklar bulunmaktadır. Peynirlerin üretim aşamaları süte ön ısıl işlem uygulanması, mayalama işlemleri, Otlu Kelle Peyniri haricinde baskılama işlemlerinin hepsinde olması, haşlama sıcaklıklarının Aksaray Karkın Kelle Peyniri haricinde diğer peynirlerde uygulanması ve belirli bir olgunlaşmaya tabii tutulmaları peynirlerin benzer yanlarıdır.

Savaştepe Mihaliç, Manyas ve Elbistan Kelle Peynirlerinde koyun ve inek sütü hammadde olarak kullanılırken, Gaziantep Kelle Peynirinde koyun ve keçi sütü kullanılmaktadır. Aksaray Karkın Kelle Peynirinde yalnızca koyun sütü kullanıldığı görülmekle birlikte Otlu Kelle Peynirinde sadece keçi sütü kullanılmakta Ayvalık ve İvrindi Kelle peynirleri koyun, inek ve keçi olmak üzere üç farklı hammadde kullanılarak peynir yapılabilmektedir. Bunun yanında Savaştepe Mihaliç, Ayvalık Kelle, İvrindi Kelle, Manyas Kelle, Elbistan Kelle renk olarak sarı-beyaz olarak belirtilmiş ve renk bakımından birbirine benzerlik göstermişlerdir. Sertlik bakımından peynirler sert-yarı sert sınıfında olmaları sebebiyle de birbirine benzemektedirler. Savaştepe Mihaliç, Ayvalık, İvrindi, Manyas gözenekli bir yapı gösterirken Otlu Kelle ve Gaziantep Kelle Peyniri gözeneksiz, Elbistan Kelle Peyniri kısmen gözeneksiz, Aksaray Karkın Kelle Peyniri ise ufalanan yapı ile farklılık göstermektedir.

Ön ısıl işlem olarak Aksaray Karkın Kelle Peyniri ile Gaziantep Kelle Peyniri çiğ süt ile peynir üretilmesi bakımından birbirine benzemekle birlikte diğer peynirlerde uygulan sıcaklıkları ele alırsak 50-55 °C, minimum 30 dk ısıl işlem ile İvrindi ve Manyas Kelle Peynirleri benzerlik gösterirken 50-65 °C, maksimum 15 dk ile Savaştepe Mihaliç ve 57-68 °C, maksimum 15 sn ile Ayvalık Kelle Peynirleri farklılık göstermişlerdir. Elbistan Kelle Peyniri ile ilgili ön ısıl işlemin olduğu bilinmekle birlikte spesifik bir sıcaklık değer bulunamamıştır. Mayalama sıcaklığı olarak 27-35 °C ile Manyas ve İvrindi Kelle Peynirleri birbirine benzemektedir. Diğer peynirlerin mayalamadaki sıcaklık değerleri sırasıyla 27-36°C ile Ayvalık, 30-35 °C ile Savaştepe Mihaliç, 35 ˚C ile Gaziantep, 30- 40℃ ile Elbistan, 40-45 °C ile Otlu Kelledir ve birbirlerinden farklılardır. Aksaray Karkın Kelle Peyniri ile ilgili mayalama işleminin gerçekleştirildiği fakat sıcaklık değerinin belirtilmediği tabloda görülmektedir.

Haşlama sıcaklığı olarak 80-90 ˚C sıcaklık uygulanan kelle peynirleri Ayvalık, İvrindi, Elbistan ve Gaziantep Kelle Peynirleridir. Manyas Kelle Peyniri 82-88 ˚C'de haşlanmaktadır. Otlu Kelle Peynirinin haşlama işlemi yapıldığı fakat belirli bir sıcaklık değerinin bilinmediği görülmekle beraber Aksaray Karkın Kelle Peynirinde üretim aşaması olarak haşlama işlemi ile dolayısıyla haşlama sıcaklığı ile ilgili bulguya rastlanılmamıştır.

Baskılama süresi olarak 12-16 saatlik işleme tabii tutulan Savaştepe Mihaliç, İvrindi, Manyas Kelle Peynirleri süre olarak birbirlerine benzemektedirler. Elbistan Kelle Peynirinde bu süre 3 saat iken Ayvalık Kelle Peynirinde 1-1,5 saat olarak belirtilmiştir. Literatürde Otlu Kelle Peynirinin baskılama işleminin varlığı ile ilgili herhangi bir bilgiye ulaşılamamış ve Aksaray Karkın Kelle Peynirinin de baskılama süresi ile ilgili bulgu elde edilememiştir.

Olgunlaşma süreleri 120 gün olanlar; Savaştepe Mihaliç, Ayvalık, İvrindi, Manyas, Elbistan Kelle Peynirleri iken 90 gün Otlu Kelle ve 30 gün Aksaray Karkın Kelle Peyniri yer almaktadır. Gaziantep Kelle Peyniri kışlık ve yazlık olarak ikiye ayrılmakta kış için 90-120 gün olgunlaştırma süresine tabii tutulurken yaz için 10-15 gün süre uygulanması ile en kısa sürede olgunlaşan kelle peynir çeşidi olarak görülmektedir.

Geleneksel kelle peynirlerini farklı bölge olarak karşılaştıracak olursak Marmara bölgesinin Balıkesir İli Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri ve diğeri Doğu Anadolu ve Akdeniz Bölgesinin kesişiminde bulunan Elbistan yöresine ait Kelle Peynirlerindeki sütün cinsi; koyun, inek vs., peynir rengi; sarı, beyaz, peynir sertliği; sert, yarı sert, olgunlaşma süreleri; 120 gün olarak benzerlik göstermelerine rağmen ön ısıl işlem, mayalama sıcaklığı, haşlama sıcaklığı, baskılama süresi gibi üretim aşamalarındaki spesifik farklılıklardan kaynaklı yapı bakımından Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri gözenekli yapı gösterirken iken Elbistan Kelle Peyniri kısmen gözenekli yapı göstermiş ve karakteristik olarak farklı çeşitte peynirler ortaya çıktığı Tablo 2'de verilen kalite özelliklerindeki bilgiler ile görülmektedir.
Peynirin kalite özellikleri, literatürde yer alan bilgiler doğrultusunda kimyasal açıdan üç farklı bölge temelinde değerlendirilebilmiş ve bu bölgelerin bazı kimyasal özellikleri Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Türkiye'deki Kelle Peynirleri ve Kimyasal Özellikleri

Kelle Peynirleri	**pH**	**Asitlik Oranı (%LA)**	**Kuru Madde Oranı (%)**	**Protein Oranı(%)**	**Yağ Oranı(%)**	**Kül Miktarı (%)**	**Tuz Oranı (%)**	**Referanslar**
Manyas Kelle Peyniri	5.01-5.51	%0.56 -%1.60	%54.50-%60.40	%18.88-%24.58	%24.00-%27.40	%7.54	%5.92-%11.57	(Çakmakçı ve Salık, 2021;Aday ve Karagül-Yüceer, 2014; Bulut Solak ve Akın, 2013; Hayaoğlu ve Karabulut; 2013).
Elbistan Kelle Peyniri	5.82	% 0.31	% 68.24	% 25.49	% 26.08	% 11.77	% 6.75	(Altun ve Köse, 2016).
Gaziantep Kelle Peyniri	6.50	-	%50.00 -%60.20	%17.50-%20.30	%19.00-%23.30	-	%1.00-%9.90	(Çakmakçı ve Salık, 2021).

Türkiye'deki kelle peynirleri ve kimyasal özelliklerine ait, Tablo 3 gözden geçirildiğinde 3 farklı bölgede yer alan kelle peynirlerinin pH, asitlik oranı (%LA), protein oranı (%), yağ oranı (%), kül miktarı (%) ve tuz oranı (%) gibi kimyasal özelliklerinin birbirlerinden farklı değerlere sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında en düşük pH 5.01-5.51 değer aralığında Manyas Kelle Peyniri olurken pH 5.82 ile Elbistan Kelle Peyniri ikinci sırada ve 6.50 pH değeri ile Gaziantep Kelle Peyniri en yüksek pH değerine sahiptir. Asitlik oranında, Manyas Kelle Peyniri (%0.56), Elbistan Kelle Peynirinden (% 0.31) yüksek çıkmıştır, Gaziantep Kelle Peyniri ile ilgili asitlik oranı ve kül miktarı ile ilgili veri elde edilemediğinden bu özelliklerle ilgili karşılaştırma yapılamamıştır. Kuru madde oranı en yüksek olan peynir Elbistan Kelle Peyniri (%68.24) iken en düşük Gaziantep Kelle Peyniridir (%50.00).

Protein oranı olarak en yüksek peynir Elbistan Kelle Peyniri (% 25.49) iken, en düşük Gaziantep Kelle Peyniridir (%17.50). Yağ oranı olarak en yüksek değer Manyas Kelle Peynirinde (%27.40) görülürken en düşük Gaziantep Kelle Peynirinde (%19.00) bu değer görülmektedir. Kül miktarı olarak Elbistan Kelle Peyniri (% 11.77), Manyas Kelle Peynirinden yüksek (%7.54) çıkmıştır. Tuz oranları bakımından üç peynir karşılaştırıldığında en yüksek tuz oranı Manyas Kelle Peynirinde (%11.57) en düşük tuz oranı Gaziantep Kelle Peynirinde (%1.00) görülmüştür.
Şekil 5'te Türkiye'deki geleneksel kelle peynirlerinin görsellerine yer verilmiştir.



Şekil 5. Türkiye'deki Geleneksel Kelle Peynirleri

Şekil 5'te görüldüğü üzere Tablo 2 ve Tablo 3'te değinilen kelle peynirlerinin kalite özelliklerine bağlı olarak Türkiye'deki kelle peynirleri birbirine benzer ve farklı özellikler göstermektedirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda alan yazınında Türkiye'deki geleneksel kelle peynirleri ile ilgili çalışmaların (Tırpancı-Sivri, 2020; Ayanoğlu, 2021; Kanat ve Yılmaz-Ersan, 2022; İstanbullu ve ark., 2022; Keser, 2023) sayısı giderek artış göstermektedir. Yapılan çalışmalarda yöreler ayrı ayrı ele alınmış olup Türkiye'deki kelle peynirlerinin bir bütün olarak toplandığı ve kalite özelliklerinin verildiği alana dair nitelikli bir çalışmanın mevcut olmamasından dolayı yapılan çalışmanın önemli olacağı düşünülmüştür. Bu çalışmada, Türkiye'deki geleneksel kelle peynirleri ile ilgili çalışmaların incelenmesi ve bu verilerin ek kaynak olarak kullanılması ile kelle peynirlerinin kalite özelliklerinin incelenip, benzerlik ve farklılıkları ortaya konulması asıl amaçtır. Bununla beraber bu çalışma sonucunda geleneksel kelle peynirlerinin kalite özelliklerinin verilmesi ile kelle peynirlerine merakı olan üretici ve tüketicilere bilinçlenmeleri için kaynak sunmak, tez hazırlık çabasında olan öğrencilere ve akademik danışmanlara kayda değer bilgiler ortaya koymak, geleneksel kelle peynirlerini gastronomi disiplininde inceleyerek bu kültürel miras niteliğinde olan geleneksel ürünün, gelecek kuşaklara aktarılmasına katkı sağlamak amaçlanmıştır.
Yapılan çalışmaların disiplinleri ele alındığında kelle peynirleri ile ilgili çalışmaların en çok gıda mühendisliği disiplininde ele alındığı ve gastronomi disiplininde ele alınan çalışmanın tek olması ve türünün makale olmasından dolayı bu çalışmanın gastronomi disiplini yaklaşımıyla literatürdeki boşluğa katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöresel olarak en çok Mihaliç yöresindeki kelle peynirlerinin çalışmalarda incelendiği görülmüştür. İncelenen yöreler Elbistan, Malatya, Çukurova, İvrindi, Gaziantep yöreleri ile sınırlı kalmış ve literatürdeki ismi geçen diğer kelle peynirleri ile ilgili çalışmalara rastlanılmamıştır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalar, en çok 2019 ve 2020 yıllarında 3'er tane olmak üzere gerçekleştirilmiştir. Bu destekleyici veriler, betimleyici istatistiki yöntemlerle tablo, grafik halinde belirtilerek bu sonuçlar elde edilmiştir.

Bununla birlikte amaçlı örnekle yöntemi ile seçilen 8 adet kelle peynirleri; Savaştepe Mihaliç, Aksaray Karkın, Otlu, Manyas, İvrindi, Elbistan, Ayvalık, Gaziantep olmak betimsel analiz yöntemi ile tablolaştırılmış, karşılaştırılmalı analiz yöntemi ile benzerlik ve farklılıkları tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda isim olarak ''kelle peyniri'' olarak bilinen üretildiği yörenin, şehrin ve içerdiği malzemenin adına bağlı olarak adlandırılan bu peynirlerin genel olarak üretiminde ön ısıl işlemlere tabii tutulması, mayalama işlemlerinin yapılması, haşlama işleminin uygulanması ve bu peynirlerde olgunlaşma işlemlerinin gerçekleşmesi gibi üretim aşamaların benzerlik göstermektedir. Bazı peynirlerin bazı peynirlerle renk olarak, sertlik olarak (sert-yarı sert), yapı olarak (gözenekli-gözeneksiz), olgunlaşma süreleri, baskılama süreleri ve bazı ısıl işlem derecelerinin birbirine benzer olduğu kısımlar vardır. Ancak bu kalite özelliklerinin detayına inildiğinde; kullanılan sütün türü ve cinsi, uygulanan ön ısıl işlem, mayalama ve haşlama sıcaklıkları, baskılama süresi ile olgunlaşma süresi gibi çeşitli üretim parametrelerine bağlı olarak, ele alınan peynirlerin fiziksel, duyusal ve kimyasal özelliklerinde farklılıklarla çeşitlilik gösterdikleri tespit edilmiştir. Bunu destekleyen nitelikte bir diğer bulgu ise Manyas, Gaziantep, Elbistan yörelerine ait kelle peynirlerinin kimyasal özelliklerinin birbirinden farklı olmasıdır.

Bu çalışmada da diğer birçok çalışmada olduğu gibi, bazı sınırlılıklar mevcuttur ve bu sınırlılıklar, gelecekte yapılacak araştırmalara yol gösterici öneriler sunmaktadır. Konu ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olması sebebi ile Türkiye'deki tüm kelle peynirlerinin kalite özellikleri ele alınamamış ve literatürdeki mevcut bilgiler dahilinde sonuca ulaşılabilmiştir. Bu durum, bölgeler arasında sağlıklı ve dengeli bir karşılaştırma yapılmasını güçleştirmiştir.

Bu çalışma kapsamında elde edilen veriler, Türkiye'nin farklı bölgelerinde üretilen kelle peynirlerinin ortak bir üretim standardına sahip olmadığını, ancak bazı kalite özellikleri açısından benzerlikler taşıdığını ortaya koymaktadır. Elbistan, Mihaliç ve farklı yörelerden elde edilen örnekler üzerinde yapılan duyusal, kimyasal, biyokimyasal ve mikrobiyolojik analizler; kelle peynirlerinin üretim süreçlerinin yöreden yöreye, hatta üreticiden üreticiye farklılık gösterdiğini ve bu durumun kalite parametreleri üzerinde doğrudan etkili olduğunu göstermiştir (Aday, 2010; Altun ve Köse, 2016).

Özellikle Elbistan'dan tesadüfi örneklem ile alınan kelle peyniri örneklerinde, üretim ve depolama koşullarına bağlı olarak kimyasal ve mikrobiyolojik açıdan anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Altun ve Akyüz,1998; Gölge, 2009). Benzer şekilde Malatya ve Elbistan peynir örneklerinde çiğ süt kullanımının mikrobiyolojik güvenlik açısından risk oluşturduğu, pastörize sütle ve starter kültür ilavesiyle yapılan üretimlerin daha kontrollü ve güvenli sonuçlar verdiği belirlenmiştir (Gölge ve Şahan, 2008).

Mihaliç peyniri özelinde yapılan çalışmalar da bu bulguları desteklemektedir. Örneğin, pastörize sütle üretilmiş Mihaliç peynirlerinde mikrobiyal yükün daha düşük olduğu ve yüksek tuz içeriğinin mikroorganizma aktivitesini sınırladığı tespit edilmiştir (Bulut ve Akın,2013, Şen ve ark.2000). Ayrıca starter kültür, lipaz ve proteaz enzimlerinin kombinasyonlarının peynirin duyusal ve teknolojik özelliklerini iyileştirdiği, özellikle proteazın dikkatli planlanması gerektiği vurgulanmıştır (Özcan, 2000). Ayrıca yapılan duyusal analizlerde inek sütü ve inek-koyun karışımıyla yapılan peynirlerin tüketici tarafından daha çok beğenildiği saptanmıştır (Dayıcı, 2000).

Gaziantep Kelle Peyniri örneğinde ise geleneksel üretim yöntemlerinin, fabrikasyon üretimle yapılan ürünlere göre lezzet açısından üstün olduğu belirlenmiştir (Albak-Yalınız, 2019). Bu durum, geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi bağlamında sahip olduğu potansiyeli vurgulamaktadır.

Tüm bu bilimsel bulgular ışığında şu sonuç ve öneriler verilebilir:

- Standart üretim süreci eksikliği, kelle peynirlerinde kalite değişkenliğine yol açmakta ve ürün güvenliğini tehdit etmektedir. Bu nedenle kalite özelliklerinin belirlendiği standartlaşmış bir üretim sürecinin oluşturulması gerekmektedir.
- Ayrıca, üretim teknikleri ve hammaddelere ilişkin verilerin standartlaştırılması ile coğrafi işaret almamış yöresel kelle peynir çeşitlerinin coğrafi işaret alma potansiyelleri de güçlendirilebilir.
- Çiğ süt kullanımı, mikrobiyolojik açıdan önemli bir sağlık riski oluşturmaktadır. Bu nedenle pastörize süt ile üretimin yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır.
- Starter kültür kullanımı hem kaliteyi artırmakta hem de ürünün duyusal ve işlenebilirlik özelliklerini iyileştirmektedir. Bu doğrultuda, kelle peyniri üretiminde starter kültür kullanımının yaygınlaştırılması, ürün kalitesinin artırılması ve işlenebilirliğin iyileştirilmesi açısından teşvik edilmelidir.
- Gastronomi turizmi açısından kelle peynirinin korunması, tanıtılması ve sürdürülebilir hale getirilmesi gereklidir.
- Peynirin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığının artırılması için festivallerde tanıtım faaliyetleri desteklenmeli ve bu alanda kamu destekli teşvikler sağlanmalıdır.
- Türkiye'de kelle peyniri üzerine yapılan bilimsel çalışmaların sayısı sınırlıdır. Literatürde yalnızca 22 çalışmanın bulunması, bu ürünün bilimsel anlamda yeterince ele alınmadığını göstermektedir. Bu nedenle, kelle peynirlerinin fiziksel, kimyasal, mikrobiyolojik ve duyusal yönlerinin incelendiği çok disiplinli, uzun dönemli ve karşılaştırmalı çalışmaların artırılması önem arz etmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin farklı bölgelerinde ve yörelerinde üretilen ve ‘’kelle’’ olarak nitelendirilen peynirlerin, kalite özellikleri açısından bazı ortak özelliklere sahip olduğu görülse de yapılan detaylı analizler sonucunda her bir peynir türünün kendine özgü niteliklere sahip olduğu ve bu nedenle çeşitlilik gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte alanda yapılan bilimsel çalışmaların sınırlı olduğunun tespit edilmiş ve bu durum, alanda önemli bir boşluk bulunduğunu ve konuyla ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir.

KAYNAKLAR

Aday, S. (2010). *Mihaliç peynirinin karakteristik özelliklerinin belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı.

Aday, S., ve Karagül-Yüceer, Y. (2014). Physicochemical and sensory properties of Mihalic cheese. *International Journal of Food Properties*, *17*(10), 2207-2227.

Ademoğlu, A. (2024). Gaziantep mutfağına özgü coğrafi işaret tescil belgesine sahip yoğurtlu yemekler üzerine bir araştırma. *8. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, 25-27 Mayıs 2024, Şırnak, Türkiye, 50-64.

Ağaç, S. (2025). Kaynak Tüketim Muhasebesi Üzerine Çalışılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (105), 57-74.

Akın, N. (2004). Peynir kalitesine etki eden bazı faktörler. *Akademik Gıda*, *2*(5), 15-18.

Albak-Yalınız, F. (2019). GAZİANTEP MUTFAĞINDA ANTEP PEYNİRİNİN KULLANIM ALANLARI. *Avrasya Sosyal Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, *6*(6), 655-666.

Altun, İ. (1995). *Kahramanmaraş-Elbistan bölgesinde üretilen kelle peynirinin, teknik ve hijyenik özellikleri üzerine bir araştırma* (Yüksel Lisans Tezi). Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı.

Altun, İ., Akyüz, N., 1998. Kahramanmaraş Elbistan Bölgesinde Üretilen Kelle Peynirinin Bileşimi, Teknik ve Hijyenik Özellikleri Üzerine Bir Araştırma. V. Süt ve Süt Ürünleri Sempozyumu (Geleneksel Süt Ürünleri), 21-22 Mayıs 1998, Tekirdağ, s. 105-116.

Altun, İ., ve Köse, Ş. (2016). Geleneksel Kelle peynirinin bazı özelliklerinin belirlenmesi. *Yüzüncü Yil Üniversitesi Tarim Bilimleri Dergisi*, *26*(4), 642-647.

ANONYMOUS, 2005a. http://www.kentmaras.com/makale/ilk.php.

Atış115, E., & Çelikoğlu116, Ş. (2017). Boğatepe köyünde geleneksel Kars gravyer ve kaşar peyniri üretiminin yöre ekonomisi ve tanıtımına katkısı.

Ayanoğlu, E. (2021). *MALDI-TOF MS ve 16S rDNA dizi analizi ile geleneksel olarak üretilen Mihaliç peynirinin mikrobiyotasının araştırılması* (Doktora Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı.

Badem, A. (2021). Süt ve Süt Ürünleri-Gastronomi Açısından Değerlendirme. Ileri Mutfak Bilimleri. Editör Yılmaz Seçim, Selman Bayrakçı, Detay Yayıncılık, Basım sayısı:1, Sayfa sayısı:432, ISBN:978-605-254- 471-6, Bölüm sayfaları:301-338.

Bal Onur B, Aksoy Biber N (2017) *Peynir Aşkına* (Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul).

Bayraktar, Z. A. (2021). Gastronomi turizmi kaynağı olarak gastronomi rotaları: Schleswıg-Holstein peynir rotası örneği üzerinden Kars peynir rotası model önerisi (Yayımlanmış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Bulut, B. (2006). *Çiğ pastörize sütten işlenen Mihaliç peynirlerinin kimyasal bileşimi ve olgunlaşma sırasındaki mikrobiyal florasındaki değişimin belirlenmesi* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı.

Bulut Solak, B. ve Akın, N. (2008). Çiğ pastörize sütten işlenen Mihaliç peynirlerinin kimyasal bileşimi ve olgunlaşma sırasındaki mikrobiyal florasındaki değişimin belirlenmesi. *Türkiye 10. Gıda Kongresi*; 21-23 Mayıs 2008, Erzurum.

Bulut Solak, B., Akın, N. (2013). Determination of some properties of traditional Mihalic cheese made from raw and pasteurized cow's milk during ripening period. *Middle-East Journal of Scientific Research*, *13*, 1180-1185.

Cihangir, E., ve Demirhan, Ö. (2020). Peynir turizmi temelli kültür rotaları oluşturulmasına yönelik bir araştırma: Van. *Türk Coğrafya Dergisi*, 139-162.

Çakmakçı, S., ve Salık, M. A. (2021). Türkiye'nin Coğrafi İşaretli Peynirleri. *Akademik Gıda*, *19*(3), 325-342. https://doi.org/10.24323/akademik-gida.1011229

Çelik, Ş., ve Uysal, Ş. (2009). Beyaz peynirin bileşim, kalite, mikroflora ve olgunlaşması. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, *40*(1), 141-151.

Dağ, T. (2020). *Geleneksel peynirlerin gastronomi turizmi açısından değerlendirilmesi: İzmir örneği.* (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı.

Dayıcı, R. (2018). *İnek, koyun ve keçi sütleri kullanılarak yapılan Mihaliç peynirlerinin özelliklerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı.

Denk, E. (2023). *TÜRKİYE'NİN GELENEKSEL PEYNİRLERİ ve PEYNİR TURİZM POTANSİYELİ.*

Denk, E. (2024). Discovering Kandirif cheese as a traditional food product. *Current Perspectives in Social Sciences*, *28*(3), 375-388.

Dinçer, S. (2018). Content analysis in scientific research: Meta-analysis, meta-synthesis, and descriptive content analysis. Bartın University Journal of Faculty of Education, 7(1), 176-190. https://doi.org/10.14686/buefad.363159

Dinçkal, F. (2015). *Anadolu peynirleri*.

Durlu-Özkaya, F., ve Gün, İ. (2007). Anadolu'da peynir kültürü. *ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, *10*(15), 485.

Ekinci, M. B. (2014). Coğrafi işaretlemede kullanılan moleküler biyolojik teknikler. *4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 17-19 Nisan 2014, Adana, Türkiye. Bildiriler kitabı*, s.395.

Feldmann, C., ve Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food quality and preference*, *40*, 152-164. https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014

Fibri, D. L. N., ve Frøst, M. B. (2019). Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia. *Appetite*, *133*, 61-69. https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.026

Gölge, Ö (2009). *Kelle Peynirlerinin Özellikleri Üzerine Starter Kültür Kullanımının Etkileri* (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı.

Gölge Ö, Şahan N (2008). Geleneksel Yöntemle Üretilen Kelle Peynirlerinin Bazı Kalite Özellikleri. *Türkiye 10. Gıda Kongresi*. 21-23 Mayıs 2008, Erzurum.

Güler, D., ve Saner, G. (2018). Türkiye'de Hayvansal Gıdaların Coğrafi İşaret Korumalarının Avrupa Birliği Çerçevesinde Değerlendirilmesi. *Reserach Journal of Agricultural Sciences*, *11*(1), 50-55.

Güllü, M. (2022). *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I. SÜTÜN SİMYASI: TÜRKİYE'DE PEYNİR ve PEYNİR ÇEŞİTLERİ.*

Güllü, M. SÜTÜN SİMYASI: TÜRKİYE'DE PEYNİR ve PEYNİR ÇEŞİTLERİ. *Gastronomi Alanında Tematik Araştırmalar I*, 47.

Güzeler N., Koboyeva F. (2020). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Üretilen Peynir Çeşitleri. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, *3*(2), 172-184

Güzeler N., Yıldırım Ç. (2016). Türkiye peynirlerinde coğrafi işaretleme. *Türkiye'de ve Dünya'da Yerel-Geleneksel Peynirler: Kars Kaşarı Coğrafi İşareti Uluslararası Sempozyumu*, 14-16 Temmuz 2016, sayfa no: 207-215, Kars

Handoyo, C. C., Claudia, G., ve Firdayanti, S. A. (2018). Klappertaart: an Indonesian–Dutch influenced traditional food. *Journal of Ethnic Foods*, *5*(2), 147-152.

Hastaoğlu, E. Erdoğan, M. Işkın, M. (2021). Gastronomi Turizmi Kapsamında Türkiye Peynir Çeşitliliği Haritası. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *25*(3), 1084-1113.

Hayaloğlu, A.A., Fox, P.F. (2008). Cheeses of Turkey: 3. Varieties containing herbs or spices. *Dairy Science and Technology*, *88*, 245-256.

Hayaloğlu, A.A., Karabulut, İ. (2013). Primary and secondary proteolysis in eleven Turkish cheese varieties. *International Journal of Food Properties*, *16*(8), 1663-1675.

İrkin, R., Değirmencioğlu, N., ve Güldaş, M. (2010). Türkiye'de Üretilen Keçi Peynirleri ve Karakteristik Özellikleri. *1. Uluslararası "Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar" Sempozyumu*, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 309.

İstanbullu, Y., Yılmaz, M., Ayanoğlu, E., Demir, S., Çetin, V., ve Tosunoğlu, H. (2022). Mihaliç peynirinden izole edilen laktik asit bakterilerinin farklı gruplarda yer alan bazı pestisitlerin yıkımı üzerine etkilerinin incelenmesi. *Gıda ve Yem Bilimi Teknolojisi Dergisi*, *(27)*, 68-77.

Kanat, N. Ve Yılmaz-Ersan, L. (2022). *Şirden Mayası İle Üretilen Geleneksel Peynir: İvrindi Kelle Peyniri.* 5. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu; 24-26 Kasım 2022, Bursa.

Kamber U (2005). *Geleneksel Anadolu Peynirleri* (Miki Matbabcılık, Ankara)

Karaca, O. B. (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, *4*(2), 17-39.

Karaca, Ş., & Akın, M. H. (2025). TURİZM VE MAKİNE ÖĞRENME: ULUSAL YAZINDAKİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, *14*(1), 169-195.

Keser, G. (2023). *Mihaliç peynirinden izole edilen bazı laktik asit bakterilerinin farklı süt emülsiyon sistemlerinde fermantasyonunun belirlenmesi* (Doktora Tezi). Bursa Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Gıda Teknolojisi Bilim Dalı.

Kınık, Ö., Ergüllü, E. ve Akbulut, N., (1999). "Sepet peyniri üretimi ve kimi özellikleri üzerine bir araştırma. *Gıda 24* (3) : 151-161 s.

Kırdar, S.S., ve Gün, İ. (2010). Türkiye'de Üretilen Keçi Sütü Peynirleri. *1. Uluslararası "Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar" Sempozyumu*, 15-17 Nisan 2010, Tekirdağ, 314-318.

Kurt, A., 1996. Peynircilikte Kullanılan Kültürler ve Kültür Kullanımının Önemi (Editör: M. Demirci). *Her Yönüyle Peynir*, Hasad Yayıncılık, İstanbul, s. 66-83.

Odası, T. G. M., & Odası, T. Z. M. (2022). 5. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu bildiri kitabı.

Okur, Ö. D. ., ve Güzel-Seydim, Z. . (2011). Geleneksel Dolaz Peynirinin Üretim Yönteminin, Mikrobiyal ve Uçucu Aroma Bileşen İçerikleriyle Duyusal Özelliklerinin Belirlenmesi. *Gıda*, *36*(2), 83-88.

Ongun, U., & Çuhadar, Y. (2025). Kırsal Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, *8*(1), 74-89.

Öner, S. (2014). Geleneksel yemeklerin turizm ve ülke tanıtımındaki yeri. *4. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, Nisan 17-19, 2014, Adana*, 1001.

Özcan, T., ve Kurdal, E. (2012). The effects of using a starter culture, lipase, and protease enzymes on ripening of Mihalic cheese. *International Journal of Dairy Technology*, *65*(4), 585-593. https://doi.org/10.1111/j.1471- 0307.2012.00868.x

Özcan, T. (2000). *Starter, proteaz ve lipaz kullanımının Mihaliç peynirinin olgunlaşma süresine etkisi.* Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Bursa.

Özçelik, F. 2004. *Gök Peynir (Küflü Peynir)*. Eğitaş, I. Baskı, Konya

Özer, E. (2015). *Mihaliç peyniri üretiminde farklı starter kültür kombinasyonlarının kullanımı üzerine bir araştırma* (Doktoro Tezi). Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Süt Teknolojisi Anabilim Dalı.

Özer, E., ve Kesenkaş, H. (2019). The effect of using different starter culture combinations on ripening parameters, microbiological and sensory properties of Mihaliç cheese. *Journal of food science and technology*, *56*(3), 1202-1211.

Saygılı, D., Demirci, H., ve Samav, U. (2020). Coğrafi İşaretli Türkiye Peynirleri. *Aydın Gastronomy*, *4*(1), 11-21.

Sivri, G. T., ve Öksüz, Ö. (2019). Identification of Propionibacterium spp. isolated from mihaliç cheeses by MALDI-TOF MS. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, *16*(2), 244-250.

Şahin, A. ve Meral, Y. (2012). Türkiye'de coğrafi işaretleme ve yöresel ürünler. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, *5*(2), 88-92.

Şahin, G. (2024). *Türkiye'de Coğrafi İşaret Kapsamındaki Tarım Ürünleri ve Uygulamadaki Yanlışlar.* TÜCAUM 2024 Uluslararası Coğrafya Sempozyumu TÜCAUM 2024 International Geography Symposium 8-10 Ekim 2024 /8-10 October 2024, Ankara.

Şen, M.K.C., Temelli, S., ve Saltan-Evrensel, S. (2000). Bursa'da satışa sunulan Mihaliç peynirlerinden izole edilen koliform gurubu mikroorganizmaların tiplendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, *11*(1), 71-73.

Tan S., Ertürk YE. (2002). Peynir. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü-Bakış, 11, 1-4.

Tarım ve Orman Bakanlığı, (2025). Türkiye Geleneksel Peynir Envanteri, Aksaray Karkın Kelle Peyniri, https://gelenekselpeynirler.tarimorman.gov.tr/Peynir/Detay/1095 (Erişim Tarihi: 17.04.2025).

Tarım ve Orman Bakanlığı, (2025). Türkiye Geleneksel Peynir Envanteri, Otlu Kelle Peyniri, https://gelenekselpeynirler.tarimorman.gov.tr/Peynir/Detay/1031 (Erişim Tarihi: 15.04.2025).

Taşdan, K., Albayrak, M., Albayrak, K., 2014. Coğrafi İşaret Tecilli Gelenekel rünlere İzleneilirlik: Ankara İli Örneği. XI. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 3-5 Eylül, Samsun.

Tekinşen, K. K., ve Uçar, G. (2006). Konya Yöresinde Üretilen Mahalli Tulum Peynirleri. Akademik Gıda, 4(6), 33-37.

Tekinşen, K. K. (2017). Erzincan Tulum Peyniri. Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi, 12(2), 218-226. https://doi.org/10.17094/ataunivbd.347980

Tırpancı-Sivri, G. (2020). *Mihaliç peynirinden izole edilen propiyonik asit bakterileri ile konjuge linoleik asidi arttırılmış peynir üretimi.* Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Tekirdağ.

Tursan, Y. (2021). Turizm arz kaynaklarının sürdürülebilirliği: Gönen örneği. *Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, *4*(1), 47-68.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). Coğrafi işaretler listesi.

TÜRKPATENT, (2025g). Ayvalık Kelle Peyniri/ Ayvalık Sepet Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/18be6780-3c93-467d-8284-2aea3250b874.pdf (Erişim Tarihi: 15.04.2025).

TÜRKPATENT, (2025g). Elbistan Kelle Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/f0c84ec3-5936-4f5c-8792-bc34e397ef7b.pdf (Erişim Tarihi: 17.04.2025).

TÜRKPATENT, (2025g). Gaziantep Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/695365ed-fdf1-4b79-adce-2c718b2b0dfd.pdf (Erişim Tarihi: 17.04.2025).

TÜRKPATENT, (2025g). İvrindi Kelle Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/8b6bf220-1b97-4189-aac7-383fcf6e69db.pdf (Erişim Tarihi: 15.04.2025).

TÜRKPATENT, (2025g). Manyas Kelle Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/2ac84230-f864-4ee2-835e-c530088a08d9.pdf (Erişim Tarihi: 15.04.2025).

TÜRKPATENT, (2025g). Savaştepe Mihaliç Kelle Peyniri Cİ Portalı, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/95d40b92-b543-47f8-b022-db055d21538a.pdf (Erişim Tarihi: 15.04.2025).

TÜRSAB, (2015). Türsab Gastronomi Turizmi Raporu. http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi raporu_12302_ 3531549.pdf

Uğur, İ. & Saylık, A. (2025). Nitel verilerin analizinde kavram bunalımı: Teorik bir çözümleme, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 299-316.

Ülker P., Ülker, M. ve Karamustafa, K. (2023), "Bibliometric Analysis of Bibliometric Studies in the Field of Tourism and Hospitality", Journal of Hospitality and Tourism Insights, S.6(2), ss.797-818.

Ünsal A (2009) Süt Uyuyunca (Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul).

Ürkün, K., ve Özgürel, G. (2025). Gastronomi Perspektifinden Kültürel Kimlik Üzerine Nitel Bir Araştırma: Edremit Körfezi-Balıkesir Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, *9*(1), 55-79.

Yıldırım A. & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Vanhonacker, F., Kühne, B., Gellynck, X., Guerrero, L., Hersleth, M., ve Verbeke, W. (2013). Innovations in traditional foods: Impact on perceived traditional character and consumer acceptance. Food research international, 54(2), 1828-1835.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMİK MİRASIN KEŞFİNDE TURİST REHBERLERİNİN YERİ: LEZZETLERİN YEREL KÜLTÜRLERLE BÜTÜNLEŞMESİ

Öğr. Gör. Emine Derya AKYÜZ
ORCID: 0000-0002-8362-362x

ÖZET

Turizm kavramı tatil, kültür, sağlık, gastronomi vb. şekillerde sınıflandırılırken her birinin için de vazgeçilmez bir özellik olan yemek yeme olayı tamamen damak tadı ve beğeni ile ilgili bir alandır. Gastronomi turizmi olarak da nitelendirilen bu turizm türü dünya mutfaklarını insanlara tanıtan ve bu mutfakların bilinirliğine katkı sağlayan bir görev üstlenmektedir.

Turizm amacıyla ya da başka bir nedenle bulunduğu yerden başka bir yere seyahat eden insanlar nereler gezilir, nereye gidilir vb. sorulardan önce gittiğimiz yerde yerel lezzet olarak ne yenir ne içilir sorusuna cevap aramaktadırlar. Dünya üzerinde ün salmış Türk mutfağı ise bu konuda dünya üzerinde en çok beğeni alan mutfaklar arasında bulunmaktadır. Konya'nın etliekmeği, Gaziantep'in baklavası, Erzurum'un cağ kebabı, Kayseri'nin mantısı, Bursa'nın iskenderi, Adıyaman'ın çiğ köftesi vb. damak çatlatan lezzetler olarak ün salmıştır.

Bu gastronomi şahaserlerinin günümüz tanıtımlarında her ne kadar sosyal medya, radyo televizyon vb. reklamlar etkili ise de turist rehberlerine de büyük rol düşmektedir. Turistleri götürdüğü bir mecradaki gastronomi kültürünü bilmeyen bir turist rehberinin varlığının ise kabul edilemez bir durum olarak değerlendirilmesi hiç de yanlış bir tutum olmayacaktır. Bir turist rehberi, rehberlik ettiği turist grubuna tarihi yapıları, doğal güzellikleri vb. anlattıktan sonra karnı acıkan kafileye bulunduğu coğrafik bölgenin en ünlü yemeklerini ve tatlılarını nerede yedireceğini bilmelidir.

Bu çalışmada da gastronomi turizmi ve bu konuda turist rehberlerine düşen görevler ele alınacak ve alana katkı sağlanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turist Rehberi, Gastronomi,

THE ROLE OF TOURIST GUIDES IN DISCOVERING GASTRONOMIC HERITAGE: THE INTEGRATION OF FLAVORS WITH LOCAL CULTURES

ABSTRACT

The concept of tourism is classified into categories such as vacation, culture, health, gastronomy, etc., and the act of eating, which is an indispensable feature of each, is entirely related to taste and preference. This type of tourism, also referred to as gastronomy tourism, undertakes the task of introducing world cuisines to people and contributing to the recognition of these cuisines.

People who travel from one place to another for tourism or other reasons seek answers to the question of what local delicacies to eat and drink at their destination before asking where to visit and where to go, etc.

The world-renowned Turkish cuisine is among the most appreciated cuisines globally. Konya's etliekmeği, Gaziantep's baklava, Erzurum's cağ kebabı, Kayseri's mantı, Bursa's iskender, Adıyaman's çiğ köfte, etc. have gained fame as mouth-watering delicacies.

Although social media, radio, television, and other advertisements are effective in promoting these gastronomic masterpieces today, tourist guides also play a significant role. It would not be an unreasonable stance to consider the presence of a tourist guide who is unaware of the gastronomic culture of a place they are taking tourists to as an unacceptable situation.

A tour guide should know where to take a hungry group of tourists to eat the most famous dishes and desserts of the geographical region after explaining the historical buildings, natural beauties, etc. to the group they are guiding.
In this study, gastronomic tourism and the roles of tourist guides in this context will be addressed, and an effort will be made to contribute to the field.
Keywords: Tourism, Tour Guide, Gastronomy,

TURİZM KAVRAMI

Son yıllarda dünya üzerinde gelişen, ekonomik, kültürel, sosyal aktivitelerin başında gelen turizm insanların rehabilite olması, değişik yerler tanıması, gastronomi anlamında değişik damak tatlarına ulaşması için olmazsa olmaz bir sektör olarak kendinden bahsettirmektedir. Bu nedenle dünyanın birçok ülkesi bu sektöre büyük yatırımlar yapmakta ve turizm sektörünü canlandırmak için farklı aktiviteler düzenleme peşindedir. Ekonomik gelişmeler, işyerlerinin çalışanlarına sağladığı ücretli tatil hakları, McLuhan'ın dünya küresel bir köydür kavramını destekleyen ulaşımdaki, iletişimdeki teknolojik gelişmeler ve demokrasinin cezbedici güzelliği turizm sektörünün hızla gelişmesini sağlamıştır.
Bununla birlikte tarihin bütün aşamalarında insanoğlu, birçok nedenlerle turizm sektörünün ürettiği ürünleri tüketmiş ve tüketmeye de devam etmektedir. İlk dönemlerde yiyecek bulmak için başlayan tüketim, merak duygusu, sağlıklı yaşam, din gibi birçok etkenin katkısıyla önemli aşamalar kat etmiştir. Dünya ticaretinin gelişmesiyle hızlanan turizm sektörü bireylerin kazançlarının artması gibi birçok etkene bağlı olarak da büyük bir talebin ortaya çıktığı bir alan haline dönüşmüştür (Özdipçiner ve Ark., 2015: 2).

TURİST KAVRAMI

Ağırlama endüstri, ev sahibi tarafından ağırlanan misafir, alıcı ve sağlayıcı arasında karşılıklı olarak etkileşime, somut ve soyut olguların karışımına işaret eden turizm sektörü; seyahat eden, gezen, alış-veriş yapan, merakını gideren, değişik kültürlerin yemeklerini tadan, sağlığı için arayışını sürdüren ve bütün bu unsurları kendisi için değerlendiren ve satın alan bireye turist adını vermektedir.
Turistin özellikleri:
-Yerli ve yabancı turist olarak iki ana türe ayrılmaktadır.
-Yabancı turist, yaşadığı ülkeden, iş, gezi, gastronomi vb. amaçla başka bir ülkeye seyahat eden kişi olarak tanımlanmaktadır.
-Yerli turist, yaşadığı ülke içinde başka bir şehre iş, gezi gastronomi vb. amaçla seyahat eden kişi olarak tanımlanmaktadır.
Bu tanımlamaların dışında turist:
-Yabancı ziyaretçi, başka bir ülkeye gelen konaklama süresi 24 saati aşan ya da aşmayan tüm yabancı bireydir.
-Transit yolcu, gittiği ülkede 24 saatten az kalan ya da günü birlik olarak geceme yapmadan yoluna devam eden bireydir.
-Turist olmayan yabancı, mülteci, konsolosluk temsilcisi, yabancı diplomatlar, göçebeler, gibi günübirlikçi kabul edilmeyen bireylerdir (Age, 2015: 2-5).
Bunlarla birlikte T.C. Kültür Bakanlığına göre:
Ziyaret amaçlarına göre yapılan klasik turizm ayırımı ise üç kategoriye ayrılmaktadır. Dinlenme ve eğlenme; tatil, spor, kültür turizmi, akraba ve arkadaş ziyareti,
-Diğer nedenler; çalışma, öğrenim ve sağlık turizmi,
-İş ve mesleki; iş görüşmesi, konferans, görev amaçlı yapılan seyahat faaliyetleridir (Kültür Bakanlığı, 2009: 5).

Sonuç olarak, bulunduğu yerden herhangi bir sebeple ayrılan ve gittiği yerde kısa veya uzun süre konaklayan, ister sağlık olsun, ister gastronomi olsun, ister eğlence olsun bu ihtiyaçları için para harcayan birey genel olarak turist olarak nitelendirilmektedir.

TURİST REHBERLİĞİ

Turist rehberi yaşadığı ülkenin kültür elçisi olarak, turistlere aktardığı kültürel değerlerin sorumluluğunu taşıyan, ülkesinin tarihini ve kültürel değerlerini (yeme, içme, kıyafet, vb.) en iyi bilen, yorumlayan, başka insanlara açıklayıcı bir şekilde anlatabilen, tanıtan bireyler olarak nitelendirilebilir. Bununla birlikte turistlerle sürekli iletişim halinde olan ve turizm sektörünün ön saflarında hizmet veren turizm çalışanları olarak da tanımlanabilir. Ülkelerinin imajının oluşmasında önemli rol oynayan turist rehberleri gelişen teknolojiyi yakından takip etmek, kıyafetleriyle ilgili ayrıntılara hakim olmak, gastronomi ürünü olan yemekleri hakkında da yapımından sunumuna kadar ayrıntılı olarak bilgi sahibi olmak zorundadırlar (Gül ve Ark., 2024: 151).

Turist rehberleri bu aktarımı yaparken de iyi bir iletişimci olmak zorundadırlar. 'Bireyleri, kurumları, toplumu bütünleştiren, davranış ve tutumları yönlendiren, bilgi ve deneyimleri diğerine aktaran, kültürel ve toplumsal değerleri yansıtan ve yaşatan bir beceri, bir teknik, bir yöntem' (Gürüz & Temel'den akt. Şimşek, 2018: 26) olan iletişim her bilim dalının ve her sanat alanının içinde olduğu gibi turizm sektörü içinde vaz geçilmez ve çok önemli bir olgudur.

İletişim olgusu toplumsal yaşam içinde olmazsa olmaz unsurlardan biridir. İnsanoğlu yaradılışı gereği istisnalar dışında yalnız yaşamayı sevmeyen, hatta beceremeyen bir varlıktır (Şimşek ve Ark., 2022a: 83). Bu nedenle yakındaki ve uzağındaki insanlarla sürekli iletişim kurma ihtiyacı içindedir. Bireyler yakın ve uzaktaki insanlarla ilişki kurarken de seyahatlere katılmakta ve bu nedenlede turist olarak nitelendirilmektedir.

İletişim sihirli bir kelimedir. Hakkı verildiğinde bireyi zirveye çıkaran iletişim, yanlış kullanıldığında ise istenmeyen durumlara neden olabilir. İletişim her alanda insanlarla iletişim kurmak ve onlarla bir şeyler paylaşmak üzerine kurulmaktadır (Şimşek ve Ark., 2022b: 7). Turist rehberleride, rehberlik yaptıkları yerli veya yabancı turist kafilerine ister tarih, ister kültür, ister gastronomi turizmi alanı olsun bilgi aktarırken mutlaka iyi bir iletişim becerisine sahip olmaları gereklidir. Eş deyişle turizm sektöründe de iletişim olmazsa olmaz bir bilim dalıdır.

TURİST REHBERLİĞİ, MUTFAK VE GASTRONOMİ ÜZERİNE

İnsanoğlu varlığı gereği ve bu varlığını ruhi-bedeni olarak sürdürebilmek adına birçok ihtiyacı olan bir yaradılışa sahiptir. Bu ihtiyaçlarının bir kısmı yeme-içme, giyinme, güvenlik vb. olarak sıralanabilir. Bu ihtiyaçları sıralamaya alan Maslow ise insanların ihtiyaçlarını hiyerarşik olarak sıralamıştır.

Bu sıralamanın ilk başında yani temel basamağında ise yeme içme eylemi yer almaktadır. Çünkü yeme-içme ihtiyacı yaşamsal faaliyetlerin vazgeçilmez parçasıdır. Ancak günümüzde, yeme içme ihtiyacı sadece fizyolojik bir gereklilik olmanın ötesine geçerek, zevk almak amacıyla öne çıkmaktadır. İnsanlar günlük yaşamın hızlı tempolarından uzaklaşmak, yeni yerler keşfetmek, farklı kültürleri tanımak ve gastronomik deneyimler yaşamak için turizm faaliyetlerinde bulunmaktadırlar (Gül ve Ark., 2024: 62).

Genellikle yemek yapılan yer, mekan olarak nitelendirilen mutfak kavramı ise bir taraftan fiziki bir alan olarak değerlendirilirken, başka taraftan da kültürle ilişki kurulabilecek bir değer olarak tanımlanabilmektedir.

Müşterilerin, ev halkının, misafirlerin karınlarını doyurmaları için çeşitli yiyecek malzemelerinin bir araya getirilmesiyle yemek yapılan yer olan mutfak kavramı tarihin her döneminde yerleşim yerlerinde en önemli mekanlar olarak kendinden bahsettirmiştir. Çünkü insanoğlu biyolojik bir varlıktır. Ve bu biyolojik varlıklarını sürdürebilmek içinde doğal ortamda normal olarak üç öğün (sabah-öğle-akşam) beslenmek zorundadır. Bu zorunluk da zamanla kendini karın doyurmaktan göz zevkine, damak zevkine, lezzetli yiyecek ve içecekleri keşfetme ve tüketme olayına evrilmiştir.

Mutfak olayı kültürle birleştiğinde ise; yiyecek ve içeceklerin hazırlandığı mekan, araç-gereç, yemek pişirmenin önemli noktaları, mevsime göre menülerin hazırlanması, tüketilmesi, halklara ait özel yiyecek ve içecekler, bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması servis edilmesi, mutfağın konumu, mimarisi vb. bir çok etken kendinden söz ettirmektedir. Eş deyişle başta dünyaca ünlü Türk mutfağı, Fransız mutfağı, Meksika mutfağı, Çin mutfağı, İtalyan mutfağı, Hindistan mutfağı gibi dünya çapında mutfaklar gün yüzüne çıkmıştır. Özellikle ünü dünyada hatırı sayılır bir yere sahip olan Türk mutfağında yer alan, zeytinyağlı sebze yemekleri, etliekmek (Konya), börekler, pilavlar, çorbalar, kebablar (Adana), köfteler, yahniler, yaprak sarması başta olmak üzere birçok sarma çeşidi, tatlılar vb. (Özdemir ve Ark., 2004: 5) mutfak kültürü açısından son derece önem taşımakta ve gastronomi turizmi olarak nitelendirilen turizm hareketliliği içinde önemli bir yer tutmaktadır.

Scarpato'ya (2002'den akt. Başoda ve Ark., 2018: 1816) temelde "yemeği iyi yeme merakı, sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemidir" olarak nitelendirilen gastronomi ifadesi, 1801 yılında ilk olarak Joseph Bercholux tarafından yazılmış olan "Gastronomie ou L'Homme des Champs a Table" isimli eserinde yemek literatüre girmiştir (Güngör'den akt. Gül ve Ark. 2024: 61). Gastronomi kavramı kelime olarak Yunanca kökenlidir ve "Gastro-Namos" sözcüklerinin birleştirilmesi sonucunda oluşmuştur (Dalahmetoğlu ve Ark. Akt. Gül ve Ark. 2024: 62). Gastronomiye tarihsel açıdan bakıldığında köklü dönüşümlere sahip ve sürekli bir gelişim içerisinde olan bir bilim dalı olarak ifade etmek mümkündür. Gastronomi turizmi, turistlerin destinasyonlarda özgün lezzetleri deneyimlemek amacıyla gerçekleştirdikleri turizm faaliyetidir. Bu faaliyet, yerel lezzetlerin tanıtılması, yerel ekonomiyi destekleme ve kültürler arası etkileşimi teşvik etme potansiyeli taşımaktadır. Turist rehberleri de bu süreçte sürdürülebilir turizmi teşvik etmek için yerel ürünlerin ve geleneksel yemeklerin tanıtımını yaparken, yerel ekonomiyi destekleyen etkinlikler düzenlerken, turistlere çevre dostu davranışlar konusunda rehberlik etmektedir (Gül ve Ark., 2024: 63).

Türkiye açısından turist rehberliği ve gastronomi olgusu ele alınacak olursa: Türkiye'nin içinde bulunduğu Anadolu coğrafyası binlerce yıllık tarihi boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapması sonucunda ortaya çıkan zengin kültürel ve tarihi değerleriyle eşsiz bir doğa, tarih, sağlık ve mutfak kültürüne sahiptir. Bu nedenle Türkiye'de, turist rehberliği yapmak oldukça önemli ve hassas bir meslektir. Bu nedenle çok önemli bir görevi üstlenen Türk turist rehberlerinin, Türkiye'nin sahip olduğu kültürel, tarihi vb. bütün değerleri özümsemiş ve çok iyi bir şekilde aktarabilecek bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir (Başoda ve Ark., 2018: 1810). Ancak Türkiye'nin zengin bir kültür dokusuna ve çeşitliliğine sahip olması, turist rehberlerini bütün alanlarda derin bilgiye sahip olmasını zorlaştırmaktadır. Bundan dolayı da Türk turist rehberlerinin özel ilgi alanlarına yönelmeleri bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Eşdeyişle Türkiye'de turist rehberleri, belirli bir alanda uzmanlaşmaya yönelmektedirler. Türk gastronomi alanı da bu alanlardan en önemlileri arasında yer almaktadır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi, dört mevsimi bir arada yaşayan, tarihi, coğrafyası ve sahip olduğu kültürel değerler bakımından dünyanın en önemi turizm ülkelerinden biri olan Türkiye içinde çok önemli bir ekonomik değer kapısıdır.

Bu nedenle bu sektörde çalışacak Türk turist rehberlerinin de çok iyi yetişmiş bireylerden oluşması gerekmektedir. Tarih, coğrafya, kültür, gastronomi vb. alanlarda çok büyük bilgi birikimine sahip Türk turizminde, turist rehberliğinde uzmanlaşma çok büyük önem arz etmektedir. Çünkü bir turist rehberinin bütün bu alanlarda bilgi sahibi olması ve bu bilgileri ağırladıkları ve rehberlik ettikleri yerli ve yabancı turist kafilelerine layıkıyla aktarmaları ancak belirli turizm sektöründe belirli alanlarda uzmanlaşmayla mümkündür.

Bu uzmanlaşma içinde hem bireysel olarak Türk turist rehberlerine ve hem de onların yetişmesinde katkısı bulunan T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı'na, üniversitelerin turizm fakültelerine, meslek yüksek okullarındaki turist rehberliği bölümlerine büyük görev düşmektedir. Ancak bu kurumlar turizm ile ilgili sivil toplum örgütleri, iletişim fakülteleri, yabancı diller bölümleri gibi diğer paydaşlarla da bilgi ve deneyim alış-verişleriyle vizyonlarını genişletmeleri çalışmayı ortaya koyan araştırmacı tarafından önerilmektedir.

Bu çalışmada: Türk turist rehberlerinin dünyanın en ünlü mutfaklarından birine sahip olan Türkiye'nin gastronomi turizminde nerede olduğu ve neler yapılırsa daha ileriye taşınabileceği hakkında bilgiler verilmeye ve alana katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

BAŞODA, Alaaddin & AYLAN, Serkan & Kılıçhan, Reha & ACAR, Yusuf (2018) "Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve", Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(3), 1809-1826. doi: 10.17218/hititsosbil.436190

GÜL, Kübra & ATEŞ, Melisa & KABAKULAK, Ali & PELİT, Elbeyi (2024) "Teknolojik Gelişmelerin Turist Rehberliği Mesleğine Yansımaları Üzerine Bir Değerlendirme", Turist Rehberliği Dergisi, 7(2), 148-162.

KURT, Sami (2009) "Turizm Yönetimi ve Pazarlama Stratejileri", T.C. Kültür Bakanlığı Çalışma Raporu.

ÖZDEMİR, Bahattin & KINAY Fatma (2004) "Yabancı Ziyaretçilerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşleri: Antalya'yı Ziyaret Eden Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma', Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sf:4-28.

ÖZDİPÇİNER, N. Selma & SOYDAŞ, M. Emin (2015) "Turizm Endüstrisi ve Konaklama İşletmeleri", Otel İşletmeciliği (Edi: Abdullah Karaman, Kürşat Sayın), Konya: Eğitim Yayınevi.

ŞİMŞEK, Sedat (2018) İletişimden İletişime, Konya: Literatürk Yayınları.

ŞİMŞEK, Sedat & AKYÜZ, E. Derya (2022a) "İkna Edici İletişim ve Reklam

İkna Kavramı Üzerine Ampirik Bir Çalışma", İletişim Fark Yaratır, (Edi: Sedat ŞİMŞEK, E.Derya AKYÜZ), Konya: Eğitim Yayınevi.

ŞİMŞEK, Sedat & AKYÜZ, E. Derya (2022b) "Anne-Baba-Çocuk İletişimi", İletişim Fark Yaratır, (Edi: Sedat ŞİMŞEK, E.Derya AKYÜZ), Konya: Eğitim Yayınevi.

YURT, İrfan & BAYRAKLI, Beril & ÖZENGİ, Mehmet (2024) "Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliğinde Turist Rehberlerinin Rolü", Journal of Academic Tourism Studies, 5(1): 61-78.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

HANEHALKI SATIN ALMA GÜCÜNÜN TURİZM DESTİNASYONLARINDA YER ALAN YİYECEK İÇECEK SEKTÖRÜ CİROLARI ÜZERİNE ETKİSİNİN ANALİZİ

Öğr. Gör. Dr. İhsan Devlet ATABEY
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ORCID: 0000-0002-5082-0432

ÖZET
Türkiye ekonomisinde son yıllarda görülen yüksek enflasyon, hanehalkı *satın alma gücü* üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan enflasyonun temel nedeni, kur geçişkenliği üzerinden gerçekleşen *maliyet enflasyonudur*. Döviz kurlarında görülen yüksek volatilite ve yukarı yönlü hareketler, başta enerji olmak üzere, işletmelerin maliyet kalemlerini arttırmıştır. Söz konusu etkiler piyasalarda maliyet kaynaklı enflasyon oluşumuna zemin hazırlamıştır.
Aynı süreç içerisinde hanehalkının harcanabilir gelirlerinin enflasyon nispetinde artmaması, hanehalkının satın alma gücü üzerinde negatif etkiler yaratmıştır. Çalışmada Türkiye ekonomisinde ortaya çıkan enflasyonist etkilerin, hanehalkı satınalma gücü üzerine etkisinden yola çıkılarak, söz konusu parametrelerin *yiyecek içecek sektörü* üzerine etkileri analiz edilmiştir.
Yiyecek içecek sektörüne yönelik toplam talep incelendiğinde diğer sektörlerden farklı dinamiklere sahip olduğu gözlemlenmiştir. Yiyecek içecek sektörünün kendi içerisindeki farklı alt segmentlerinin de enflasyon ve satın alma gücü parametrelerinden farklı etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışmada, talep esnekliği daha düşük olan ürün gruplarında hizmet sunan işletmelerin toplam talebi üzerinde daha sınırlı etkiler ortaya çıktığı görülmüştür. Enflasyon ve satın alma gücü paritesinin ortaya çıkardığı etkiler, yiyecek içecek sektörünün farklı segmentlerinde yer alan işletmelerin *ciro endeksleri* üzerine etkisinden yola çıkılarak analiz edilmiştir. *Turizm destinasyonlarında* yer alan işletmeler de örnekleme dahil edilerek, turizm destinasyonlarında yer alan söz konusu işletmelerin, aynı sektörde farklı lokasyonlarda faaliyet gösteren işletmelere göre olan farkı da analiz edilmeye çalışılmıştır.
Anahtar Kelimeler: Satın Alma Gücü, Maliyet Enlasyonu, Yiyecek İçecek Sektörü, Ciro Endeksleri, Turizm Destinasyonları.

ASSESSING THE ECONOMIC IMPACT OF HOUSEHOLD PURCHASING POWER ON FOOD AND BEVERAGE SECTOR REVENUES IN TOURISM DESTINATIONS

ABSTRACT
In recent tears, the Turkish economy has experienced persistently high inflation rates, which have significantly undermined the *power purchase* of households. One of the primary underlying causes of the recent inflationary surge has been *cost-push inflation*, largely driven by excahange rate pass-through mechanisms. The high volatility and upward movements in Exchange rates have increased cost components for businesses, particulary in the energy sector. These factors have laid the base for cost-push inflation in the markets.
During the same period, the fact that household disposible incomes did not increase in line with inflation has had a negative impact on household power purchase. The study investigates how inflationary pressures in the Turkish economy, through their adverse effects on household power purchase, have influenced the performance of the *food and beverage sector*. An examination of the total demand for the food and beverage sector reveals that it possesses distinct dynamics compared to other sectors.

It has also been observed that the various sub-segments within the food and beverage sector are affected differently by inflation and household power purchase parameters. Furthermore, the study finds that businesses offering products with lower demand elasticity have experienced more limited effects on their overall demand. The effects of inflation and power purchase parity have been analyzed based on their impact on the *turnover indexes* of businesses operating in different segments of the food and beverage sector. The study also includes businesses operating within *tourism destinations* in the sample, aiming to analyze the distinctions between these enterprises and those operating in the same sector but in different locations.

Keywords: Power Purchase, Cost-Push Inflation, Food and Beverage Sector, Turnover Index, Tourism Destinations

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

AŞÇILARDA İŞKOLİKLİĞİN GETİRDİĞİ İŞ STRESİ ÜZERİNE NİTEL BİR ÇALIŞMA

Erva Aişe KANDEMİR
Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0006-4681-2743

Doçent Doktor Yeliz PEKERŞEN
Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0003-4769-7717

Özet
Endüstriyel mutfaklarda çalışan aşçılar, yoğun çalışma saatleri, aşırı iş yükü ve mükemmeliyetçilik arzusu gibi unsurlardan kaynaklı, işkoliklik eğilimi gösterme potansiyeline sahiptir. Bu durum kısa vadede yüksek performans, mesleki başarı ve iş tatmini gibi pozitif sonuçlar doğursa da ilerleyen zamanlarda iş stresine dönüşmekte, tükenmişlik sendromu, fiziksel sağlık problemleri, sosyal ilişkilerde bozulma, performans düşüşü gibi sorunlar yaşanmasına sebep olmaktadır. Mutfak kültürünün değişken yapısı ve içinde barındırdığı hiyerarşik düzen çalışma şartlarını zorlayıcı hâle getirmekte ve mevcut sorunların daha da yoğun yaşanmasına sebep olmaktadır. Araştırmada, işkolikliğin aşçılar üzerinde yaratmış olduğu iş stresi konusu ele alınmış ve bu bağlamda 24 aşçıyla yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda aşçılar çoğunlukla ağır iş yüküyle fazla mesai saatlerinde çalıştıklarını belirtmiş, yaptıkları işten kaynaklı zorunlu olarak çalışmayı bırakamadıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmada aşçıların çalışma önerileri arasında; vardiyalı çalışma sistemi, mesai süresinin 8 saat ile sınırlandırılması, işe uygun yeterli sayıda aşçının işe alınması, nitelikli iş arkadaşlarıyla çalışma ortamı sağlanması yer almaktadır. Ayrıca, mise en place (ön hazırlık) ve müşteri siparişlerinin hızlı karşılanması gibi baskıların yanı sıra, işverenlerin sosyal etkinlikler düzenlemesi, psikolojik destek programları sunması ve iş-yaşam dengesini koruyacak aktiviteler sağlaması önerilmiştir. Bu adımların, aşçıların zihinsel ve fiziksel sağlığını koruyarak motivasyonlarını artıracağı, iş stresini azaltacağı ve dolayısıyla işletmelerin verimliliğini yükselteceği düşünülmektedir.
Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, iş stresi, aşçı

A QUALITATIVE STUDY ON WORK STRESS CAUSED BY WORKAHOLISM IN COOKS

Abstract
Cooks working in industrial kitchens have the potential to show workaholism tendency due to factors such as intense working hours, excessive workload and desire for perfectionism. Although this situation leads to positive results such as high performance, professional success and job satisfaction in the short term, it turns into work stress in the future and causes problems such as burnout syndrome, physical health problems, deterioration in social relations and decreased performance. The variable structure of culinary culture and the hierarchical order it contains make working conditions challenging and cause existing problems to be experienced even more intensely. In the research, the issue of work stress caused by workaholism on cooks was addressed and in this context, face-to-face interviews were conducted with 24 cooks.

As a result of the interviews, the cooks stated that they mostly worked overtime hours with heavy workload and stated that they could not stop working because of their work. Among the working suggestions of the cooks in the research; shift working system, limiting the working time to 8 hours, hiring a sufficient number of cooks suitable for the job, providing a working environment with qualified colleagues. In addition to pressures such as mise en place (pre-preparation) and meeting customer orders quickly, it was also suggested that employers should organise social events, offer psychological support programmes and provide activities to maintain work-life balance. It is thought that these steps will increase the motivation of cooks by protecting their mental and physical health, reduce work stress and thus increase the productivity of the enterprises.
Keywords: Workaholism, work stress, cook

Giriş

Çalışma hayatının yaratmış olduğu rekabet ortamı ve işverenlerin personelden beklentileri bireyler üzerinde baskı yaratmaktadır. Bu sebepten kaynaklı çalışan bireylerde fiziksel ve psikolojik hastalıklar görülmektedir (Yenihan, Öner ve Çiftyıldız, 2014:39). Stres zaman içinde bireylerin hayat kalitesini ve faaliyet yapmış oldukları alanları negatif yönden etkileyebilmektedir (Eskin, Harlak, Demirkıran ve Dereboy, 2013:132). Stres hem çalışan bireyleri hem de işletmenin performansını etkilemektedir (Yetkin Ay, Özlü, Yetkin ve Keskin, 2023:138).

Otel, restoran ve catering gibi işletmelerin kalbi niteliğini taşıyan mutfaklar, üretim için sunulan iş ortamı ve bu ortam için gerekli ekipman-malzemenin, örgütsel bir yapı ve hiyerarşik bir sistemle iş tanımı yapılmış alanları belirli mutfak çalışanlarını kapsayan birimdir. Personelin çalıştığı departmanda uzmanlığı ve mesleki açıdan almış olduğu eğitimler bireyde özgüven oluşturarak işine karşı pozitif etki sağlamaktadır (Sezgin ve Ünlüönen, 2011:3).

Aşçılar, yoğun iş yükü ve kendilerine atfedilen rollerin ağırlığı nedeniyle yüksek düzeyde işkoliklik ve stres riskiyle karşı karşıya kalmaktadır. Yoğun tempoda çalışmalarından dolayı iş tatminini ve motivasyonlarını yüksek tutmaları büyük önem taşımaktadır. Özellikle uzun çalışma saatleri ve ağır çalışma koşulları aşçıların fiziksel ve zihinsel sağlığını olumsuz etkileyebilir (Cankül, Ak ve Kızıltaş, 2023:471). Çalışmanın amacı, işkolikliğin aşçılar üzerinde yaratmış olduğu iş stresinin pozitif ve negatif etkilerini ve bunun belirtilerini araştırmaktır. Sonuç olarak çalışma hem bireysel hem de örgütsel düzeyde işkoliklik ve iş stresinin etkilerini anlamaya yönelik önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Aşçılar gibi yoğun çalışma koşullarına maruz kalan meslek gruplarının sağlık ve motivasyonlarını korumak hem bireysel refah hem de işletmelerin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır.

Kavramsal Çerçeve

2.1. İşkoliklik Kavramı

İşkoliklik, bireyin işine aşırı derecede bağlanması ve bu bağımlılığın hayatının diğer alanlarını olumsuz etkilemesi durumudur. Bu durum, çocukluk dönemindeki ekonomik, kültürel ve duygusal eksikliklerin bir yansıması olarak kendini gösterir ve yetişkinlik döneminde kurumsal onay ve takdir ihtiyacının karşılanamamasıyla daha da şiddetlenir. Orta yaş krizleri ve sağlık sorunları, işkolikliği tetikleyen diğer önemli faktörlerdir. Kronikleşen işkoliklik, bireyin yaşam kalitesini düşürür (Oates, 1971:1). Maslach (1986:64) 'a göre işkoliklik, bireyin işe bağımlı olması, işi psikolojik bir takıntı haline getirmesi bunun sonucu olarak aşırı derecede stresli hissetme halidir. Ayrıca işkoliklik tükenmişliğin temel nedenlerindendir. Müller ve Schotter (2010:717)'a göre işkoliklik, bireyin çalışmadan duramıyor olmasıdır.

Schaufeli, Taris ve Van Rhenen (2008:175) 'e göre, bireylerin istenilenden daha çok çaba göstermeleri ve zorlayıcı çalışmaları durumudur. İşlerine ciddi ölçüde enerji ve özveri göstererek meslektaşlarının ve amirlerinin beklentilerini aşarlar. Mükemmellik çabası özel hayatlarının ihmal edilmesine yol açar. Hissedilen aşırı dürtü ise fazla çalışma ihtiyacını beraberinde getirir. Porter (1996:71-81) 'a göre işkoliklik, bireyin işle aşırı derecede meşgul olması durumudur. Bu durum bireyin yaşamın diğer alanlarını ihmal etmesi şeklinde kendini gösterir. İş hayatının isteklerindense içsel dürtülerine dayanır. İşten çıkarılma riski bireyi daha uzun saatler çalışmaya iten bir faktördür. Belirli bir saatin üzerinde çalışmanın, stres kaynaklı rahatsızlıklar yaşama ihtimali fazladır bununla birlikte yoğun çalışma saatleri işyerindeki diğer çalışanlar arasında huzursuzluğa yol açabilir. Ancak uzun saatler çalışan her birey işkolik değildir. İş yerinde geçirilen vakit, çalışılan saat bakımından orantılı şekilde değerlendirilmelidir (Porter, 2001:147). İşkoliklik, Temel (2006:113) tarafından kişilik özellikleriyle ilişkilendirilmiştir. A kişilik tipindeki bireylerin çoğunlukla aceleci, inatçı, hassas, sabırsız, hırslı olma, direnç gösterme gibi özellikleri, bireylerin işi sürekli kendilerinin kontrol etmesi arzusu ve işle alakalı düşüncelerden kurtulamamasına neden olmaktadır. İşkolikliğin temelinde hangi etmen olursa olsun evrilme süreci işkolik bireylerin hepsinde aynı görülmektedir; işle ilgilendiklerinde mutludurlar ve tüm odakları çalıştıklarında elde edecekleri başarıdadır. Pekdemir ve Koçoğlu (2014:330-331)' na göre tez canlı, yüksek sesle konuşan ve sinirli kişilerin işkolik olma eğiliminde olduğunu savunmuştur. İşkoliklik, işverenlerce talep edilen bir olgu olmasına rağmen zamanla bireylerde fiziksel ve ruhsal açıdan hastalıklar oluşmaktadır. Fiziksel veya ruhsal hastalığı bulunan bireylerin işlerini verimli yerine getirebilmesi beklenemez. İşkolik bireyler stres, tükenmişlik sendromu, motivasyonlarında düşüklük, dikkat dağınıklığı, performansta düşüş, aile ve sosyal yaşamda sıkıntı yaşamaktadırlar.

2.2. İşkoliklerin Özellikleri

İşkoliklik eğilimi olan bireylerin, aşırı çalışma, mükemmeliyetçilik, yoğun çalışma saatleri, işten uzak kaldığında yaşanılan yoksunluk durumu veya anksiyete, iş dışı faaliyetlere zaman ayırmama, yüksek pozisyonlarda çalışma arzusu, maddi kazançta artış arzusu, iş haricinde başka bir şeye ilgi duymamak, fazla çalışmaktan kaynaklı kendini özel hissetme, hırslı ve agresif davranışları bulunmaktadır. İşkolikler görev odaklıdırlar amaçları çok çalışmak değil çalışmaya devam etmektir (Bakker, Demerouti, Oerlemans ve Sonnentag, 2012:88; Burke, 2000:6; Harpaz ve Snir, 2003:313; Machlowitz, 1980; Porter, 1996:71; Robinson, 2013:29,30; Luque, 2017:2; Scott, Moore ve Miceli, 1997:291; Snir ve Harpaz, 2006:381; Snir ve Zohar, 2008:114).

2.3. İş Stresi

Stres, bedenin taleplere verdiği belirsiz cevaptır (Selye, 1976:137). Birey stresle doğumunda tanışır ve hayat boyu onunla yaşar. Sağlık ve başarı hakkında önemli bir risk oluşturan stres özel hayatta ve iş ortamında ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır (Ak, 2022:11). Bireyler en fazla iş hayatında stresle baş etmek zorunda kalmaktadır (Ak, 2022:11). İş hayatında birçok stres kaynağı bulunmaktadır. Çalışma şartlarının, bireyi memnun etmemesi, bireyi ruhsal ve fiziksel açıdan negatif etkiler. Stres bireyleri ve kurumları pozitif ve negatif yönde etkileyebilir (Aktaş, 2001:26). Birey kısa zaman içinde yapıcı şekilde olayları çözebiliyorsa pozitiftir. Fakat durumun uzun süreli olması ve bireyi olumsuz etkilemesi ise negatiftir (Kinman ve Jones, 2005:109). Bireyin çevresinden kaynaklanan stres, *"fiziksel koşullardan meydana gelen stres"* olarak ifade edilmektedir. Bireylerin fiziksel şartlardan kaynaklı hastalıklara yakalanmaları söz konusudur (Biricik, 2018:30).

Mesai saatlerinin fazla olması ise iş yükünden ziyade strese sebep vermektedir (Yamuç ve Türker, 2015:397). Yiyecek-içecek işletmeleri müşteriler ile birebir iletişim halinde olması, gün boyunca hizmet sağlamaları, bu işletmelerde çalışan bireylerin mesai saatlerinin yoğunluğu ve iş yükünün fazla olmasından kaynaklı yoğun stres yaşanan kurumlar arasındadır (Aydın, 2004:2; Ak, 2022:13). Bireylerin yetersiz maaş alması, (Ak, 2022:14) görev tanımının belirli olmaması, yapılacak iş hakkında bilgi yetersizliği ve bu durumun tekrarlanması halinde kişinin verimliliği düşecek ve strese sebep olacaktır (Öztürk, 2018:60). Bireylerin uzun süreli mobbinge maruz kalması çalışanlar arasında çatışmaya yer açacak (Tetik, 2010:87) bunun sonucunda yaşanılan başarısızlık hissi ve istediği kıdemi elde edememesi stres düzeyinde artışa sebep olacaktır (Aşık, 2005:5).

2.4. Aşçılarda İş Stresi ve İşkoliklik

Çalışma şartları, bireyleri işlerinde daha fazla zaman geçirmeye ve örgütteki varlıklarını sürdürmek, kıdemlerini korumak ya da yetkin kişi olmak gibi nedenlerle fazla çalışmaya yöneltmektedir. Bu durum zamanla bireylerin işkolik davranışlar sergilemesine sebep olmaktadır. Özellikle iş gücünün fazla olduğu, düzensiz ve yoğun çalışma saatlerinin yaygın olduğu turizm sektöründe çalışan kişilerin işkolik davranışlar sergilemesi olağandır. Bu sektörde çalışanlar, sürekli artan rekabet ve performans baskısı altında kendilerini daha fazla çalışmak zorunda hissetmekte, bu da iş-yaşam dengesinin bozulmasına ve işkoliklik eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır (Gerdan ve Şahin, 2020:2842). Aşçılar haftalık ortalama 46-60 saat çalışmaktadır (Cankül, Ak ve Kızıltaş, 2023:480). Bu saatlerin olması gereken mesai süresinden fazla olması çalışanların yoğun şartlarda çalıştığını göstermektedir. Çalışma saatlerinin aşırı olması sonucunda çalışanlar stres yaşamaktadırlar (Aşık, 2005:10). Aşçıların hizmet sektöründe bulunması (Çekal, 2013:62) ve misafire karşı zamanla yarışması (Salik Ata ve Kayğın, 2023:2663) sebebiyle işkolikliğe daha yatkın olabilmektedirler (Durna, 2004:205). İş stresi bireyin iş ortamıyla uyumsuzluk yaşaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Kişinin beklentilerinin karşılanmaması ve bu durumun kontrol altına alınmaması durumunda fiziksel veya zihinsel rahatsızlıklara sebep olabilecek düzeyde stres ortaya çıkmaktadır (Allison, 1997:40). Mesleki stresin fazla olması çalışanlarda, verim düşüşü, devamsızlık, motivasyon düşüşü, istifa gibi sonuçlar oluşturabilmektedir (Campbell, 1995:22). Yeme- içme sektörü gibi ağır iş yükü gerektiren alanlarda, iş görenlerin hızlı olması, kariyer belirsizliği, kalifiyeli personel bulunmaması (Doğan ve Yeşiltaş, 2017:251), yüksek sıcaklık, yoğun zamanlarda artan iş yükü, makinelerden kaynaklanan gürültülü ortam, yapılan işin müşteriler tarafından gözlemlenmesi (Johns ve Menzel, 1999:103-104), alanında yeterli bilgiye sahip olmamak, niteliksiz iş arkadaşlarıyla çalışmak ve çalışma saatleri gibi faktörler iş stresi oluşturmaktadır (Murray Gibbons ve Gibbons, 2007:34).

Yöntem

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler, soru cevap şeklinde ve yüz yüze yapılarak ana kaynaktan doğrudan bilgi alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacı aşçıların yaşamış oldukları işkoliklik sonucu oluşan iş stresi ve bu stresin belirtilerini detaylı şekilde incelemektir. Araştırma, Ocak 2025'te yapılmış olup katılımcılar gönüllülük esasına göre seçilmiş ve farklı yiyecek içecek işletmelerinde ve otellerde çalışan aşçılardan oluşan toplam 24 kişiyle görüşülmüştür. Katılımcılara, araştırmanın amacı ve kapsamı ayrıntılı bir şekilde açıklanmış ve görüşmeler esnasında bilgilerin yalnızca araştırma kapsamında kullanılacağı belirtilmiştir. Katılımcılar metin içerisinde "Kk" şeklinde gösterilmiştir. Araştırmaya katılan bireylerin demografik bilgileri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler ortalama olarak 25 dakika sürmüştür. Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu, Jack Austen Hassell (2023) tarafından hazırlanmış olan çalışmasındaki görüşme sorularından revize edilmiştir. Tüm görüşmeler yazılı olarak belgelenmiş ve sonrasında analiz edilerek çalışmaya aktarılmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular aşağıda listelenmiştir:

1. Sizce başarılı bir kariyerin belirleyici unsurları nelerdir?
2. İşinizde nelere önem veriyorsunuz?
3. Mesleki başarıyı nasıl tanımlarsınız?
4. Mesleki başarısızlığı nasıl tanımlarsınız?
5. Standart bir çalışma haftası sizin için nasıl tanımlanır?
6. Hafta sonlarında veya tatil günlerinde hiç çalıştınız mı?
7. Çalışma düzeninizi nelerin etkilediğini düşünüyorsunuz?
8. Her zaman böyle mi çalıştınız? Değilse, çalışma şeklinizin değişmesinde ne etkili oldu?
9. Bana en çok çalıştığınız zamanı anlatır mısınız? Bu nasıl bir deneyimdi?
10. Sürdürdüğünüz çalışma hayatı hakkında ne hissediyorsunuz?
11. İleriye dönük olarak, nasıl bir çalışma düzenine ulaşmayı hedefliyorsunuz?

Katılımcı	**Cinsiyet**	**Yaş**	**Eğitim Durumu**
K1	Erkek	30	Ortaöğretim
K2	Erkek	58	Ortaöğretim
K3	Erkek	32	Ortaöğretim
K4	Kadın	20	İlköğretim
K5	Erkek	24	Yükseköğretim
K6	Kadın	24	Yükseköğretim
K7	Kadın	25	Ortaöğretim
K8	Kadın	31	Ortaöğretim
K9	Kadın	34	Ortaöğretim
K10	Erkek	30	Ortaöğretim
K11	Kadın	28	Yükseköğretim
K12	Erkek	40	Ortaöğretim
K13	Kadın	30	Ortaöğretim
K14	Erkek	26	Ortaöğretim
K15	Kadın	35	Ortaöğretim
K16	Kadın	32	Ortaöğretim
K17	Kadın	28	Ortaöğretim
K18	Erkek	24	Yükseköğretim
K19	Erkek	35	Yükseköğretim
K20	Kadın	28	İlköğretim
K21	Erkek	24	Yükseköğretim
K22	Kadın	24	Yükseköğretim
K23	Erkek	27	Yükseköğretim
K24	Kadın	30	Yükseköğretim

Bulgular

Katılımcılara yöneltilen cinsiyet, yaş ve eğitim durumuyla alakalı soruların değerlendirilmesi ve kariyer unsurları, çalışma saatleri, çalışma düzenleriyle ilgili görüşleri ve önerileri aşağıda yer almaktadır.

Tablo1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılardan 3 kişi lokanta, 6 kişi fırın, 5 kişi restoran, 5 kişi devlet kurumu, 5 kişi ise otelde çalışmaktadır. Yukarıdaki veriler incelendiğinde 24 mutfak personelinin cevaplarına göre 11 erkek, 13 kadın; yaş aralığının 20-58, eğitim düzeylerinin ise 2 ilköğretim, 13 ortaöğretim, 9 yükseköğretim olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Görüşme formunda katılımcılara *Başarılı kariyerin belirleyici unsurları nelerdir?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk *Hoşgörü, sabır, çok çalışmak, mesleki açıdan gelişim göstermek, istikrar, disiplin, bilgili olmak, yapılan işi sevmek, özveri, azim, emek cevabını* vermiştir;

K5 *"Zayıf ve güçlü yanlarını bilmek ve buna göre gelişim göstermek, destekleyici, farkındalık sahibi bir aile ve yakın çevrenin varlığı, hırsa varmayan azim sahibi olmak."*

Görüşme formunda katılımcılara *İşinizde nelere önem veriyorsunuz?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk *İşveren memnuniyeti, disiplin, dürüstlük, saygı, titizlik, özen, motivasyonu yüksek tutmak, ekip arkadaşlarıyla uyum, hijyen* cevabını vermiştir;

K13 *"Bir işyerim olsaydı çalışanlarımın nasıl çalışmasını isterdim diye düşünüp aynı özveriyle çalışıyorum bununla birlikte mesleğimle alakalı yenilikleri takip etmeye çalışıyorum."*

Görüşme formunda katılımcılara *Mesleki başarıyı tanımlayıcı unsurlar nelerdir?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk *Zengin olmak, çok çalışmak, disiplin, saygınlık, tatmin hissi, işini severek yapmak, usta başı olmak, sorumlulukları yerine getirmek, eğlenerek çalışmak, özverili çalışmak, kişisel gelişim, bu sektörde ismini duyurmak, kıdem, kazanılan ücret* cevabını vermiş;

K5 *"Yapılan meslekte en iyisi olup, mesleğimin inceliklerine ve detaylarına hâkim olup meslektaşlar tarafından görüşüme değer verilen birisi olmak şeklinde tanımlayabilirim."*

K4 *"Yöneldiğimiz meslekte araştırmacı ve azimli olarak ilerlemek meslekte başarıyı getirir."*

Görüşme formunda katılımcılara *Meslekte başarısız olmanın unsurları nelerdir?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk işten *kaytarma, geç gelme, özensiz çalışmak, dikkatsizlik, para için çalışmak, hak edilen değeri görmemek, işin hakkını vermeden çalışmak, pratik olmaması, işe karşı ilgisizlik* cevabını vermiş;

K11 *"İşini sevmeyen insanın mesleki anlamda başarılı olmasını bekleyemeyiz çünkü sevmeden yaptığımız şeylerden güzel bir sonuç alamayız."*

K13 *"Sevmediğin bir işte çalışmak işten kaçmak için bahane aramak, bilgi birikiminin çok olsa da işine yansıtamamak."*

Görüşme formunda katılımcılara *Standart bir çalışma haftasında kaç saat çalışıyorsunuz işinize ne kadar enerji harcıyorsunuz, iş-yaşam dengenizi sağlayabiliyor musunuz?* soruları yöneltilmiş tüm katılımcılar çok fazla beden gücü kullanarak;

K1, K3, K8, K9 günlük 11 saat; K2, K4 günlük 12 saat; K5 günlük 7 saat; K6, K7, K10, K11, K12, K13 günlük 9 saat; K15, K16, K17, K18, K19, K20, K21, K22, K23, K24 günlük 8 saat çalıştıklarını belirtmişlerdir.

K1, K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K14, K15, K16, K17, K18, K20, K21, K22 "*Özel hayatıma zaman ayıramıyorum*" demiştir.

K5 *"İşimle birlikte okulum da olduğu için iş-yaşam dengemi korumakta oldukça zorlanıyorum."*

K6 *"Çalışma hayatımda günümün tamamı iş yerimde geçiyor. Tüm planlarım ve sosyal hayatım aksıyor. Bunda yorgun olmamın da etkisi oldukça büyük."*

K8 *"Mesai saatleri çok fazla olduğundan kaynaklı özel hayatıma zaman kalmıyor."*
K10 *"Normalde mesaim 8 saat fakat çoğunlukla müşteri yoğunluğu olduğu için işten zamanında çıkamıyorum."*
K13 *"Hizmet sektöründe uzun yıllardır çalıştığım ve evli olmadığım için sosyal hayatıma vakit ayırabiliyorum."*
K14 *"Bizim sektörde net bir mesai saati maalesef yok, tüm yaşamımı işime göre şekillendiriyorum."*
K21 *"Günlük 8 saat uyuyup, 8 saat çalışıp, 8 saati ise kendime ayırıyorum. Bu dengeyi kurmak başlarda zor olsa da zaman içerisinde alıştım."*
Görüşme formunda katılımcılara *Hafta sonlarında veya izin günlerinizde hiç çalıştınız mı?* sorusu yöneltilmiş tüm katılımcılar *hafta sonlarında veya bazı izin günlerinde çalıştıklarını* belirtmişlerdir;
K14 *"Hizmet sektöründe bulunan çoğu kişi hafta sonları çalışıyor."*
Görüşme formunda katılımcılara *Çalışma düzeninizi etkileyen unsurlar nelerdir?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk *uyku, para, işe duyulan sevgi, hayat planları, negatif çalışma arkadaşları, işverenin tutumu, kıdem beklentisi, gelecekteki hedeflere ulaşma arzusu, ekonomi, yorgunluk* cevaplarını verilmiştir;
K19 *"Mizacımın sert olması işimde de disiplinli olmamı sağlıyor"*
K5 *"Özel hayatımda da mükemmeliyetçi oluşum, çok titiz olmam, her işe koşturmam çalışma düzenimde de oldukça etkili oldu. Ben olmadığımda sorun çıkacak gibi hissediyorum."*
Görüşme formunda katılımcılara *Her zaman böyle mi çalıştınız? Değilse çalışma şeklinizin değişmesinde ne etkili oldu?* sorusu yöneltilmiş K1, K2, K3, K4, K6, K7, K8, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K20, K21, K22, K23 *her zaman bu şartlarda çalıştıklarını* belirtirken, K5, K9, K10, K24 *hep bu düzende çalışmadıklarını* belirtmişlerdir;
K9 *"Hayır hep böyle çalışmadım. Okuldaki staj zamanımda mecburen böyle çalışmaya alıştım."*
K19 *"Özel sektördeyken çalışma hayatım daha düzenliydi."*
K24 *"Mesleğimin ilk yıllarında daha özverili çalışıyordum fakat ilerleyen zamanlarda meslektaşlarım tarafından suistimal edildiğimi fark edince bende hayatımın merkezine kendimi koymaya karar verdim."*
Görüşme formunda katılımcılara *En çok hangi zamanda çalıştınız? Bu size nasıl hissettirdi?* soruları yöneltilmiş çoğunluk *bayramda, sevgililer günü, yılbaşı, özel günler, resmî tatiller, hafta sonları, staj dönemi, mesleğin ilk yılları* cevaplarını verirken;
K1 *"Zamanın nasıl geçtiğini anlamadığım bir dönemdi, para kazanmak istediğim için fazla saatler çalışıyordum. Geriye dönüp baktığımda o zamanlar bana çok güzel hissettiriyor."*
K5 *"Korkunç bir gündü ve stres dolu bir deneyimdi. Çaresiz hissediyordum ve işe çok ihtiyacım vardı o sebepten aşırı fazla çalışmıştım."*
Görüşme formunda katılımcılara *İçinde bulunduğunuz çalışma hayatı hakkında nasıl hissediyorsunuz?* sorusu yöneltilmiş
K1, K2, K3, K4, K5, K7, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20, K21, K22, K23, K24 *yaptıkları işten keyif aldıklarını, eğlendiklerini, zaman içerisinde bu düzeni sevdiklerini* belirtmişlerdir;
K6, K8, K9 *şu an içinde bulundukları çalışma düzenini ve mesleklerini sevmediklerini* belirtmiştir;
K6 *"Bu çalışma düzenini sevmiyorum çünkü aileme zaman ayıramıyorum."*
K8 *"Çalıştığım zamanın boşa geçtiğini düşünüyorum."*

Görüşme formunda katılımcılara *İleriye dönük nasıl bir çalışma düzenine ulaşmayı hedefliyorsunuz?* sorusu yöneltilmiş çoğunluk *mesailerinin 8 saat olması, vardiyalı sistem, kendi işletmesini kurmak, sabit bir iş, daha fazla para kazanacağım bir iş, daha anlayışlı ve saygılı iş arkadaşlarıyla çalışmak* cevapları verilirken;
K11 *"Çalışma düzeninden ziyade istediğim konumda olmak istiyorum çünkü istediğim konumda olursam çalışma düzenimin de aynı oranda düzeleceğini düşünüyorum."*
K22 "*Sosyal faaliyetlere ve kendime zaman ayırabileceğim, dinlenebileceğim bir çalışma düzenine sahip olmak istiyorum. Fakat yaptığımız iş gereği hayatımızın her alanını işe göre planlamamız gerekiyor, işten çıkma saatim bile olsa sipariş gelirse kalmak zorundayım. Müşteriyi geri çeviremeyiz."* cevaplarını vermişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, endüstriyel mutfaklarda çalışan aşçıların işkoliklik eğilimlerinin yol açtığı iş stresini ve bunun bireysel ve örgütsel sonuçlarını ele almıştır.
Yoğun iş temposu ve iş stresinin getirdiği sorunların aşçılar üzerinde bezginlik, kaygı, iş performansında düşüş yetersizlik hissi gibi duyguları ortaya çıkardığı görülmüştür. Bununla beraber gelişen yoğun tempolu çalışma hayatının bireylerin işkolik olma sürecini hızlandırdığı görülmektedir (Shepherd vd., 2011.398). Bu durum mutfak çalışanlarının yaşamlarında ciddi bir problem olarak ortaya çıkmaktadır.
Yapılan görüşmeler sonucunda çalışma saatlerinin yoğunluğu bireylerin işkolik olma eğilimini arttırdığı ve bu durumun iş stresini tetikleyerek uzun vadede bireysel performans üzerinde olumsuz etkiler yarattığı tespit edilmiştir. Aşçıların yoğun çalışma temposuna sahip olmasından dolayı fazla mesai yapma zorunluluğu, yüksek düzeyde iş stresi, iş dışında bile zihinsel olarak işe odaklanma ve sosyal yaşamlarına vakit ayıramama gibi problemler ortaya çıkmaktadır. Aşçıların işkoliklik kaynaklı stresi yalnızca bireysel sağlıklarını değil, işletmelerin sürdürülebilirliğini de tehdit etmektedir. İş stresinin önlenmesi ve çalışanların sağlıklı bir iş-yaşam dengesi kurabilmesi için çalışma koşullarının gözden geçirilmesi ve düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda çalışanların iş hayatlarında düzenli bir sistemin oluşturulması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu sistemin:

- Vardiyalı çalışma düzeni
- Mesai süresinin 8 saat ile sınırlandırılması
- İşe uygun yeterli sayıda aşçının işe alınması
- Nitelikli çalışma arkadaşları
- Ön malzeme hazırlığı (mise en place)
- Müşteri siparişlerinin rezervasyon anında alınması
- İşverenin sosyal etkinlikler düzenlemesi
- Psikolojik destek programları sunulması

Benzeri etmenlerin aşçıların iş-yaşam dengesini korumasına yardımcı olacağı, aşçıların fiziksel ve ruhsal sağlığını koruyarak mutfakta yaşadıkları iş stresini azaltacağı, motivasyon ve iş tatminlerinin artacağı düşünülmektedir. Bu tür önlemler, çalışanların sağlık ve refahını korumanın yanı sıra, işletmelerin uzun vadeli performans ve sürdürülebilirliklerini de destekleyecektir. Bu süreçte, sektörde "insan odaklı" bir çalışma kültürünün benimsenmesi ve işverenlerin sorumluluk bilinciyle hareket etmesi temel hedef olmalıdır.

Kaynakça

Ak, E. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların stres ve işkoliklik düzeylerinin iş performanslarına etkisi (Yüksek lisans tezi). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

Aktaş, A. M. (2001). Bir kamu kuruluşunun üst düzey yöneticilerinin iş stresi ve kişilik özellikleri. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 56*(4), 25-42.

Allison, D. G. (1997). Coping with stress in the principalship. *Journal of educational administration,* 35(1), 39-55.

Aşık, N. (2005). Otel işletmelerinde iş görenlerin örgütsel stres kaynakları ve stresin bireysel sonuçlarına ilişkin bir araştırma. *Mevzuat Dergisi, 8*(91), 1-14.

Aydın, Ş. (2004). Otel işletmelerinde örgütsel stres faktörleri: 4-5 yıldızlı otel işletmeleri uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6*(4), 1-21.

Bakker, A. B., Demerouti, E., Oerlemans, W., and Sonnentag, S. (2013). Workaholism and daily recovery: A day reconstruction study of leisure activities. Journal of Organizational Behavior, 34(1), 87-107.

Biricik, Y. S. (2018). Akademik personelin örgütsel stres kaynakları ve stresle başa çıkma düzeylerinin öğrenilmiş güçlülük yönünden değerlendirilmesi (Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Kış Sporları ve Spor Bilimi Enstitüsü, Erzurum.

Burke, R. J. (2000). Workaholism in organizations: Concepts, results, and future research directions. *International Journal of Management Reviews, 2*(1), 1-16.

Campbell, I. (1995). Stress litigation and training. *Management Development Review*, 8(4), 21-22.

Cankül, D., Ak, E., ve Kızıltaş, M. Ç. (2023). Yiyecek içecek işletmelerinde çalışanların stres ve işkoliklik düzeylerinin iş performanslarına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 15*(1), 470-485.

Çekal, N. (2013). Yiyecek ve içecek işletmelerinin mutfak tasarımında dikkate alınması gereken faktörler. *Yeni Dünya Bilimler Akademisi Dergisi, 8*(1), 62–66.

Doğan, S. ve Yeşiltaş, M. (2017). Aşçının kişisel özellikleri ile kişisel özelliklerinin tespitine yönelik bir çalışma. *Turizm ve Gastronomi Çalışmaları Dergisi, 5* (4), 250-263.

Durna, U. (2004). Stres, A ve B tipi kişilik yapısı ve bunlar arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 11(1), 191-206.

Eskin, M., Harlak, H., Demirkıran, F., and Dereboy, Ç. (2013). Algılanan Stres Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlik ve geçerlik analizi. *New/Yeni Symposium Journal, 51*(3), 132-140.

Gerdan, E., & Şahin, B. (2020). Yöneticilerin işkolik davranışlarının yaşam doyumlarına etkisi: Konaklama işletmeleri örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4*(3), 2840-2855.

Harpaz, I., and Snir, R. (2003). Workaholism: Its definition and nature. *Human Relations, 56*, 291-319.

Hassell, J. A. (2023). *Workaholic stories: A qualitative exploration of the lived experience of workaholism* (Unpublished master's thesis). University of Canterbury, Department of Psychology, Speech and Hearing, Christchurch, New Zealand.

Johns, N., and Menzel, P. J. (1999). "If you can't stand the heat!"... Kitchen violence and culinary art. *International Journal of Hospitality Management, 18*(2), 99-109.

Kinman, G., and Jones, F. (2005). Lay presentation of workplace stress: What do people really mean when they say they are stressed? *Work Stress, 19*(2), 101-120.

Luque, A. M. A. (2017). Workaholism: la adicción al trabajo. *La ciencia en la calle*, 1, 1-12.

Machlowitz, M. (1980). *Workaholics: Living with them, working with them.* Reading, MA: Addison-Wesley.

Maslach, C. (1986). Stress, burnout, and workaholism. *In Professionals in distress: Issues, syndromes, and solutions in psychology*. American Psychological Association, 53-75.

Murray Gibbons, R., and Gibbons, C. (2007). Occupational stress in the chef profession. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 19(1), 32-42.

Müller, W., and Schotter, A. (2010). Workaholics and dropouts in organizations. *Journal of The European Economic Association, 8*(4), 717-743.

Oates, W. (1971). *Confessions of a Workaholic: The Facts About Work Addiction*. New York: World Publishing Company.

Öztürk, M. (2018). Örgüt kültürünün örgütsel bağlılığa etkisi: Konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Pekdemir, I., ve Koçoğlu, M. (2014). İşkoliklik ile iş yaşam dengesi arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin aracılık rolü üzerine bir araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14*(1), 309-337.

Porter, G. (1996). Organizational impact of workaholism: Suggestions for researching the negative outcomes of excessive work. *Journal of Occupational Health Psychology, 1*(1), 70-84.

Porter, G. (2001). Workaholic tendencies and the high potential for stress among co-workers. *International Journal of Stress Management, 8*(2), 147-164.

Robinson, B. E. (2013). *Chained to the desk: A guidebook for workaholics, their partners and children, and the clinicians who treat them.* New York University Press.

Salik Ata, N., ve Kayğın, E. (2023). İş Stresi ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(4), 2656-2666.

Schaufeli, W. B., Taris, T. W., and Van Rhenen, W. (2008). Workaholism, burnout and work engagement: Three of a kind or three different kinds of employee wellbeing. *Journal of Applied Psychology: An International Review, 57*, 173-203.

Scott, K. S., Moore, K. S., and Miceli, M. P. (1997). An exploration of the meaning and consequences of workaholism. *Human relations*, 50(3), 287-314.

Selye, H. (1976). Stress without distress. In G. Serban (Ed.), *Psychopathology of human adaptation*, 137-146.

Sezgin, E. K., ve Ünlüönen, K. (2011). Mutfak personelinin hizmet içi eğitiminin örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi üzerine bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 3*(2), 3–16.

Shepherd, C. D., Tashchian, A., and Ridnour, R. E. (2011). An investigation of the job burnout syndrome in personal selling. *Journal of Personal Selling & Sales Management, 31*(4), 397-409.

Snir, R., and Harpaz, I. (2006). The workaholism phenomenon: A cross-national perspective. *Career Development International, 11*, 374-393.

Snir, R., and Zohar, D. (2008). Workaholism as discretionary time investment at work: An experience-sampling study. *Applied Psychology: An International Review, 57*, 109-127.

Temel, A. (2006). Organizasyonda işkolizm ve işkolik çalışanları. *İş, Güç- Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8*(2),104-127.

Tetik, S. (2010). Mobbing kavramı: Birey ve örgütler açısından önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 12*(8), 81-89.

Yamuç, V. A., ve Türker, D. (2015). Örgütsel stres kaynakları analizi: Bir üretim işletmesinde kadın ve erkek çalışanlar üzerine inceleme. *Yönetim Bilimleri Dergisi, 13*(25), 389-423.

Yenihan, B., Öner, M., ve Çiftyıldız, K. (2014). İş stresi ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Otomotiv işletmesinde bir araştırma. Çalışma İlişkileri Dergisi, 5(1), 38-49.

Yetkin Ay, H., Özlü, N. E., Yetkin, S., ve Keskin, Ş. (2023). Öğretmen algılarına göre örgütsel stres ile performans arasındaki ilişki. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 09*(Özel Sayı), 137-142.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GELECEĞİN RESTORANLARI: 3D YAZICI İLE OTONOM MUTFAKLARIN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Doç. Dr. Fatih VAROL
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi
ORCID: 0000-0002-0258-5220

Ahmet İNCE
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0009-0008-0948-153X

ÖZET
Teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte, turizm sektörü de dijital dönüşüm sürecine girmiş ve 3D yazıcılar ile otonom mutfak sistemleri gastronomi alanında önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Turizm sektöründe verimliliği ve müşteri memnuniyetini arttıran bu yenilikler, gelecekte sektörün temel dinamiklerinden biri haline gelme potansiyeli taşımaktadır. Bu çalışma, 3D gıda yazıcıları, robotik şefler ve yapay zeka destekli mutfak sistemlerinin turizm sektörü üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Özellikle gastronomi turizmi bağlamında, bu teknolojilerin restoran işletmeciliğine, müşteri deneyimine ve sürdürülebilir mutfak anlayışına katkıları ele alınmaktadır. Çalışmada araştırma yöntemi olarak literatür taraması tercih edilmiş; 3D gıda yazıcıları ve otonom mutfak sistemleri üzerine yapılan çalışmalar incelenerek, bu teknolojilerin turizm sektörüne etkileri değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, söz konusu teknolojilerin restoran işletmelerinde maliyet avantajı sağladığını, iş gücü ihtiyacını yeniden şekillendirdiğini ve gastronomi turizmine yenilikçi deneyimler sunduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu teknolojilerin restoranların faaliyet sürecini hızlandırarak hizmet kalitesini arttırdığı belirlenmiştir. 3D gıda yazıcıları ve robotik mutfak sistemleri, menülerin kişiselleştirilmesine olanak tanımakta ve beslenme sorunu olan bireylerin besin ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Bunun yanı sıra, gıda israfını azaltarak çevresel sürdürülebilirlik açısından da önemli bir avantaj sağlamaktadır. Sonuç olarak, 3D yazıcılar ve otonom mutfak sistemleri, restoran sektörünün geleceğini şekillendirerek gastronomi turizmini daha sürdürülebilir, yenilikçi ve müşteri odaklı hale getirmektedir.
Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, Akıllı Restoranlar, 3D Yazıcı, Yapay Zeka, Otonom Mutfak

RESTAURANTS OF THE FUTURE: THE IMPACT OF AUTONOMOUS KITCHENS WITH 3D PRINTER ON TOURISM SECTOR

ABSTRACT
With the acceleration of technological developments, the tourism sector has also entered a digital transformation process and 3D printers and autonomous kitchen systems have started to gain an important place in the field of gastronomy. These innovations, which increase productivity and customer satisfaction in the tourism sector, have the potential to become one of the main dynamics of the sector in the future. This study aims to examine the effects of 3D food printers, robotic chefs and artificial intelligence supported kitchen systems on the tourism sector. Especially in the context of gastronomy tourism, the contributions of these technologies to restaurant management, customer experience and sustainable cuisine understanding are discussed.

In the study, literature review was preferred as a research method; studies on 3D food printers and autonomous kitchen systems were examined and the effects of these technologies on the tourism sector were evaluated. The findings reveal that these technologies provide cost advantages in restaurant businesses, reshape the need for labour force and offer innovative experiences to gastronomy tourism. In addition, it has been determined that these technologies increase service quality by accelerating the operation process of restaurants. 3D food printers and robotic kitchen systems allow personalisation of menus and meet the nutritional needs of individuals with nutritional problems. In addition, it provides an important advantage in terms of environmental sustainability by reducing food waste. In conclusion, 3D printers and autonomous kitchen systems shape the future of the restaurant industry, making gastronomy tourism more sustainable, innovative and customer-oriented.
Keywords: Digitalisation, Smart Restaurants, 3D Printer, Artificial Intelligence, Autonomous Kitchen

GİRİŞ

Günümüzde teknolojik dönüşümün hız kazanmasıyla birlikte, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektörü de bu değişimden etkilenmekte ve gelişen tüketici beklentilerine uyum sağlama çabası içine girmektedir. Başlangıçta yalnızca temel ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulan işletmeler, zamanla toplumsal ve ekonomik dinamiklerin etkisiyle daha çeşitli ve kapsamlı hizmetler sunma beklentisiyle karşı karşıya kalmıştır (İbiş, 2024). Bu değişim süreci büyük ölçüde dijitalleşme ve teknolojik yeniliklerle şekillenmektedir.

Dijitalleşme, teknolojik dönüşümün ilk aşamasını oluşturarak geleneksel sistemlerin yerini yenilikçi teknolojilere bırakmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönüşüm, yalnızca bilgiye erişim süreçlerini kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda üretim ve hizmet modellerini de köklü biçimde dönüştürmektedir (Erbil, 2023). Endüstri 4.0 ile birlikte gelişen bilgisayar ve otomasyon teknolojileri; nesnelerin interneti, siber-fiziksel sistemler ve otonom makinelerin egemen olduğu, insan gücüne daha az ihtiyaç duyulan üretim ortamlarını ön plana çıkarmaktadır. Bu süreçte yapay zekâ çalışmaları ve robotik sistemlerdeki ilerlemeler, yalnızca üretim alanını değil, aynı zamanda tüm sektörleri ve yaşam alanlarını da kapsamlı biçimde etkilemektedir (Öztürk, 2020; Oztemel ve Gursev, 2020).

Yapay zekâ, Endüstri 4.0 ile birlikte öne çıkan ve giderek daha yaygın biçimde kullanılan teknolojiler arasında yer almaktadır. Dijitalleşme süreciyle birlikte, "makineleri zekileştirme" amacı doğrultusunda geliştirilen yapay zekâ sistemleri, birçok alanda etkinlik göstermektedir (Ercan, 2020). Günümüzde işletmeler; üretim ve pazarlama faaliyetlerini geliştirmek, maliyetleri azaltmak, müşteri hizmetlerini iyileştirmek ve riskleri en aza indirmek amacıyla yapay zekâ teknolojilerinden faydalanmaktadır (Murgai, 2018). Yapay zekânın sektörel yayılımı, özellikle turizm alanında dikkat çekici bir hız kazanmıştır. Başlangıçta yalnızca pazarlama süreçlerini kolaylaştırmak amacıyla kullanılan yapay zekâ, günümüzde konukların karşılanmasından uğurlanmasına kadar birçok hizmeti kapsayacak şekilde gelişmiştir (Şimşek, 2023). Bu dönüşüm doğrultusunda; akıllı otel sistemleri, dijital tur rehberleri, online rezervasyon sistemleri, akıllı biletleme hizmetleri ve sanal gerçeklik uygulamaları gibi yenilikçi teknolojiler, turizm sektörünün vazgeçilmez bileşenleri hâline gelmiştir (Atar, 2020).

Teknolojik gelişmeler yalnızca hizmet sektörlerini değil, aynı zamanda gıda endüstrisini de dönüştürmektedir. Gıda ürünlerinin işlenmesinde kullanılan yenilikçi teknolojiler, sistemsel iyileştirmelerin yanı sıra ürünlerin fonksiyonel özelliklerini de ön plana çıkarmaktadır. Bu gelişmeler, geleneksel üretim ve hizmet yöntemlerinin yerini daha verimli, hızlı ve müşteri odaklı sistemlere bırakmasına olanak sağlamaktadır (Aydın ve Çakır, 2022).

3D gıda yazıcıları ve otonom mutfak sistemleri de gıda endüstrisinde yenilikçi uygulamalar sunan teknolojik gelişmelerdendir (Millan, 2024).

Öte yandan, tüketici davranışlarındaki değişim de işletmeleri teknolojiyi daha etkin kullanmaya yöneltmiştir. Bu kapsamda, çok-duyulu teknolojiler (görsel, işitsel ve dokunsal artırılmış gerçeklik vb.), bireylerin duyusal deneyimlerini çeşitlendirme potansiyeline sahiptir. Örneğin, Kabaq adlı artırılmış gerçeklik uygulaması, müşterilere yemek siparişi vermeden önce menüdeki yemeklerin üç boyutlu görsellerini sunarak, görsel duyular aracılığıyla lezzet beklentilerinin şekillenmesine katkı sağlamaktadır (Velasco, Obrist, Petit ve Spence, 2018).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1. 3D Yazıcı Teknolojisi ve Yiyecek Üretimi

Günümüzde teknolojideki hızlı ilerlemeler, gıda sektörünü de doğrudan etkilemekte ve üretim süreçlerinde önemli değişimlere yol açmaktadır. Bu değişimlerin başında, son yıllarda dikkat çeken 3D yazıcı teknolojilerinin gıda üretiminde kullanılmaya başlanması gelmektedir. Bu teknoloji, yalnızca üretim tekniklerini değil, aynı zamanda ürün tasarımını ve tüketici deneyimini de dönüştürmektedir (Aydın ve Çakır, 2022). 3D gıda yazıcıları, literatürde "Katmanlı Gıda Üretimi" olarak da bilinmekte ve herhangi bir insan müdahalesi olmadan belirli bir düzende gıdanın katmanlar şeklinde üretilmesini sağlamaktadır (Sun vd., 2015). Bu teknoloji sayesinde karmaşık tasarımlar ve şekiller içeren gıda ürünlerinin üretilmesini mümkün hale getirmiştir. Özellikle butik pastacılık gibi görselliğin ön planda olduğu alanlarda, 3 boyutlu yazıcıların sunduğu hassas üretim teknikleri büyük avantaj sağlamaktadır (Çerkez ve Uçuk, 2021). 3D gıda yazıcılar ile bireysel olarak kalori ve besin alımını dijitalleştirerek yetersiz beslenen ve beslenme sorunları olan bireyler için çeşitli ve besleyiciliği yüksek olan yiyecekler geliştirmek mümkündür (Victor Francis, Thiyagarajan ve Victor Francis, 2024)

Tarihsel olarak değerlendirildiğinde, 3D yazıcıların gıdayla buluşması 2001 yılında Nanotek Instruments adlı şirketin aldığı prototipleme ve üretim patentiyle başlamıştır. Bu adım, kişiye özel gıda üretiminin temelini oluşturmuştur. Ardından, 2009 yılında Nico Klaber'in Electrolux Design Lab yarışması için geliştirdiği, birden fazla malzemeleri kullanabilen 3D yazıcı tasarımı dikkat çekmiştir. Klaber'in bu çalışması, geliştirilmiş kullanıcı arayüzüyle birlikte özelleştirilebilir gıdaların üretilmesinin önünü açmıştır (Sun vd., 2015).

3D gıda yazıcı teknolojisi ile ilk olarak şeker, nişasta, şeker hamuru, maya, mısır şurubu karışımından oluşan bir hamur kullanılmıştır. Yapılan çalışmalar ilerledikçe çikolata ve peynir gibi çeşitli ürünlerin üretiminde de kullanılmaya başlanmıştır (Meral ve Demirdöven, 2022). Günümüzde ise pizza, et ürünleri, makarna, bisküvi, şekerleme ve dekoratif pastacılık ürünleri gibi pek çok farklı yiyecek bu sistemle üretilebilmektedir (Aydın ve Çakır, 2022).

3D gıda yazıcılarında üretim süreci, üç boyutlu olarak dijital ortamda tasarlanan ürün modelleri, yazdırma işlemi için çok katmanlı veri formatına dönüştürülmektedir. Bu veriler, yazıcının kartuş, platform ve baskı başlıklarına uygun sinyallere dönüştürülerek baskı başlatılır. Her bir katman, belirlenen sırayla üst üste olacak şekilde yazdırılır ve tüm katmanlar tamamlanıncaya kadar işlem devam ederek ürün oluşturulmaktadır (Değerli ve El, 2017). 3D yazıcı ile gıda üretimi yapmak için çeşitli teknolojiler kullanılabilir. Bu teknolojiler; ekstrüzyon yazıcılar, bağlayıcı püskürtme yazıcıları, seçici lazer sinterleme (SLS) yazıcısı ve mürekkep püskürtmeli baskı olarak sıralanabilir. Bu yazıcı türlerinden ekstrüzyon baskı çok çeşitli gıda malzemelerine uygulanabildiği için en yaygın kullanılan teknoloji olmuştur (Millan, 2024).

3D gıda yazıcıların bu kadar dikkat çekmesinin temelinde sunduğu çok yönlü avantajlar yatmaktadır.

Bu teknoloji, üretimde özel ekipmana olan ihtiyacı ve iş gücü kullanımını azaltırken, ürünlerin renk, tat, şekil gibi özelliklerinin kişiye göre uyarlanmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca kullanılan hammadde içerikleri kolaylıkla değiştirilebildiğinden, üretimde esneklik sağlamaktadır (Değerli ve El, 2017). Bunun yanı sıra, bazı firmalar geliştirdikleri reçeteleri paylaşarak bu alanda yeni bir pazar oluşturmaktadır. Özellikle alg, mantar ve böcek gibi alternatif protein kaynaklarının 3D gıda yazıcılarla işlenmesiyle yeni gıda ürünleri elde edilmektedir. Böylece görünüş açısından iştah açıcı olmayan bazı gıdalar, 3D gıda yazıcılarıyla daha estetik bir hale getirilerek tüketiciye sunulabilir duruma getirilmektedir (Meral ve Demirdöven, 2022).

2. Otonom Mutfak Teknolojileri

Teknolojik gelişmeler, bireysel ve toplumsal yaşamı köklü bir şekilde dönüştürmektedir (Keşkekci ve Gençer, 2023). Bu dönüşüm, tüketici tercihlerinde önemli değişimlere yol açmış; işletmeler ise faaliyetlerini sürdürebilmek, müşteri beklentilerine uyum sağlayabilmek ve rekabet ortamında yer alabilmek adına dijital dönüşüm süreçlerine yönelmişlerdir (Aydın ve Çakır, 2022). Bu durum, turizm sektörünün tüm alanlarında olduğu gibi, yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmeler açısından da teknolojik gelişmelere uyum sağlamayı bir tercih olmaktan çıkarıp zorunluluk haline getirmiştir (Barakazı, 2022).

Dijitalleşme, 3D yazıcılar, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve bulut sistemleri gibi teknolojiler, bu dönüşüm sürecinin temel unsurlarını oluşturmaktadır (Keşkekci ve Gençer, 2023). Bu teknolojiler arasında ise yapay zeka ön plana çıkmaktadır. Yapay zeka, dijital sistemler veya bilgisayar destekli robotlar aracılığıyla insan zihninden daha üstün bilişsel işlem kapasitelerine sahip sistemlerin geliştirilmesini ve bu sayede çeşitli problemlere çözüm üretilmesini amaçlayan bir teknolojidir (Dülgaroğlu, 2024).

Teknolojik ilerlemelerin mutfak uygulamalarına yansımasıyla birlikte "otonom mutfak" kavramı ortaya çıkmıştır. Otonom mutfak, pişirme deneyimlerini geliştirmek, mutfak uygulamalarını kolaylaştırmak ve verimliliği artırmak amacıyla, yapay zeka destekli çeşitli dijital ve akıllı teknolojileri bir araya getiren ileri düzey bir sistemdir (Sharma, Anawade, Savariapitchai ve Gahane, 2024). Bu teknolojiler, özellikle yoğun iş temposuna sahip bireylerin yemek hazırlığına yeterli zaman ayıramadığı durumlarda, günlük beslenme ihtiyaçlarını karşılamalarını mümkün kılmakta ve yaşam kalitesini artırma potansiyeli taşımaktadır (Vu ve Khanna, 2018). Günümüzde bireyler, fiziksel olarak evde bulunmasalar bile, WiFi ve Bluetooth gibi uzaktan erişim imkânı sunan bağlantılar sayesinde yemek pişirme, ısıtma, depolama ve saklama gibi fiziksel müdahale gerektiren işlemleri gerçekleştirebilmektedir. Bu bağlamda akıllı pişirme teknolojileri, mutfak deneyimini dönüştüren yenilikçi çözümler sunmaktadır. Akıllı fırınlar, tencereler ve ocaklar gibi uygulama tabanlı pişirme asistanları sayesinde yemekler artık uzaktan kontrolle ve zahmetsizce hazırlanabilmekte; bu da mutfakta geçirilen zamanı daha keyifli ve daha verimli bir hale getirmektedir (Güngör ve Güngör 2024).

Rekabetin yoğun olduğu gıda sektöründe, işletmeler sürdürülebilirlik sağlamak ve müşteri ilgisini çekebilmek adına robotik araçların kullanımına yönelmektedir. Mutfaklarda yalnızca beslenme ve lezzet ihtiyacını değil, aynı zamanda sosyalleşme ihtiyacını da karşılayan akıllı uygulamalara ve robotik sistemlere sıkça rastlanmaktadır. Bu doğrultuda insan gücünün yerini giderek daha fazla elektronik sistemler alırken, otonom teknolojiler ve yapay zekâ destekli uygulamalar mutfaklarda robot kullanımını artırmaktadır (Barakazı, 2022). Akıllı fırınlar, sensörler, uygulama tabanlı asistanlar ve yapay zekâ destekli cihazlar, kullanıcıların yemek hazırlama süreçlerine katkı sunmakta; böylece hem yemek kalitesini artırmakta hem de sürdürülebilirlik ve verimlilik açısından yeni standartların oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

Ayrıca mutfak şefleri, bu teknolojileri pişirme süreciyle birleştirerek müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına uygun yemekler hazırlayabilmektedir (Güngör ve Güngör 2024).
Otonom mutfak teknolojileri, yiyecek-içecek sektöründe önemli avantajlar sunarak işletmelere verimlilik ve kalite açısından büyük katkılar sağlamaktadır. Bu sistemler sayesinde zamandan ve iş gücünden tasarruf edilmesi mümkün olmakta, gelişmiş ve hassas pişirme becerileri ile yemek kalitesi artırılmaktadır. Ayrıca standart ve hijyenik yemek üretimi sağlanarak gıda güvenliği kontrol altına alınmakta, kişiselleştirilmiş beslenme planları ile tüketici memnuniyeti artırılmakta ve envanter ile malzeme yönetimi daha etkili bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir (Sharma vd., 2024).

3. 3D Gıda Yazıcılar ve Otonom Mutfakların Turizm Sektörüne Etkileri

Teknolojik gelişmeler doğrultusunda insan yaşamı farklı bir boyut kazanmakta ve yeniliklere daha açık hale gelmektedir. Özellikle değişen tüketici talepleri ve bireysel beklentiler, işletmeleri yeni ürün geliştirme süreçlerine yöneltmekte ve rekabet avantajı elde edebilmek için teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmalarını gerektirmektir (Barakazı, 2022). Turizm sektöründe meydana gelen teknolojik gelişmelerin etkisiyle hizmet sunumunda önemli dönüşümler yaşanmaktadır. Bu dönüşümde 3D gıda yazıcıları ve otonom mutfak sistemleri gibi yenilikçi teknolojilere olan ilgi giderek artmaktadır (Berjozkina ve Karami, 2021). 3D gıda yazıcıları, gıda sektöründe geniş bir yelpazede yenilikçi uygulamalar sunan bir teknolojidir. Bu sistemler, estetik tasarım ve özelleştirme kapasitesi sayesinde müşteri deneyimini zenginleştirmekte ve aynı zamanda sürdürülebilirlik açısından da katkıda bulunmaktadır (Millan, 2024).
Bu teknolojiler, tüketicilerin kişisel tercihlerine uygun ürünlerin tasarlanıp üretilmesini mümkün kılmaktadır. Özellikle şekil olarak kusurlu veya estetik açıdan tercih edilmeyen gıda ürünlerinin istenen şekil ve tatlarda yeniden işlenebilmesi sayesinde, alternatif kaynaklar daha verimli bir şekilde değerlendirilebilir (Zhong, vd., 2023). Son yıllarda 3D yazıcıların üretim süreçlerinde kullanımı, çevresel kirliliğin azaltılması ve çevre dostu üretim modellerinin desteklenmesi açısından önem kazanmıştır (Berjozkina ve Karami, 2021). Ayrıca bu teknolojiler çocuklar, yaşlılar ve çeşitli sağlık sorunları bulunan bireyler gibi özel beslenme gereksinimlerine sahip bireyler için kişiselleştirilmiş gıda ürünlerinin üretilmesini sağlamaktadır. Bu sayede sağlık ve eğitim gibi alanlarda beslenme kalitesinin arttırılmasına katkı sağlanmaktadır (Millan, 2024). Tüketici davranışları açısından değerlendirildiğinde ise, yenilikçi teknolojiye duyulan ilgi, tüketici bilgi düzeyi ve uyum sağlama kapasitesi, 3D gıda yazıcılarının benimsenmesinde belirleyici unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Bareen, Prakash, Sahu, Bhandari ve Naik, 2025).
Öte yandan, otonom mutfak teknolojileri de tüketicilere yeni bir deneyim sunarak ilgi çekici uygulamalar ve çeşitli hizmet olanakları sunan sistemler olarak öne çıkmaktadır. Bu teknolojiler, tabaklama, gıda tasarımı, standart üretim süreçlerinin gerçekleştirilmesi ve hijyenik üretim ortamlarının sağlanması gibi birçok alanda önemli avantajlar sağlamaktadır (Barakazı, 2022). Otonom mutfak sistemleri yalnızca üretim süreçlerini değil, aynı zamanda hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini de olumlu yönde etkilemektedir. Otonom sistemler sayesinde zaman ve maliyet tasarrufu sağlanırken, işletmelerin hizmet kalitesini sürdürülebilir biçimde koruması ve müşterilere kişiselleştirilmiş deneyimler sunması mümkün hale gelmektedir. Bu durum, hem işletmeler hem de tüketiciler açısından daha verimli ve tatmin edici bir hizmet süreci oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Sharma vd., 2024).

Her ne kadar 3D yazıcılar ve otonom mutfaklar turizm sektörüne yenilik, verimlilik ve kişiselleştirme gibi katkılar sunsa da; uygulama sürecinde karşılaşılan yüksek maliyet, bağlantı sorunları, kullanıcı adaptasyonu ve çevresel etkiler gibi bazı zorluklar da bulunmaktadır. Bu nedenle söz konusu teknolojilerin yaygınlaştırılmasında sadece teknik yeterlilik değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve kullanıcı dostu tasarım da göz önünde bulundurulmalıdır. (Sharma vd., 2024).

4. 3D Gıda Yazıcısı ve Otonom Mutfak Teknolojilerinin Kullanım Alanları

Günümüzde turizm sektörünün pek çok alanında olduğu gibi, gastronomi alanında da teknolojik yeniliklerin etkisi görülmektedir. Bu teknolojiler üretim ve hizmet süreçlerini kolaylaştırmakta ve bu süreçlerin daha verimli bir şekilde yönetilmesine katkı sağlamaktadır. Bu teknolojiler, robotik sistemlerden veri analizine, kişiselleştirilmiş yiyecek-içecek üretiminden 3D yazıcı kullanımına kadar geniş bir yelpazede uygulanmaya başlamıştır (Şimşek, 2023).

4.1. Uygulama Örnekleri

3D yazıcının gastronomi alanındaki ilk örneklerinden biri, 2016 yılında Londra'da kurulan Food Ink. adlı restorandır (Meral ve Demirdöven, 2022). Bu restoranda yiyecek üretiminde 3D yazıcılar kullanılmakta ve sanal gerçeklik gözlükleriyle desteklenerek deneyimlenebilecek şekilde sunulmaktadır. Yeni ve benzersiz görünümlere sahip yiyecek ve içecek üretmek için 3D yazıcı kullanan işletmelerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Ayrıca 3D gıda yazıcıları aracılığıyla üretim süreci en ince ayrıntısına kadar önceden planlanabilmektedir. Bu planlama sayesinde, üretimde israf azaltılmakta ve buna bağlı olarak maliyetlerde düşüş sağlanmaktadır (Aydın ve Çakır, 2022). Aşağıda 3D gıda yazıcı teknolojisinin gastronomi alanındaki uygulamalarından örnekler verilmiştir:

- Food Ink.: Londra'da bulunan ve dünyanın ilk 3D gıda yazıcı kullanan restoranıdır. 3D yazdırılmış yemeklerden oluşan bir menü ile yenilikçi bir deneyim sunmaktadır.
- La Enoteca: Barcelona'da kurulan restoran, çikolata ve çeşitli malzemeler kullanarak hazırlanan yenilebilir bir gül şeklindeki ünlü tatlısı "La Rosa" başta olmak üzere, özgün lezzetler oluşturmak için 3D gıda yazıcısını kullanmasıyla tanınmıştır.
- Hermanos Torres: Barcelona'da bulunan Michelin yıldızlı şefler Torres kardeşlerin restoranı yaklaşık 100 yemeği 3D gıda yazıcısı yardımıyla üretebilmektedir. Müşterilerin istedikleri ürünü tasarlayarak istedikleri şekilde üretebilmesi için de hizmet vermektedir (Eurasia Review, 2020).
- 'Performance' Projesi: Eindhoven Teknoloji Üniversitesi'nde yürütülen "Performans" adlı proje kapsamında pişirildiği zaman şekil değiştiren 3D baskılı makarna gibi yenilikçi gıda formları ve dokuları geliştirmek amacıyla 3D gıda yazıcı teknolojisi üzerine araştırmalar yapılmaktadır ((Dancausa Millán & Millán Vázquez de la Torre, 2023).

Son yıllarda mutfaklarda yapay zeka destekli robot sistemlerinin kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır. Bu sistemler temizlik, ön hazırlık, doğrama, pişirme ve servis gibi çeşitli görevleri otonom bir şekilde yerine getirebilmektedir. Geliştirilen bu robot şefler, mutfakta verimliliği arttırmakta ve insan gücüne olan ihtiyacı azaltmaktadır. Öne çıkan örnekler birkaçı şunlardır ((Şimsek, 2023; Yazıcı Ayyıldız ve Eroğlu, 2021):

- "Bot Chef": Samsung tarafından geliştirilen robotlar, yapay zeka desteği ile ürünleri doğrama, çırpma ve temizleme gibi birçok mutfak işini yapabilmektedir.

- "Foxbot": Foxon Teknoloji Grubu'nun ürünü olan robotlar Çin menşeili bir restoran olan Dazzling Noodles için üretilmiştir. Bu robotlar erişteleri insanlardan daha hızlı bir şekilde dilimleyebilmekte ve kendi kendisini temizleyebilmektedir.
- "AUSCA":Curve Automation tarafından tasarlanan robot şefler, Millennium Hotels and Resorts otellerinde kullanılmakta ve hızlı bir şekilde omlet ve yumurta pişirebilmektedir.
- "Robot Şedf Pazzi" Fransız EKIM şirketinin geliştirdiği robot şef Pazzi, aynı anda birçok görevi yapabilmektedir. Pizzaları hazırlıyor, pişiriyor ve paketleyerek dilimleme işlemlerini yapabiliyor.
- "Mutfak Asistanı Flippy": 2017 yılında geliştirilen Flippy, robot kollar arasıcığıyla ızgara ve fritöz işlerini yapabilmektedir. Yapılan üretim sonrasında ise temizlik işlerini de yapabilmektedir.
- "Robotic Kitchen": Moley Robotics'in geliştirdiği Robotik Mutfağı, mutfak işlerini otomatikleştiren gelişmiş teknolojilere sahip bir sistemdir. Bu sistem, robot kollarla çalışan, buharlı fırın, indüksiyonlu ocak, lavabo, mikser gibi çeşitli mutfak ekipmanlarıyla uyumlu bir şekilde çalışmaktadır. Yazılım üzerinden yönetilen bu mutfak uzman bir şefin hareketlerini ve pişirme süreçlerini uygulayabilir ve kullanıcıya tüm süreci kendi başına yürütebilen bağımsız bir pişirme deneyimi sunmaktadır (Barakazı, 2022).

Bu sistemler, gelişmiş sensör teknolojileri ve yapay zeka algoritmaları sayesinde yüksek hassasiyetle çalışabilmekte ve özellikle standartlaşmış, hijyenik ve hızlı üretim süreçleri açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Ayrıca iş kazaları, meslek hastalıkları, uzun saatler çalışabilmesi gibi avantajları da bulunmaktadır (Şimsek, 2023).

SONUÇ

Teknolojinin hızlı gelişimi, yiyecek-içecek sektöründe köklü değişimlere neden olmakta; hizmet sunum biçimlerini dönüştürerek tüketicilere daha farklı ve kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktadır (Keşkekci ve Gençer, 2023). İşletmeler, değişen tüketici beklentilerini karşılamak ve rekabet avantajı elde edebilmek adına teknolojiye daha fazla yatırım yapmaktadır. Bu bağlamda, teknolojik yeniliklerin sunduğu avantajlar giderek daha fazla ön plana çıkmaktadır (Barakazı, 2022).

3D gıda yazıcıları ve otonom mutfak teknolojileri, yalnızca üretim süreçlerini modernize etmekle kalmayıp aynı zamanda tüketiciye özel çözümler geliştirilmesini de mümkün kılmaktadır (Aydın ve Çakır, 2022; Sharma vd., 2024). 3D gıda yazıcıları ile estetik ve fonksiyonel olarak özgün ürünler üretilebilirken, özel beslenme ihtiyaçlarına cevap verilebilmekte ve gıda israfı azaltılarak sürdürülebilirlik desteklenmektedir (Victor Francis vd., 2024; Meral ve Demirdöven, 2022; Millan, 2024). Otonom mutfak sistemleri ise zaman ve iş gücü tasarrufu, hijyen, verimlilik ve standartlaşma gibi çeşitli avantajlar sağlayarak hem işletme performansını hem de müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilemektedir (Barakazı, 2022; Güngör ve Güngör 2024; Sharma vd., 2024).

Bu teknolojilerin turizm sektörü açısından önemi yalnızca işleyişe yönelik katkılarla sınırlı kalmamakta; hizmet kalitesinin artırılması, süreçlerin daha verimli hale getirilmesi ve tüketiciye yenilikçi deneyimlerin sunulması gibi alanlarda da dikkat çekici katkılar sunmaktadır (Berjozkina ve Karami, 2021; Bareen vd., 2025). Bununla birlikte, maliyet, teknik altyapı eksiklikleri, kullanıcıların alışma süreci ve çevresel etkiler gibi bazı zorluklar da göz önünde bulundurulmalıdır (Sharma vd., 2024).

Sonuç olarak, 3D gıda yazıcıları ve otonom mutfak sistemleri, gastronomi ve turizm sektörlerine yenilikçi, sürdürülebilir ve verimli çözümler sunma potansiyeli taşıyan teknolojilerdir.

Bu sistemlerin mutfaklarda daha yaygın hale gelmesiyle birlikte insan gücüne olan ihtiyaç zamanla azalabilirken; verimlilik, konfor ve müşteri memnuniyetinde önemli artışlar sağlanabilecektir. Teknoloji kullanımının artması yalnızca üretimi hızlandırmakla kalmayıp, aynı zamanda gıda güvenliğinin sağlanması, zaman yönetimi ve standart üretim kalitesinin korunması açısından da önemli katkılar sağlamaktadır (Ertaş ve Kırmızıkuşak, 2021). Söz konusu teknolojilerin dengeli ve stratejik bir şekilde entegre edilmesi, sektörün daha çevre dostu, yaratıcı ve rekabetçi bir yapıya ulaşmasına önemli katkılar sunacaktır. 3D yazıcılar ve otonom mutfak sistemleri, geleceğin mutfak teknolojilerinde önemli bir rol oynamaktadır ve gastronomi ile turizm sektörlerinin daha sürdürülebilir, yenilikçi ve müşteri odaklı hale gelmesini sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Atar, A. (2020). Gelenekselden dijitale turizm sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4*(2), 1640–1654.

Aydın, Ş., & Çakır, M. U. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 12*(4), 2143–2159.

AYYILDIZ, A. Y., & EROĞLU, E. (2021). Restoranlarda Kullanılan akıllı teknolojiler ve robot restoranlar hakkında tripadvisor'da yapılan yorumların değerlendirilmesi (Evaluation of Tripadvisor comments on smart technologies used in restaurants and robot restaurants). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, *9*(2), 1102-1122.

Barakazi, M. (2022). The use of robotics in the kitchens of the future: The example of 'Moley Robotics'. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 10*(2), 895–905.

Bareen, M. A., Prakash, S., Sahu, J. K., Bhandari, B., & Naik, S. (2025). Understanding the intention of consumers towards 3D food printing: Exploratory study of psychological factors and sensory analysis. *Journal of Food Science and Technology*, 1–12.

Berjozkina, G., & Karami, R. (2021). 3D printing in tourism: An answer to sustainability challenges? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 13*(6), 773–788.

Çerkez, M., & Uçuk, C. (2021). Geleceğin restoranlarında mutfak. G. Çalışkan & G. Yıldırım (Ed.), *Geleceğin Restoranları*, (14–35). Detay Yayıncılık.

Değerli, Y., & El, S. N. (2017). Üç boyutlu gıda yazıcıları: Gıda üretiminde yeni bir çağ. *Gıda, 42*(5), 607–616.

Dülgaroğlu, O. (2024). Turizmde yapay zekâ teknolojileri ve robotlaşma. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi, 8*(2), 82–95.

Erbil, K. (2023). Gastronomide dijitalleşme, IoT uygulamalarının kullanılması ve gastroteknolojinin kavramsal çerçevede incelenmesi. *Journal of Tourism Research Institute, 4*(1), 39–47.

Ercan, F. (2020). Turizm pazarlamasında yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı ve uygulama örnekleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 23*(2), 394–410.

Ertaş, A., & Kırmızıkuşak, D. (2021). Geleceğin mutfak kültürü. *Academia.edu*, 14–35.

Eurasia Review. (2020, December 30). Innovative 3D food printer cuts food waste and boosts creativity in kitchen. *Eurasia Review*. Erişim Tarihi: 28/04/2025 (https://www.eurasiareview.com/30122020-innovative-3d-food-printer-cuts-food-waste-and-boosts-creativity-in-kitchen/)

Güngör, O., & Yücel Güngör, M. (2024). Automation in gastronomy: Use of smart cooking systems in industrial kitchens. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 16*(2), 190–201.

İbiş, S. (2024). Yiyecek içecek işletmelerinde yapay zekâ tabanlı pazarlama. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi, 6*(2), 197–210.

Keşkekci, D., & Gençer, K. (2023). Yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm. *Journal of Travel and Tourism Research, 22*(22), 116–130.

Meral, R., & Demirdöven, A. (2022). Yenilikçi gıda üretim yöntemlerinden biri: 3D yazıcılar. *Gıda Bilimi ve Teknolojileri Dergisi, 10*(1), 34–41.

Millán, M. G. D. (2024). 3D food printing: Technological advances, personalization and future challenges in the food industry. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, Article 100963.

Millán, M. G. D. (2024). An economic perspective on the implementation of artificial intelligence in the restaurant sector. *Administrative Sciences, 14*(9), 1–24.

Murgai, A. (2018). Transforming digital marketing with artificial intelligence. *International Journal of Latest Technology in Engineering, Management & Applied Science, 7*(4), 259–262.

Oztemel, E., & Gursev, S. (2020). Literature review of Industry 4.0 and related technologies. *Journal of Intelligent Manufacturing, 31*(1), 127–182.

Öztürk, H. M. (2020). Teknolojik gelişmeler ve gastronomi alanına yansımaları: Gastronomi 4.0. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 4*(2), 222–239.

Sharma, D., Sharma, M., Sharma, A., Anawade, P., Savariapitchai, M., & Gahane, S. (2024, November). SMART kitchen technology. In *2024 2nd DMIHER International Conference on Artificial Intelligence in Healthcare, Education and Industry (IDICAIEI)* (1–5). IEEE.

Sun, J., Peng, Z., Zhou, W., & Huang, L. (2015). Printing foods: A review of 3D food printing techniques, applications and future prospects. *International Journal of Food Engineering, 11*(6), 739–753. https://doi.org/10.1515/ijfe-2014-0392

Şimşek, M. (2023). Turizmde yapay zeka. B. Kalemci Tüzün & M. Öksüz (Ed.), *Turizm Alanında Çok Yönlü Araştırmalar II* (141–156). Özgür Yayınları. https://doi.org/10.58830/ozgur.pub143.c1046

Velasco, C., Obrist, M., Petit, O., & Spence, C. (2018). Multisensory technology for flavor augmentation: A mini review. *Frontiers in Psychology, 9*, Article 26.

Victor Francis, A. J., Thiyagarajan, R., & Victor Francis, L. S. (2024). An overview of nutritious and texture-modified foods using 3D food printing. *Suranaree Journal of Science & Technology, 31*(6).

Vu, T. M., & Khanna, R. (2018). Application of artificial intelligence in smart kitchen. *International Journal of Innovative Technology and Interdisciplinary Sciences, 1*(1), 1–8.

Zhong, L., Lewis, J. R., Sim, M., Bondonno, C. P., Wahlqvist, M. L., Mugera, A., ... & Hodgson, J. M. (2023). Three-dimensional food printing: Its readiness for a food and nutrition insecure world. *Proceedings of the Nutrition Society, 82*(4), 468–477.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

YEMEKLER PİKSELLERLE BULUŞTUĞUNDA: DİJİTAL GASTRONOMİ DEVRİMİ VE GELECEĞİN SOFRALARI

Doç. Dr. Muhammet ERBAY
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0000-0003-0306-7772

Ümmü Seleme YILDIRIM
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler (Y.L), Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0009-0008-1564-7751

Özet
Dijital gastronomi, mutfak sanatlarından restoran yönetimine, müşteri deneyiminden sürdürülebilirliğe kadar geniş bir yelpazede yenilikçi çözümler sunmaktadır. Sosyal medya, yemek fotoğrafçılığı ve sunumunu ön plana çıkararak şeflerin ve restoranların kendilerini tanıtmalarına olanak tanırken, dijital menüler ve online rezervasyon sistemleri müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Aynı zamanda sosyal medya platformları, yemek temalı içeriklerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak gastronomi dünyasında yeni trendlerin hızla yayılmasına katkıda bulunmaktadır. Influencerlar, sosyal medya aracılığıyla geniş kitlelere erişerek gastronomi trendlerinin yayılmasında ve sürdürülebilirlik gibi önemli konularda farkındalık yaratılmasında kilit bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, sosyal medya dijital aktivizmin bir aracı olarak kullanılmakta, sürdürülebilirlik, gıda israfı ve sağlıklı beslenme gibi konularda farkındalık yaratmayı amaçlayan kampanyalarla insanları bir araya getirmekte ve kolay örgütlenmelerini sağlamaktadır. Teknolojik yeniliklerden 3D baskı ve yapay zekâ, mutfaklarda yaratıcılığı teşvik ederken, otomasyon süreçleri verimliliği artırmaktadır. Dijital aktivizm sayesinde, insanlar kolayca örgütlenerek ortak amaçlar doğrultusunda hareket edebilmekte ve gastronomi dünyasında sürdürülebilirlik gibi konuların daha fazla ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Gelecekte teknoloji ve gastronominin evrimi, mutfak sanatlarından restoran yönetimine kadar her alanda yenilikçi çözümler sunmaya devam edecektir. Teknoloji, gastronomi dünyasında devrim niteliğinde değişiklikler yaparak hem şeflerin hem de müşterilerin deneyimlerini zenginleştirmekte ve sektörü dönüştürmektedir. Gastronomi ve teknoloji, gelecekte de ayrılmaz bir ikili olarak birlikte evrilmeye devam edecektir. Dijital gastronomi, inovasyon ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlarıyla gastronomi dünyasında önemli bir rol oynamayı sürdürecektir.
Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme- Gastronomi ve Mutfak Sanatları- Teknoloji- Aktivizm-inovasyon

WHEN FOOD MEETS PIXELS: THE DIGITAL GASTRONOMY REVOLUTION AND THE FUTURE OF DINING

Abstract
Digital gastronomy offers innovative solutions across a wide spectrum, ranging from culinary arts to restaurant management, from customer experience to sustainability. Social media brings food photography and presentation to the forefront, enabling chefs and restaurants to promote themselves, while digital menus and online reservation systems enhance customer experiences. Moreover, social media platforms contribute to the rapid spread of new trends in the gastronomic world by making food-themed content accessible to large audiences.

Influencers play a pivotal role by reaching vast audiences through social media, helping spread gastronomic trends and raising awareness about important issues such as sustainability. Additionally, social media serves as a tool for digital activism, bringing people together and facilitating easy organization through campaigns aimed at raising awareness on topics such as sustainability, food waste, and healthy eating. Technological innovations such as 3D printing and artificial intelligence stimulate creativity in kitchens, while automation processes improve efficiency. Thanks to digital activism, people can easily organize and act together toward common goals, highlighting sustainability as a key focus in the gastronomy world. In the future, the evolution of technology and gastronomy will continue to provide innovative solutions in every field, from culinary arts to restaurant management. Technology is revolutionizing the gastronomic world, enriching the experiences of both chefs and customers and transforming the industry. Gastronomy and technology will continue to evolve together as an inseparable duo in the future. With its innovation- and sustainability-focused approaches, digital gastronomy will continue to play a significant role in the world of gastronomy.
Keywords: Digitalization - Gastronomy and Culinary Arts - Technology - Activism – Innovation

GİRİŞ

Gastronomi, yiyecek içecek yapma yöntemlerine ve yemek pişirme tekniklerine ilişkin bilgilerin tümünü kapsayan geniş bir alandır. Sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi olarak tanımlanan gastronomi, sadece bir yemek yapma sanatı değil, aynı zamanda bir yaşam biçimidir. İsmet Özel'in de belirttiği gibi, "Frenkler yemek pişirme sanatına, güzel, leziz ve ustalıklı yemeklerle uğraşmaya gastronomi diyorlar." Bu tanım, gastronominin estetik ve ustalık gerektiren bir uğraş olduğunu vurgular. Gastronomi, kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirlik ve toplumsal adalet gibi önemli konularla da iç içe geçerek, yemek kültürünün ötesinde bir anlam kazanır (TDK, 2024).

Aktivizm, toplumsal veya politik değişiklikler yaratmak amacıyla yapılan kasıtlı eylemler olarak tanımlanabilir. Bu eylemler, tartışmalı konularda taraf tutmak veya muhalefet etmek şeklinde ortaya çıkabilir. Aktivizm genellikle protesto veya muhaliflik ile eş anlamlı olarak kullanılsa da aslında çok çeşitli politik yönelimlerde ve geniş bir biçim yelpazesinde kendini gösterebilir. (Shaw, 1996; Walls, 1993; Gold, 2004).

Aktivizmin örnekleri arasında gazetelere veya politikacılara mektup yazmak, politik kampanyalar yürütmek, ekonomik aktivizm (belirli şirketleri desteklemek veya boykot etmek), toplantılar düzenlemek, blog yazmak, sokak yürüyüşleri yapmak, grevler ve hatta gerilla taktikleri yer alabilir. Bu eylemler, yorumlayanın bakış açısına göre özgürlük savaşçısı veya terörist olarak nitelendirilebilir. Bazı durumlarda aktivizm, protesto veya karşı koyma ile doğrudan ilişkili olmayabilir. Örneğin, bazı dini, feminist veya vejetaryen aktivistler, hükümetin yasaları değiştirmesini sağlamak yerine, doğrudan insanları davranışlarını değiştirmeye ikna etmeye çalışırlar. Kooperatif hareketi de kooperatif ilkelerine uygun yeni kurumlar oluşturarak, genellikle lobi veya siyasi protesto yapmadan aktivizm örneği sergiler. (Shaw, 1996; Walls, 1993; Gold, 2004).

Dijital aktivizm, toplumsal veya politik değişiklikler yaratmak amacıyla dijital platformları ve teknolojileri kullanarak yapılan eylemler olarak tanımlanabilir. İnternetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, dijital aktivizm de önemli bir araç haline gelmiştir. Dijital aktivizm, geleneksel aktivizm yöntemlerine ek olarak, çevrimiçi kampanyalar, sosyal medya paylaşımları, blog yazıları, çevrimiçi dilekçeler ve hashtag kampanyaları gibi çeşitli yöntemlerle gerçekleştirilebilir. Bu yöntemler, geniş kitlelere hızlı bir şekilde ulaşma ve farkındalık yaratma potansiyeline sahiptir. (Turhan, 2017).

Dijital Aktivizmin Gücü: #MeToo Hareketi ve Toplumsal Değişim

#MeToo Hareketi (2017): #MeToo hareketi, cinsel taciz ve saldırıya karşı küresel bir farkındalık kampanyasıdır. 2017 yılında Hollywood yapımcısı Harvey Weinstein'a yönelik suçlamaların ardından sosyal medyada hızla yayılan bu hareket, milyonlarca kadının yaşadıkları taciz ve saldırıları paylaşmasına olanak tanımıştır. Twitter'da Alyssa Milano'nun başlattığı #MeToo etiketi, kısa sürede dünya genelinde yankı bulmuş ve birçok ülkede benzer hareketlerin doğmasına yol açmıştır. Bu hareket, dijital platformların toplumsal değişim yaratma potansiyelini göstermiştir bu örnek dijital aktivizmin toplumsal hareketlerdeki etkisini ve önemini açıkça ortaya koymaktadır. Dijital platformlar, bireylerin seslerini duyurmasına ve geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanıyarak, toplumsal değişim süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. (Kırık & Özcan, 2014)

Gastronomide Dijital Aktivizm: Ses Getiren Hareketler

Aktivizm, toplumsal hareketlerden doğar. Bu hareketler, tarih boyunca eşitsizlik ve adaletsizliklere karşı ortaya çıkmıştır. Ancak, organize ve sürekli bir kolektif eylem olarak tanımlanmaları 19. yüzyılın ikinci yarısında başlamıştır (Ürkmez, 2020). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijitalleşme artmış ve aktivizm daha çok sosyal medya üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Bu sayede, aktivistler daha geniş kitlelere ulaşabilmekte ve etkilerini artırabilmektedirler.

Sosyal medya platformları, şefler ve gıda aktivistleri tarafından sürdürülebilirlik, gıda israfı ve sağlıklı beslenme gibi konularda farkındalık yaratmak için etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Örneğin, #ZeroWaste ve #SustainableEating gibi etiketler, gıda israfını azaltma ve çevre dostu beslenme alışkanlıklarını teşvik etme amacıyla dünya genelinde yaygın olarak kullanılmaktadır. (Odatv, 2024).

#PlantBased ve #VeganLife gibi etiketler, bitki bazlı beslenmenin sağlık ve çevre üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamak için kullanılmıştır (Wolkanca, 2020). Dijital platformlar aracılığıyla yürütülen bu tür kampanyalar, geniş kitlelere ulaşarak gastronomi dünyasında önemli değişimlere yol açmaktadır. Örneğin, "Too Good To Go" uygulaması, restoranların ve marketlerin fazla gıdalarını indirimli fiyatlarla satmalarını sağlayarak gıda israfını azaltmayı hedefliyor (Sloganci, 2024). Benzer şekilde, "Olio" uygulaması, kullanıcıların fazla yiyeceklerini paylaşmalarına olanak tanıyarak topluluk içinde gıda israfını azaltmayı amaçlıyor (Güner & Aydoğdu, 2022). Ayrıca, "Food for Soul" gibi girişimler, şeflerin ve gönüllülerin iş birliğiyle gıda israfını azaltmak ve ihtiyaç sahiplerine yemek sağlamak için çalışıyor (Erbil, 2023).

Dijital aktivizm, aynı zamanda gıda adaleti ve erişilebilirlik konularında da önemli bir rol oynuyor. Örneğin, #FoodJustice etiketi, düşük gelirli toplulukların sağlıklı ve uygun fiyatlı gıdaya erişimini artırmayı amaçlayan kampanyalar için kullanılıyor (Güner & Aydoğdu, 2022). "Feeding America" gibi organizasyonlar, dijital platformlar aracılığıyla bağış toplama kampanyaları düzenleyerek açlıkla mücadele ediyor ve gıda bankalarına destek sağlıyor (Erbil, 2023). Ayrıca, "World Central Kitchen" gibi kuruluşlar, afet bölgelerinde acil gıda yardımı sağlamak için dijital ağları kullanarak hızlı ve etkili bir şekilde organize olabiliyor (Güner & Aydoğdu, 2022). Bu tür dijital girişimler, gastronomi sektöründe sürdürülebilirlik, gıda adaleti ve etik tüketim konularında farkındalık yaratmakta ve olumlu değişimlere öncülük etmektedir.

Gazze krizinde dijital medya, geleneksel medyanın eksiklerini tamamlayarak alternatif anlatılar sundu. Instagram, Facebook ve Twitter gibi platformlar, sıradan vatandaşların ve yerel gazetecilerin hikayelerini dünya çapında bir izleyici kitlesine ulaştırdı. #FreePalestine ve #GazaUnderAttack gibi etiketler, farkındalığı artırarak coğrafi ve ideolojik sınırları aştı.

Eye on Palestine, Quds News Network ve Middle East Eye gibi dijital medya kaynakları, Gazze'deki yıkımı gerçek zamanlı fotoğraf ve videolarla belgeledi. Bu tür içeriklerin yaygın kullanımı, Filistin yanlısı destek için dijital bir küreselleşme ortamı yarattı. Gazze'deki bazı bireyler, yaşanan gerçekleri dünyaya aktarmada önemli roller üstlendi. Özellikle doktorlar, bombardıman altındaki hastanelerde çalışmanın zorluklarını ve hastalarının trajik hikayelerini paylaşarak tıbbi krizin ciddiyetini gözler önüne serdi. (Alsharif, I. 2024).

Maureen Muketha ve Beslenme Aktivizmi

Kenya'dan Maureen Muketha, beslenme ve gıda güvenliği konularında genç bir aktivist olarak öne çıkmaktadır. Muketha, kadınların tarımsal üretimdeki rollerine dikkat çekmiş ve toplulukların beslenme bağımsızlığını artırmak için çeşitli projeler yürütmüştür. Özellikle Kajiado County'de, kadınların tarımsal üretimde daha fazla söz sahibi olmalarını sağlamak amacıyla çalışmalar yapmış ve beslenme eğitimi vermiştir. Muketha'nın çalışmaları, beslenmenin ekonomik bağımsızlık ve sağlık üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır. (Global Citizen, 2019)

Muketha, kurucusu olduğu sosyal girişim Tule Vyema aracılığıyla, düşük gelirli hanelerde yaşayan kadınlara beslenme eğitimi vermekte ve yerel tarımsal üretimi desteklemektedir. Bu girişim, kadınların ekonomik bağımsızlıklarını artırmalarına ve topluluklarının gıda güvenliğini sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Muketha'nın çalışmaları, yerel ve küresel düzeyde birçok organizasyon tarafından tanınmış ve desteklenmiştir

Aktivistler, gıda sistemlerinin daha adil ve sürdürülebilir hale gelmesi için önemli bir rol oynamaktadır. Muketha gibi aktivistler, toplulukların beslenme bağımsızlığını artırarak, ekonomik ve sağlık açısından olumlu değişimlere öncülük etmektedirler. Bu tür çalışmalar, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada kritik bir öneme sahiptir. (Global Citizen, 2019)

Gıdamız Geleceğimizdir Projesi ve Aktivizm

Bu proje, içinden geçtiğimiz pandemi krizi, karşı karşıya olduğumuz iklim krizi ve olası sosyoekonomik krizler karşısında, Ankara kırsalında agroekolojik üretim ve tedarik çalışmalarının teşvik edilmesini, Ankara geneli için bir agroekolojik üretim rehberi ve verilere dayalı bir politika önerileri kılavuzu oluşturulmasını hedefler.

Bu proje, aktivizmin temel ilkeleri olan toplumsal farkındalık yaratma, sürdürülebilirlik ve topluluk dayanışması gibi unsurları içermektedir. Agroekolojik üretim ve tedarik çalışmalarının teşvik edilmesi, çevresel sürdürülebilirliği desteklerken, yerel üreticilerin ekonomik bağımsızlıklarını artırmalarına da katkı sağlamaktadır. Ayrıca, proje kapsamında verilen eğitimler ve düzenlenen etkinlikler, toplulukların gıda güvenliği ve beslenme konularında bilinçlenmelerine yardımcı olmaktadır.

"Gıdamız Geleceğimizdir" projesi de bu bağlamda, yerel gıda sistemlerinin güçlendirilmesi ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması yoluyla toplumsal değişim yaratmayı hedeflemektedir. Proje, yerel üreticilerin ve toplulukların dayanıklılığını artırarak, daha adil ve sürdürülebilir bir gıda sistemi oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.

Bu tür projeler, aktivizmin gücünü ve etkisini gösteren önemli örneklerdir. Toplumsal farkındalık yaratma ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda yapılan çalışmalar, uzun vadede toplumsal ve çevresel değişimlere öncülük etmektedir. (Gıdamız Geleceğimizdir, 2021-2022.)

#DubaiChocolate: Dubai Çikolatası, 2021 yılında Mısır asıllı Britanyalı Sarah Hamouda tarafından yaratılmış ve kısa sürede dünya genelinde büyük bir popülerlik kazanmıştır.

Bu çikolata, sosyal medya platformlarında viral hale gelmiş ve gastronomi dünyasında önemli bir yer edinmiştir. Dubai Çikolatasının başarısı, sosyal medya aktivizminin gücünü ve etkisini gözler önüne sermektedir. (Vural, 2025)

Dijital Araçların Mutfak Sanatlarına Etkisi

Dijital gastronomide reçete paylaşımı, şeflerin ve yemek meraklılarının tariflerini kolayca paylaşmalarını ve geniş kitlelere ulaştırmalarını sağlar. Dijital platformlar, tariflerin yayılmasını ve farklı kültürlerden tariflerin keşfedilmesini mümkün kılar (Aydın & Uçkan Çakır, 2022)

Avantajlar:

- **Kolay Erişim**: Dijital platformlar, tariflere hızlı ve kolay erişim sağlar. Bu hem profesyonel şefler hem de amatör aşçılar için büyük bir avantajdır.
- **Geniş Kitlelere Ulaşım**: Tariflerin geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Bu, özellikle yeni tariflerin ve mutfak tekniklerinin yayılmasına katkıda bulunur.
- **Eğitim ve Öğrenme**: Online kurslar ve videolar sayesinde mutfak sanatları eğitimi daha erişilebilir hale gelir. Bu, gastronomi alanında bilgi ve beceri seviyesinin artmasına yardımcı olur (Aydın & Uçkan Çakır, 2022).

Dezavantajlar:

- **Güvenilirlik Sorunları**: Paylaşılan tariflerin doğruluğu ve güvenilirliği her zaman garanti edilemez. Bu, kullanıcıların yanlış bilgi almasına ve tariflerin istenilen sonucu vermemesine yol açabilir.
- **Telif Hakları**: Tariflerin izinsiz paylaşımı telif hakkı ihlallerine yol açabilir. Bu, hem etik hem de yasal sorunlara neden olabilir.

Dijital gastronomide reçete paylaşımı, mutfak sanatlarında yenilikçi ve yaratıcı çözümler sunarken, etik kurallara uygun hareket etmek önemlidir. Tariflerin doğru ve güvenilir kaynaklardan alınması ve telif haklarına saygı gösterilmesi, bu sürecin sağlıklı bir şekilde işlemesini sağlar. (Aydın & Uçkan Çakır, 2022)

Dijital araçlar, mutfak sanatlarında eğitim ve öğrenmeyi daha erişilebilir hale getiriyor, sosyal medya sayesinde yemek fotoğrafçılığı ve sunumunu ön plana çıkarıyor. Mutfak yönetimi ve otomasyon süreçlerini kolaylaştırarak verimliliği artırıyor. 3D baskı gibi yenilikçi teknolojilerle yaratıcılığı teşvik ediyor ve dijital menüler, online rezervasyon sistemleri ile müşteri deneyimini iyileştiriyor. Bu teknolojiler, gastronomi dünyasında yenilikçi ve etkili çözümler sunarak sektörü dönüştürüyor (Omni, 2025; OGGUSTO, 2024).

Son zamanlardaki dijital gastronomi trendleri arasında sürdürülebilir mutfaklar, yapay zekâ ve robot teknolojileri, bitki tabanlı alternatifler ve vegan gastronomi ile küresel lezzetlerin yükselişi yer alıyor. Restoranlar, gıda atıklarını azaltmak ve çevre dostu menüler oluşturmak için yoğun çaba harcıyor. Yapay zekâ ile menü tasarımı ve robot şefler gibi teknolojiler, yemeklerin hazırlanma sürecini hızlandırıyor ve kişiselleştirilmiş yemekler sunuyor. Fermente ve bitkisel bazlı ürünler, sağlıklı ve lezzetli alternatifler sunarak daha fazla dikkat çekiyor. Yerel mutfaklar, dünya çapında daha fazla tanınırlık kazanıyor. Özellikle Asya, Afrika ve Orta Doğu mutfakları büyük ilgi görüyor (Odatv, 2024; İncili Gastronomi Rehberi, 2024).

Dijital Gastronomide Yenilikçi Uygulamalar ve Güncel Trendler

Teknolojinin sürekli ilerlemesi, yeni ürünlerin geliştirilmesine imkân tanır. Akıllı telefonlar, sosyal medya ve anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde, dünyanın herhangi bir yerindeki biriyle anında iletişim kurmak artık mümkün. Eğitim alanında ise internet ve dijital eğitim platformları, bilgiye erişimi kolaylaştırarak öğrenme sürecini destekliyor. Online kurslar, e-kitaplar ve eğitim videoları sayesinde, istediğimiz her konuda bilgi edinebiliyoruz.

Sağlık sektöründe, tıp teknolojilerindeki ilerlemeler hastalıkların daha hızlı teşhis edilmesini ve etkili tedavi yöntemlerine ulaşılmasını sağlıyor. Gelişmiş görüntüleme teknikleri, dijital sağlık kayıtları, sağlık hizmetlerini daha erişilebilir ve etkili hale getiriyor. Ulaşımda kullanılan akıllı sistemler ve navigasyon gibi uygulamalar hayatımızı kolaylaştırırken, ev otomasyonları evlerimizi daha konforlu ve güvenli hale getiriyor. İş dünyasında ise yazılım ve otomasyon sistemleri, iş süreçlerini hızlandırarak verimliliği artırıyor. Yapay zekâ, iş kararlarını daha hızlı ve doğru bir şekilde almamıza yardımcı oluyor. Gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan bir basamakta 'Dijital gastronomi'. (Aydın & Uçkan Çakır, 2022.)

Yiyecek ve içecek sektöründe dijital teknolojilerin kullanılmasıyla ortaya çıkan yenilikçi uygulamaları ifade eden Dijital gastronomi kavramı, yemeklerin üretiminden sunumuna kadar birçok aşamada teknolojinin etkisini içerir. Örneğin, 3D yazıcılar kullanılarak kişiye özel yemekler hazırlanabilir, artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojileriyle yemek deneyimleri zenginleştirilebilir. (H. Yıldırım & Y. Yıldırım, 2023)

Projeksiyon cihazlarıyla yemek sunumu yapmak ve masalara yansıtmak, dijital gastronominin yenilikçi uygulamaları arasında yer alır. Bu teknoloji, yemek deneyimini daha interaktif ve görsel olarak çekici hale getirir. Örneğin, projeksiyon cihazları kullanılarak masalara yansıtılan görseller, yemeklerin hikayesini anlatabilir veya yemeklerin hazırlanış sürecini gösterebilir. Ayrıca, projeksiyonlar sayesinde yemeklerin üzerine sanal süslemeler eklenebilir, böylece her tabak benzersiz ve unutulmaz bir deneyim sunar. Bu tür uygulamalar, özellikle lüks restoranlarda ve özel etkinliklerde tercih edilmektedir. Türkiye'de İstanbul ve Antalya illerimizde bu hizmet verilmektedir. (Le Petit Chef, 2024)



Şekil 1. Le Petit Chef İstanbul'daki projeksiyon gösterisi, yemek deneyimini daha interaktif hale getiriyor (Fotoğraf kaynağı: Müdavim, 2024)

Dijitalleşmenin sunduğu çeşitli deneyim olanaklarından faydalanmak isteyen tüketiciler, yemek yeme eylemini sadece karın doyurmanın ötesinde bir deneyim olarak görmektedir.

Bu nedenle, yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve rekabet edebilmeleri için dijital dönüşümden yararlanmaları kaçınılmaz hale gelmiştir. Dijital gastronomideki en son trendler arasında sürdürülebilir mutfak hareketi, bitki tabanlı alternatifler ve vegan gastronomi, küresel lezzetlerin yükselişi, fermente ve probiyotik gıdalar ve kişiselleştirilmiş beslenme gibi konular öne çıkmaktadır. Ayrıca, artırılmış gerçeklik (AR) uygulamaları, restoranlarda yemek deneyimini daha interaktif ve unutulmaz hale getirmek için kullanılmaktadır. Örneğin, AR gözlükleriyle müşteriler, yemeklerin hazırlanışını ve içeriklerini üç boyutlu olarak görebilirler. 3D yazıcılarla yemek yapmak, dijital ortamda yemeklerin tasarlanması ve ardından katman katman basılması sürecini içerir. Bu yazıcılar, eritilebilir malzemeler, tozlar ve bağlayıcı maddeler kullanarak yemekleri oluşturur. Pişirme işlemi ise yazıcıdan yazıcıya değişiklik gösterebilir; bazıları malzemeyi baskı esnasında pişirirken, bazıları sonradan pişirilir.



Şekil 2. 3D yazıcılarla üretilen çeşitli şekillerdeki gıda baskıları (Fotoğraf kaynağı: Silva, 2018)

3D baskı yemek, sadece mükemmel fotoğraflar için kusursuz tabaklar oluşturmakla kalmaz, aynı zamanda yediklerimizi de değiştirir. Karmaşık tasarımlar, otomatik pişirme, seri üretim ve kişiselleştirilmiş yemekler gibi yeni olanaklar sunar. Vitamin ve minerallerin yanı sıra protein, karbonhidrat ve omega-3 yağ asitlerinin miktarı kontrol edilebilir. 3D baskının mimari, inşaat ve tasarım alanlarında sunduğu olanaklar artık mutfak dünyasında da kullanılabilir. (Silva,2018)

Gıda ve Restoran Sektöründe Teknolojik Yenilikler

Gıda ve yemek sektöründe teknoloji, birçok alanda yenilikler sunuyor. Online sipariş ve teslimat platformları, restoranların müşteri tabanını genişletmesine yardımcı oluyor. Otomasyon ve robotik sistemler, üretim hatlarında verimliliği ve hijyeni artırıyor. RFID ve QR kod gibi akıllı takip sistemleri, gıda güvenliğini ve kalitesini iyileştiriyor. Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri, müşteri deneyimini zenginleştiriyor. İnovatif ambalaj teknolojileri, gıdaların raf ömrünü uzatıyor.

Büyük veri ve yapay zekâ, süreçleri optimize ederek daha iyi hizmet sunulmasını sağlıyor. Bu teknolojiler, sektörde verimliliği, kaliteyi ve müşteri memnuniyetini artırıyor. Restoranlarda kullanılan robotlar, hizmet kalitesini artırmak ve maliyetleri düşürmek için çeşitli görevlerde kullanılıyor. Robot garsonlar, sipariş almak, yiyecek ve içecekleri taşımak ve masalara servis yapmak için programlanmıştır. Otomatik servis arabaları ve self-servis kiosklar, siparişlerin hızlı ve doğru bir şekilde alınmasını ve teslim edilmesini sağlar. Bu teknolojiler, müşteri deneyimini iyileştirirken, bekleme sürelerini azaltır ve operasyonel verimliliği artırır. (Güner & Aydoğdu, 2022)

Gastronomide Ekonomik Dönüşüm ve Aktivizmin Rolü

Dijital platformlar, şeflerin ve restoranların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayarak marka sadakati ve müşteri tabanını artırmalarına yardımcı oluyor. Pandemi döneminde dijitalleşmenin hızlanması, çevrimiçi sipariş ve teslimat hizmetlerinin yaygınlaşmasına katkıda bulundu. Bu durum, kuryeler, müşteri hizmetleri temsilcileri ve dijital pazarlama uzmanları gibi yeni iş alanlarının doğmasına neden oldu. Artan talep, restoranların sipariş yönetim sistemleri, dijital menüler ve veri analitiği gibi teknolojilere yatırım yaparak operasyonel verimliliklerini artırmalarını sağladı. Ekonomik açıdan, dijitalleşme gastronomi sektöründe verimliliği artırarak maliyetleri düşürmekte ve gelirleri artırmaktadır. Dijital teknolojiler, stok yönetimi, sipariş takibi ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi süreçleri optimize ederek işletmelerin daha etkin çalışmasını sağlıyor. Ayrıca, dijital platformlar üzerinden yapılan pazarlama ve reklam faaliyetleri, restoranların ve şeflerin daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırıyor. Bu da sektördeki rekabeti artırarak yenilikçi hizmetlerin ve ürünlerin ortaya çıkmasına olanak tanıyor. Dijitalleşme, gastronomi sektöründe yeni iş modelleri ve girişimlerin ortaya çıkmasını teşvik ederek ekonomik büyümeye katkıda bulunuyor (Aydın & Çakır, 2025).

Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar, gastronomi sektöründe rekabeti artırarak yenilikçi hizmetlerin ve ürünlerin ortaya çıkmasına olanak tanır. Restoranlar ve şefler, sosyal medya sayesinde geniş kitlelere ulaşarak marka bilinirliğini artırabilir ve müşteri tabanlarını genişletebilirler. Ancak, sosyal medyada yapılan olumsuz yorumlar ve eleştiriler, restoranların itibarını zedeleyebilir ve bu da müşteri kaybına ve gelirlerin düşmesine yol açabilir. Ayrıca, sosyal medyada yayılan yanlış bilgiler, restoranların ve şeflerin itibarını olumsuz etkileyebilir ve müşteri güveninin azalmasına neden olabilir. Dijital pazarlama ve reklam faaliyetleri, restoranlar için ek maliyetler yaratabilir ve bu da özellikle küçük işletmeler için finansal zorluklara neden olabilir. Yanlış hashtagler kullanmak, itibar kaybına yol açabilir ve insanların fikirlerini değiştirerek önyargı sahibi olmalarına neden olabilir. Bu nedenle, sosyal medya stratejilerinin dikkatli ve özenli bir şekilde planlanması büyük önem taşımaktadır. 2019 yılında Burger King Türkiye, sosyal medyada yayılan bir hijyen videosu nedeniyle büyük bir kriz yaşadı. Video, #BoycottBurgerKing hashtag'i altında hızla yayıldı olumsuz yorumlar ve eleştiriler, müşteri güveninin azalmasına ve müşteri kaybına yol açtı. Restoranın itibarını ciddi şekilde zedeledi.

SONUÇ

Sonuç olarak, dijital gastronomi, mutfak sanatlarından restoran yönetimine, müşteri deneyiminden sürdürülebilirliğe kadar geniş bir yelpazede yenilikçi çözümler sunmaktadır. Sosyal medya ve dijital platformlar, şeflerin ve restoranların kendilerini tanıtmalarına olanak tanır. Dijital menüler ve online rezervasyon sistemleri müşteri deneyimini iyileştirmektedir. 3D baskı ve yapay zekâ gibi teknolojiler, mutfaklarda yaratıcılığı teşvik ederken, otomasyon süreçleri verimliliği artırmaktadır.

Dijital aktivizm, sürdürülebilirlik ve gıda israfı gibi konularda farkındalık yaratmakta ve olumlu değişimlere öncülük etmektedir. Örneğin, #ZeroWaste ve #SustainableEating gibi etiketler, gıda israfını azaltma ve çevre dostu beslenme alışkanlıklarını teşvik etmektedir (Odatv, 2024). Ayrıca, #PlantBased ve #VeganLife gibi etiketler, bitki bazlı beslenmenin sağlık ve çevre üzerindeki olumlu etkilerini vurgulamaktadır (Wolkanca, 2020). "Too Good To Go" ve "Olio" gibi uygulamalar, gıda israfını azaltmayı hedeflemekte ve topluluk içinde paylaşımı teşvik etmektedir (Güner & Aydoğdu, 2022). "Food for Soul" gibi girişimler ise, şeflerin ve gönüllülerin iş birliğiyle gıda israfını azaltmak ve ihtiyaç sahiplerine yemek sağlamak için çalışmaktadır (Erbil, 2023).

Teknoloji, gastronomi dünyasında devrim niteliğinde değişiklikler yaparak hem şeflerin hem de müşterilerin deneyimlerini zenginleştirmekte ve sektörü dönüştürmektedir. Akıllı mutfak aletleri, sanal gerçeklik uygulamaları ve robotik sistemler, yemek hazırlama ve sunum süreçlerini daha etkili hale getirirken, müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Dijital gastronomi, gelecekte de bu yeniliklerin devam edeceğini ve gastronomi dünyasında daha fazla dijitalleşmenin kaçınılmaz olduğunu göstermektedir.

Dijitalleşme, restoranların faaliyet maliyetlerini düşürmekte ve verimliliği artırmaktadır. Akıllı sistemler ve otomasyon, iş gücü giderini azaltırken, daha hızlı ve kaliteli hizmet sunulmasını sağlamaktadır. Ayrıca, dijital platformlar aracılığıyla geniş kitlelere ulaşan restoranlar, müşteri tabanlarını genişleterek gelirlerini artırmaktadır. Sürdürülebilirlik ve gıda israfını azaltma çabaları, kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayarak ekonomik tasarruflar yaratmaktadır. Sonuç olarak, dijital gastronomi, sadece gastronomi dünyasında değil, aynı zamanda ekonomik alanda da olumlu etkiler yaratmaktadır. (San Sungunay, 2020)

KAYNAKÇA

Alsharif, I. (2024). Dijital medyanın toplumsal hareketlilik etkisi: "Gazze Savaşı 2024 örneği" [The impact of digital media on social mobility: The case of the Gaza War 2024]. *Pearson Journal of Social Sciences & Humanities, 8*(30), 1960. https://doi.org/10.5281/zenodo.14557637

Aydın, Ş., & Uçkan Çakır, M. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Turizm İşletmeciliği; Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Gastronomi ve Mutfak Sanatları. ORCID: 0000-0002-8760-643X, 0000-0001-8935-2800.

Aydın, Ş., & Uçkan Çakır, M. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(4), Aralık 2022. E-ISSN: 2149-3871.

Erbil, K. (2023). Gastronomide dijitalleşme, IoT uygulamalarının kullanılması ve gastro teknolojinin kavramsal çerçevede incelenmesi. Journal of Tourism Research Institute, 4(1), 39-47. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3288644

Gıdamız Geleceğimizdir. (2021-2022). Projemiz. Retrieved from https://gidamizgelecegimiz.org/proje-bilgi/

Global Citizen. (2019). 3 Youth Activists Fighting to End Malnutrition Who You Should Definitely Know About. Retrieved from https://www.globalcitizen.org/en/content/youth-activists-nutrition-hunger/ Erişim Tarihi: 23.02.2025

Gold, V. (2004). *Liberwocky*. Thomas Nelson.

Güner, D., & Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: Dijital gastronomi. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.

Güner, D., & Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: Dijital gastronomi. Aydın Gastronomy, 6(1), 17-28. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1561407

İncili Gastronomi Rehberi. (2024). 2024 gastronomi dünyası: Yenilikler ve trendler. https://inciligastronomirehberi.hurriyet.com.tr/gurme-yazilar/2024-gastronomi-dunyasi-yenilikler-ve-trendler

Kırık, A. M., & Özcan, A. (2014). Bir Dijital Aktivizm Örneği: Akıllı Ağ Çeteleri (Smart Mobs). *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 5(14), 1-14. https://doi.org/10.5824/1309-1581.2014.1.004.x

Le Petit Chef. (2024). Le Petit Chef Antalya. Retrieved January 3, 2025, from https://lepetitchef.com/ads/antalya

Le Petit Chef. (2024). Le Petit Chef. Retrieved January 3, 2025, from https://lepetitchef.com/

Müdavim. (2024). Le Petit Chef İstanbul. Retrieved January 3, 2025, from https://mudavim.net/le-petit-chef-istanbul/le-petit-chef-istanbul-4/

Odatv. (2024). 2024 gastronomi trendleri: Sürdürülebilirlik, teknoloji, vegan yemekler ve daha fazlası. https://www.odatv.com/gastroda/2024-gastronomi-trendleri-surdurulebilirlik-teknoloji-vegan-yemekler-ve-daha-fazlasi-120078869

Odatv. (2024). 2024 gastronomi trendleri: Sürdürülebilirlik, teknoloji, vegan yemekler ve daha fazlası. https://www.odatv.com/gastroda/2024-gastronomi-trendleri-surdurulebilirlik-teknoloji-vegan-yemekler-ve-daha-fazlasi-120078869

San Sungunay, S. (2020). İşletmelerin itibar yönetiminde sosyal medya kullanımı: Türkiye'deki koronavirüs salgını süreci. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7(7), 177-189. https://www.asead.com

Shaw, R. (1996). *The Activist's Handbook: A Primer for the 1990s and Beyond*. University of California Press.

Silva, D. (2018, October 23). To eat, at the press of a button: Eating our way through technology. Meer. Retrieved January 3, 2025, from https://www.meer.com/en/43923-to-eat-at-the-press-of-a-button

Sloganci. (2024). 10 yaratıcı gıda ve içecek sloganları. https://sloganci.com/10-yaratici-gida-ve-icecek-sloganlari/

Turhan, D. G. (2017). Dijital aktivizm. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017/1(26), 26-44

Türk Dil Kurumu. (2024). *Gastronomi*. Güncel Türkçe Sözlük. https://sozluk.tdk.gov.tr/

Ürkmez, D. (2020). Dijital aktivizm olarak sosyal medyada boykot çağrıları: Watsons krizi örneği. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7*(1), 106-125.

Vural, B. (2025, Ocak 3). 2025'te gastronomi ve sosyal medyada beklenen trendler ve olumsuzluklar. *Şehrin Lezzeti*. Retrieved from https://www.sehrinlezzeti.tr/2025te-gastronomi-ve-sosyal-medyada-beklenen-trendler-ve-olumsuzluklar/

Walls, D. (1993). *The Activist's Almanac: The Concerned Citizen's Guide to the Leading Advocacy Organizations in America*. Simon & Schuster/Fireside.

Wolkanca. (2020). Trend hashtag'ler ve dikkat etmeniz gerekenler. https://wolkanca.com/trend-hashtagler-ve-dikkat-etmeniz-gerekenler/

Yıldırım, H., & Yıldırım, Y. (2023). Digital gastronomy and the tables of future. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(15), 1-14. ISSN 2651-3943, e-ISSN 2757-8941.

Yıldız, E., Davutoğlu, N.A. (2020). Turizm 4.0'dan gastronomi 4.0'a giden yolda: Geleceğin restoranları ve yönetimi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(109), 301-318.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMİDE YENİLİKÇİ YAKLAŞIMLAR: ACI BİBER VE FONKSİYONEL GIDALARLA LEZZET YOLCULUĞU

Ümmü Seleme YILDIRIM
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler (Y.L), Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0009-0008-1564-7751

Doç. Dr. Birsen Bulut SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 00000-0002-8791-4782

Doç. Dr. Muhammet ERBAY
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0000-0003-0306-7772

ÖZET

Gastronomideki yenilikçi yaklaşımlar, değişen tüketici beklentileri ve modern mutfak anlayışlarının kombinasyonunun izlerini sürmektedir. Günümüz gastronomisinde, yemeklerin sadece lezzetli olması yeterli görülmemekte olup aynı zamanda sağlıklı, estetik ve deneyim odaklı olması beklenmektedir. Bu yenilikçi yaklaşımlar dünya mutfaklarından ilham alınarak yaratılan füzyon yiyecekler, farklı kültürlerin tatlarının bir araya gelmesini sağlayarak yepyeni lezzetleri de ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, Uzak Doğu mutfaklarının baharatlı dokunuşları ile Akdeniz mutfağının taze malzemeleri bir araya getirilerek ortaya çıkan tatlar, gastronomide yenilikçi yaklaşımların sınırlarının olmadığını göstermektedir.

Bu çalışmada acı biberin bazı yiyeceklerdeki yaratıcı kullanımını ve fonksiyonel gıdalarda yükselebilecek popülaritesi irdelenmiştir. Acı biberdeki özellikle kapsaisin bileşeni, yalnızca yakıcı ve acı bir tat unsuru olarak değil, aynı zamanda eşsiz aromatik özellikleriyle yemeklerin tat profilini zenginleştiren bir bileşen olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışmada kullanılan acı biberin bal gibi tatlı, mango gibi tropikal ve avokado gibi kremamsı malzemelerle nasıl uyum sağlayabileceği araştırılmıştır. Çalışma sonucunda ise sıra dışı farklı kombinasyonların, yiyeceklere yeni ve farklı tat boyutları kazandırdığı vurgulanmaktadır. Örneğin, tatlı ve baharatlı tatların bir araya gelmesi, tüketicilere kalıcı bir gastronomik deneyim sunmaktadır. Çalışma ayrıca, teknolojinin gastronomideki yenilikçi yaklaşımları nasıl desteklediğine dikkat çekmeye çalışmaktadır. Modern mutfak teknikleri ve dijitalleşen gastronomi sayesinde, enfes tatlar ve yapılar oluşturabilmektedir. Aynı zamanda fonksiyonel gıdaların sağlıklı yaşam üzerindeki etkileri üzerinde durulmaktadır. Probiyotikler, antioksidanlar ve süper gıdalar gibi fonksiyonel bileşenlerin hem sağlık hem de yemek estetiği açısından nasıl değer kattığı tartışılmaktadır. Bu gıdalar hem besin değerini artırmak hem de tüketicilere sağlıklı yaşam için yenilikçi seçenekler sunmak amacıyla mutfaklarda yaratıcı şekilde kullanılmaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma pratik ve ilham verici formüle sahip reçeteler sunmaktadır. Aşk reçeli gibi romantik tatlarla, baharatlı acı biberli pralinler gibi sıra dışı lezzet kombinasyonları, mutfakta yaratıcı olmanın yollarının gösterilmesinde ışık tutmaktadır. Bu tür yenilikçi reçeteler, sadece lezzet yaratımı değil, aynı zamanda gastronomide bir sanat formu olarak yaratıcılığı ön plana çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomide Yenilikçi Yaklaşımlar, Acı Biber, Fonksiyonel Gıdalar, Gastronomide Yeni trendler

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

INNOVATIVE APPROACHES IN GASTRONOMY: A FLAVOR JOURNEY WITH CHILI PEPPERS AND FUNCTIONAL FOODS

ABSTRACT

The innovative approaches in gastronomy trace the combination of changing consumer expectations and modern culinary concepts. In today's gastronomy, it is no longer sufficient for dishes to merely be flavorful; they are also expected to be healthy, aesthetically pleasing, and experience-oriented. These innovative approaches, inspired by world cuisines, create fusion foods that bring together the tastes of different cultures, giving rise to entirely new flavors. For example, flavors that emerge from the combination of the spicy touches of Far Eastern cuisines and the fresh ingredients of Mediterranean cuisine demonstrate that the boundaries of innovative approaches in gastronomy are limitless.

In this context, the study explores the creative use of chili peppers in certain dishes and their potential popularity in functional foods. Capsaicin, a key compound in chili peppers, stands out not only as an element that adds heat and spiciness but also as a component that enriches the flavor profile of dishes with its unique aromatic properties. The study investigates how chili peppers can harmonize with ingredients such as sweet honey, tropical mango, and creamy avocado. The findings emphasize that extraordinary and unconventional combinations add new and surprising dimensions to the flavors of dishes. For instance, the blend of sweet and spicy flavors offers consumers an unforgettable gastronomic experience. Additionally, the study highlights how technology supports innovative approaches in gastronomy. Through modern culinary techniques and the digitalization of gastronomy, flavors and structures that were previously impossible can now be created. The study also emphasizes the effects of functional foods on healthy living, discussing how components such as probiotics, antioxidants, and superfoods add value both in terms of nutrition and culinary aesthetics. These foods are creatively utilized in kitchens to enhance nutritional value and offer innovative options for healthy living.

In conclusion, this study provides practical and inspiring formulaic recipes. Unique combinations, such as romantic flavors like love jam and bold creations like spicy chili pralines, serve as a guide for creative experimentation in the kitchen. These innovative recipes not only focus on flavor creation but also underscore creativity as an art form in gastronomy.

Keywords: Innovative Approaches in Gastronomy, Chili Peppers, Functional Foods, New Trends in Gastronomy

GİRİŞ

Beslenme, insanın içgüdüsel olarak karşılaması gereken hayatın devamlılığını sağlamak için yapılan temel bir ihtiyaçtır ve bu durum, Abraham Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde de ilk basamakta yer almaktadır. Bireyin beslenme alışkanlıkları, anne karnından başlayarak çevresel ve kültürel koşulların etkisiyle şekillenmektedir. (Astarlı, 2008) Beslenme alışkanlıklarını şekillendiren kültürel koşullar arasında gelenekler, dini inançlar, coğrafi koşullar, ekonomik durum, eğitim ve bilinç düzeyi, medya ve popüler kültür ile sosyal çevre yer alır. Aileden gelen reçeteler, dini bayramlarda tüketilen özel yiyecekler, yaşanılan bölgenin iklimi ve doğal kaynakları, gelir düzeyi, beslenme konusunda eğitim ve bilinç, medya etkisi ve sosyal çevre, bireylerin beslenme tercihlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Bu faktörler, bireylerin beslenme alışkanlıklarını ve tercihlerini şekillendirir. Zamanla gelişen ve değişen insan beyni ve ihtiyaçları, beslenme davranışını sadece fizyolojik bir gereksinim olmaktan çıkarıp, duyulara hitap eden lezzet, sunum, aroma, doku ve koku gibi unsurları da ön plana çıkarmıştır (Meydanlıoğlu ve Ergün, 2013).

Yeterli ve dengeli beslenme, vücudun sağlığının korunması ve yaşamın sürdürülmesi için gerekli olan besin öğelerinin yeterli ve dengeli miktarlarda alınmasıdır. Bu kavram, sadece fizyolojik değil, aynı zamanda psikolojik, sosyolojik ve ekonomik boyutları da içermektedir. Bu, büyüme ve gelişme, sağlığın korunması ve yaşam kalitesinin artırılması için gereklidir (Baysal A. 1990).

Gastronomi, yiyecek ve içeceklerin üretiminden tüketimine kadar olan tüm süreçleri kapsayan geniş bir kavramdır. Bu süreç, tarlada yetişen ürünlerin üretimi ile başlarken ve bu ürünlerin hazırlanışı, sunumu ve tüketimi ile devam etmektedir. Gastronomi, sadece yiyecek ve içeceklerin lezzetli ve estetik bir şekilde sunulmasını değil, aynı zamanda bu ürünlerin fizyolojisi ve mikrobiyolojisini de içermektedir. Bu durum, gıdaların besin değerlerinin korunması ve sağlık açısından güvenli olmasını sağlamaktadır (Onur ve Onur, 2016: 472). Ayrıca, gastronomi bireylerin beslenme alışkanlıklarını, yeme içme eğilimlerini ve bu alışkanlıkların kültürel ve sosyal etkilerini de incelemektedir. Yiyecek ve içecek işletmelerinin yönetimi, bu işletmelerde hijyen ve sanitasyon kurallarının uygulanması, müşteri memnuniyetinin sağlanması ve işletme süreçlerinin verimli bir şekilde yürütülmesi de gastronominin bir parçasını oluşturmaktadır (Sever vd., 2016: 117).

Gastronomi, aynı zamanda süreç içerisinde oluşacak atıkların güvenli bir şekilde yok edilmesini de kapsarken; çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir yaklaşımı gerektirmektedir. Tüm bu unsurlar, gastronominin sadece bir yemek pişirme sanatı değil, aynı zamanda disiplinler arası bir bilim dalı olduğunu göstermektedir. Gastronomi, tarımdan sofraya kadar olan tüm süreçleri kapsayarak, yiyecek ve içeceklerin üretiminden tüketimine kadar olan her aşamada kalite ve güvenliği sağlamayı amaçlamaktadır (Akdağ vd., 2015: 449).

Gastronomide Yeni Trendlerin Ortaya Çıkışı

Küreselleşme ve beraberinde yaşanan teknolojik, ekonomik, sosyolojik gelişmeler yiyecek-içecek sektörü açısından da çok farklı değişimlere neden olmaktadır. Sanayileşme ile üretim süreçlerinin hızlanması ve çeşitlenmesi, gastronomi dünyasında yeni tatların ve tekniklerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Gelişen teknoloji, özellikle sosyal medya ve dijital platformlar aracılığıyla, gastronomik yeniliklerin hızla yayılmasına ve geniş kitleler tarafından benimsenmesine olanak tanımaktadır. (Cömert ve Özkaya, 2014) Bu süreçte ortaya çıkan değişik gastronomik unsurlar bireylerin ilgisini çekebilmektedir. Gastronomi, tüketilebilir tüm yiyecek ve içecek maddeleriyle kültür arasındaki ilişkiyi, ayrıca iyi yemek yeme ve içme sanatını inceleyen bir disiplindir. Medyanın etkisiyle, ünlü şefler ve yemek programları, gastronominin popülerliğini artırarak, insanların yeni tatlar deneme isteğini artırmaktadır. Tarihsel ve etimolojik açıdan gastronomi kavramı, yemeklerin nerede ve nasıl yenmesi gerektiğine, hangi yemekle hangi içkinin içilmesine rehberlik eden, kişilerin yemekten daha fazla keyif almaları için yiyecek içecek hakkında bilgi ve beceri sahibi olmalarına yardımcı olan bir yaşam sanatıdır. Ekonomik gelişmeler ise insanların daha fazla dışarıda yemek yemesine ve farklı mutfakları keşfetmesine olanak tanımaktadır. Bu nedenle, gastronomi günümüzde sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir deneyim ve keşif alanı olarak da görülmektedir. (Wolke, 2004; Yılmaz ve Şenel, 2016).

Bu süreçte sürdürülebilirlik, sağlıklı beslenme ve kültürel çeşitlilik gibi unsurlar, insanların merak duygusuyla birlikte bireylerin gastronomiye olan ilgisini artırmakta ve yeni tatlar keşfetme isteğini körüklemektedir. Bu ilgi, gastronomi dünyasında sürekli olarak yeni trendlerin ortaya çıkmasına ve bu trendlerin hızla benimsenmesine yol açmaktadır. Böylece, gastronomi sadece bir beslenme ihtiyacı olmaktan çıkıp, aynı zamanda bir kültürel deneyim ve keşif alanı haline gelmektedir.

Hızlı Yemek (Fast Food) Trendi: Hızlı ve pratik bir şekilde tüketilmek üzere hazırlanan yiyeceklerin üretim sistemidir. Günlük yaşamın yoğun temposu nedeniyle evde yemek yapmaya zaman bulamayan insanlar için hızlı, kolay ve pratik bir alternatif sunmaktadır (Akçadağ ve Bozkurt, 2019).
Yavaş Yemek (Slow Food) Trendi: Yavaş yemek akımı, fast food kültürüne tepki olarak ortaya çıkmış ve yerel yemeklerin korunmasını amaçlayan bir harekettir. Carlo Petrini tarafından başlatılan bu hareket, insanların ne yediklerine, yemeğin kaynağına ve tadına daha fazla dikkat etmelerini teşvik etmektedir (Pietrykowski, 2004; Bucak, 2014: 19).
Vejetaryen Beslenme Trendi: Bitkisel kaynaklı besinlerin ağırlıklı olarak tüketildiği ve hayvansal kaynaklı besinlerin sınırlı veya hiç tüketilmediği bir beslenme şeklidir. Bu beslenme tarzı, ekonomik kaygılar, sağlık nedenleri, dini inanışlar ve hayvansal ürün tüketiminin etik boyutları gibi çeşitli sebeplerle tercih edilmektedir. (Karabudak, 2012).
Çiğ Yemek (Raw Food) Trendi: Günümüzde sağlıklı yaşam için tercih edilen çiğ yemekler, organik sebze ve meyvelerin çiğ veya düşük sıcaklıklarda ısıtılarak tüketilmesini ifade etmektedir. Çiğ beslenmede, yiyeceklerin içindeki mineral, vitamin ve enzimler korunarak besin değerlerinin kaybolmadığı ileri sürülmektedir (Kralj et al. 2017; Sevinç ve Çakmak, 2017).
Yeşil (Green) Restoran Trendi: Ekolojik dengenin bozulması ve küresel ısınmanın artışı nedeniyle tüketiciler, çevre dostu ve sürdürülebilir ürünlere yönelmeye başlamıştır. Bu bağlamda, "Yeşil Restoran" akımı ortaya çıkmış ve bu restoranlar, çevreye duyarlı ve enerji açısından verimli olacak şekilde tasarlanıp işletilmektedir. Yeşil restoranlar, yerel ve organik hammaddeler kullanarak, enerji verimliliğini gözeterek ve en az atık üreterek sürdürülebilir ürünler sunmaktadır (Teng ve Wu, 2019; Green Restaurant Associations, 2017).
Siyah Yiyecekler (Black Foods) Trendi: Yiyeceklerin rengi, gıdayı tanıma, güven duyma ve lezzetini tahmin etme açısından önemlidir. Siyah renk, soğukluk, gizem ve hırs ile ilişkilendirilir ve prestijli, sofistike bir renk olarak algılanmaktadır. Çikolata, kahve ve kakao gibi koyu renkli gıdalar enerji verici olarak bilinmektedir. Dünyanın birçok yerinde siyah renkli gıdalar popülerdir çünkü bu renk nadir bulunurken, insanlarda merak uyandırmaktadır (Bozok ve Yalın, 2018; Yılmaz ve Erden, 2017).
Füzyon Mutfak Trendi: Füzyon mutfak, farklı ülkelerin pişirme teknikleri ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde birleştirilmesiyle yeni ve özgün lezzetler yaratmayı amaçlamaktadır. Bu mutfak anlayışında, en az iki farklı ulusun mutfak kültürü, birbirine baskın gelmeyecek şekilde aynı tabakta buluşturmaktadır. Sonuç olarak, her iki mutfağın yemeklerinden farklı, yeni bir ürün ortaya çıkarmaktadır (Sarıoğlan, 2014: 64; Can vd., 2012).
Bahsedildiği üzere gastronomi trendleri, yemek kültürünü sürekli yenileyip zenginleştirerek hem bireysel hem de toplumsal düzeyde yeni tatlar ve deneyimleri sunmaktadır. Bu trendler, ekonomik canlılık yaratırken kültürel etkileşimi artırırken, sürdürülebilir, sağlıklı yaşam tarzlarını teşvik etmektedir. Sosyal medya ve popüler kültürle iç içe geçerek geniş kitlelere ulaşan bu trendler, gastronomi dünyasında bitmeyen bir canlılık ve dinamizm kaynağı oluşturmaktadır.

Gastronomide Yenilikçi Yaklaşımlar: Lezzet ve Teknolojinin Buluşması
Gastronomide yenilikçilik hem mutfak sanatları hem de gıda endüstrisi için büyük önem taşımaktadır. Yenilikçi yaklaşımlar, yeni tatlar ve yemek deneyimleri sunarak gastronomiyi daha zengin ve çeşitli hale getirmektedir. Bu hem şefler hem de tüketiciler için heyecan verici bir keşif süreci yaratmaktadır (Şahin, M., & Mankan, E. 2021). Ayrıca, yenilikçi teknikler ve malzemeler, daha sağlıklı ve besleyici yemeklerin hazırlanmasına olanak tanımaktadır. Örneğin, düşük kalorili veya besin değeri yüksek alternatifler geliştirmek ile mümkündür.

Yenilikçilik, sürdürülebilir gıda üretimi ve tüketimi için de çözümler sunmaktadır. Bu hem çevresel etkileri azaltmak hem de kaynakları daha verimli kullanmak açısından kritiktir (Güner, D. 2022).
Mutfak teknolojilerindeki ilerlemeler, yemek hazırlama süreçlerini daha verimli ve etkili hale getirmektedir. Bu hem zaman hem de maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Restoranlar ve gıda işletmeleri için yenilikçilik, rekabet avantajı sağlamaktadır. Yenilikçi menüler ve hizmetler, müşteri çekmek ve sadakat oluşturmak için önemli bir faktördür (Yıldırım, H., & Yıldırım, Y.2023).
Son olarak, yenilikçi gastronomi, farklı kültürlerin mutfaklarını bir araya getirerek kültürel zenginliği artırmaktadır. Küreselleşen dünyada kültürel etkileşimi ve anlayışı teşvik etmektedir (Şahin, M., & Mankan, E. 2021).

FONKSİYONEL GIDALAR

Bilgi ve davranışlardaki gelişmelerle birlikte, insanlar daha sağlıklı ve kaliteli bir yaşam sürmeyi hedeflemektedir. Yaşam sürelerini ve kalitelerini artırmak için sağlık sorunlarını tedavi etmek yerine, önleyici tedbirler almayı tercih etmektedirler. Bu önleyici tedbirlerin başında ise beslenme şekli ve tercihleri gelmektedir. Beslenirken, aynı zamanda sağlığı koruyan, geliştiren ve hastalık riskini azaltan fonksiyonel gıdalar tercih edilmektedir (Anonymous 2004).
Avrupa Birliği'ne göre, fonksiyonel gıdalar temel beslenme özelliklerinin yanında insan sağlığını iyileştirmeli ve/veya hastalıkları önlemelidir. Günümüzde fonksiyonel gıdalar, yaşlanmayı geciktirdiği, beslenme alışkanlıklarını iyileştirdiği ve sağlıksız yaşam tarzlarının olumsuz etkilerini azalttığı düşünüldüğü için daha popüler hale gelmiştir. Bu nedenle, bu gıdalar birçok kişi tarafından tercih edilmektedir (Yerlikaya, O. vd 2016).
Fonksiyonel gıdaların bazı tipleri:
1. *Takviye Edilmiş Gıdalar*: Vitamin veya mineral eklenmiş gıdalar (örneğin, C vitamini ilaveli meyve suyu, D Vitamini takviyeli süt gibi).
2. *Zenginleştirilmiş Gıdalar:* Doğal olarak bulunmayan besin maddeleri eklenmiş gıdalar (örneğin, probiyotik yoğurt, lif takviyeli ekmek gibi).
3. *Değiştirilmiş Gıdalar*: İstenmeyen maddeler çıkarılıp yerine yenileri eklenmiş gıdalar (örneğin, yağsız süt, laktozsuz süt, düşük sodyumlu tuz).
4. *Geliştirilmiş Gıdalar*: Özel koşullarda üretilmiş gıdalar (örneğin, Omega-3 katkılı yumurta, antioksidan içerikli meyve suları gibi) (Kotilainen, Rajalahti, Ragasa, & Pehu, 2006; Spence, 2006).

Fonksiyonel gıdaların tüketiminde dikkat edilmesi gereken bazı önemli noktalar bulunmaktadır. Öncelikle, bu gıdaların etiketlerini dikkatlice okuyarak içeriklerini anlamak önemlidir. Bunlar dengeli bir diyetin parçası olarak tüketilmeli ve aşırıya kaçılmamalıdır. Ayrıca, alerjenler ve intoleranslar göz önünde bulundurulmalı, örneğin laktoz intoleransı olan kişiler probiyotik yoğurt tüketiminde dikkatli olmalıdır. Takviye edilmiş gıdaların aşırı tüketimi sağlık sorunlarına yol açabileceğinden, dozaj ve miktar kontrolü yapılmalıdır. Son olarak, güvenilir markalar tercih edilmeli ve ürünlerin kalite sertifikalarına dikkat edilmelidir (Alzuhairi, S., & Doğan, M.2021).

Kültürel Etkileşim ve Global Tatlar

Yemek tercihlerini etkileyen en büyük faktörlerden bir tanesi, kadınların çalışma hayatına atılması ve beslenme alışkanlıklarının ticari sektöre kaymasıdır. Geleneksel ev yemeklerinin yerini dışarıdan sipariş edilen yemekler, hızlı yiyecekler ve hazır gıdalar almıştır.

Kadınların iş hayatında daha fazla yer almaları, evde geçirilen zamanı azaltmış ve pratik, zaman kazandırıcı çözümleri tercih etmelerine yol açmaktadır. Bu değişim, aynı zamanda beslenme sektörünün büyümesine, çeşitlenmesine ve global tatların daha ulaşılabilir hale gelmesine katkıda bulunmuştur. Günümüzde dünya mutfağından lezzetler, market raflarında ve restoran menülerinde daha sık yer almakta, bu da kültürel etkileşim ve çeşitliliği artırmaktadır.

Kültürel etkileşim, farklı toplumların ve bireylerin birbirleriyle olan iletişim ve etkileşim süreçlerini ifade etmektedir. Bu etkileşimler, yemek kültüründen sanata, dilden geleneklere kadar geniş bir yelpazede gerçekleşmektedir. Global tatlar, bu etkileşimlerin en lezzetli örneklerinden birisidir. Dünyanın dört bir yanından gelen farklı mutfaklar, yerel lezzetlerle harmanlanarak yeni ve benzersiz tatlar oluşturmaktadır. Örneğin, Japon suşisinin Amerika'da Kaliforniya rulosu olarak yeniden yorumlanması veya Türk dönerinin Almanya'da döner kebap olarak popülerleşmesi, kültürel etkileşimin ve global tatların ne kadar zengin ve çeşitli olduğunu göstermektedir. Bu süreçler, sadece damak zevklerimizi değil, aynı zamanda kültürel anlayışımızı ve hoşgörümüzü de genişletmektedir (Sushi Encyclopedia, 2023; Culinary Travels, 2022).

Tatlar ve yemekler, tarih boyunca çeşitli yollarla dünya genelinde yayılmıştır. Göç ve seyahatler, insanların kendi mutfak kültürlerini yeni bölgelere taşımasına olanak tanımış, bu da farklı lezzetlerin tanınmasını sağlamıştır. Ticaret yolları ve küreselleşme, baharatlar ve diğer gıda ürünlerinin dünya çapında dolaşımını kolaylaştırarak mutfak kültürlerinin zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Medya ve internet, yemek programları, bloglar ve sosyal medya aracılığıyla farklı kültürlerin yemeklerini tanıtarak bu süreci hızlandırmıştır. Ayrıca, uluslararası restoranlar ve kafeler, yerel halkın bu yeni tatları deneyimlemesine imkân tanımış, yemek festivalleri ve fuarlar ise kültürel etkileşimi artırmıştır. Bu yollar sayesinde, dünya mutfakları birbirine karışarak zenginleşmiş ve insanlar yeni tatlar keşfetme şansı bulmuştur (Kahraman, Güneş, & Kahraman, 2017; Çağlar & Özaltın, 2013).

Döner kebabı, Osmanlı İmparatorluğu döneminde ortaya çıkmış ve zamanla Türkiye'nin en popüler yemeklerinden biri haline gelmiştir. Döner, ince dilimlenmiş etlerin dikey bir şişe dizilerek pişirilmesiyle hazırlanır ve genellikle pide ekmeği veya lavaş içinde servis edilir. Türkiye'de sokak lezzetlerinin vazgeçilmezi olan döner hem yerli halk hem de turistler tarafından büyük ilgi görmektedir. Döner kebabının uluslararası alanda tanınması, özellikle 1960'lı yıllarda Almanya'ya göç eden Türk işçileri sayesinde olmuştur. Türk göçmenler, Almanya'da kendi mutfak kültürlerini tanıtarak döner kebabını popüler hale getirmişlerdir. Almanya'da döner kebabı, kısa sürede büyük bir ilgi görmüş ve ülkenin en sevilen fast food seçeneklerinden biri olmuştur. Bugün, Almanya'da döner kebabı satan binlerce restoran bulunmaktadır ve bu lezzet, Alman mutfağının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Döner kebabının başarısı, diğer Avrupa ülkelerine ve Amerika'ya da yayılmasını sağlamıştır. İngiltere, Fransa, Hollanda ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerde de döner kebabı restoranları açılmış ve bu lezzet, farklı kültürler tarafından benimsenmiştir. Döner kebabının bu kadar geniş bir coğrafyada popüler olmasının sebeplerinden biri, lezzetinin yanı sıra hızlı ve pratik bir yemek olmasıdır. Ayrıca, döner kebabı farklı soslar ve garnitürlerle zenginleştirilerek her damak zevkine hitap edebilmektedir. Sonuç olarak, döner kebabı, kültürel etkileşimlerin ve göç hareketlerinin bir sonucu olarak dünya genelinde yayılmış ve farklı mutfak kültürlerinin bir parçası haline gelmiştir. Bu süreç, döner kebabının sadece bir yemek olmanın ötesine geçerek, kültürel bir sembol haline gelmesini sağlamıştır. ("The Journey of Döner Kebab in Germany," Culinary Travels, 2022.)’’

İtalyan mutfağının vazgeçilmezi olan pizza, dünya genelinde en çok tüketilen fast food seçeneklerinden biri haline gelmiş ve her ülke, pizzayı kendi damak zevkine göre uyarlamıştır. (Culinary Travels 2022). Meksika mutfağının ünlü yemeği olan tacos, Amerika Birleşik Devletleri'nde büyük bir popülerlik kazanmış ve dünya genelinde sevilen bir sokak yemeği haline gelmiştir. Orta Doğu mutfağının bir parçası olan falafel, özellikle vejetaryen ve vegan beslenenler arasında popülerdir. Tayland mutfağının ünlü yemeği olan Pad Thai ise dünya genelinde Tayland restoranlarının menülerinde sıkça yer almaktadır. Bu süreçler, sadece damak zevklerimizi değil, aynı zamanda kültürel anlayışımızı ve hoşgörümüzü de genişletmektedir. (Kliger, 2024).

İnsanların yemek tercihleri, büyük ölçüde kültürel geçmişleri, coğrafi konumları ve çocukluk dönemlerinde edindikleri alışkanlıklarla şekillenmektedir. Her bireyin damak zevki, yaşadığı çevrenin mutfak kültüründen etkilenerek, bu kültür, nesiller boyunca aktarılan reçeteler ve yemek pişirme teknikleriyle zenginleşmektedir. Örneğin, Akdeniz mutfağına alışkın bir kişi, zeytinyağı, taze sebzeler ve deniz ürünleri gibi bileşenleri tercih ederken, Japon mutfağına aşina olan biri, pirinç, deniz ürünleri ve soya sosu gibi malzemeleri tercih edebilmektedir. İtalya'da makarna ve pizza gibi unlu mamuller yaygınken, Hindistan'da köri baharatlı yemekleri ve çeşitli baharatlar ön plandadır. Ayrıca, bireylerin damak zevkleri zamanla değişebilir; yeni tatlar keşfetmek ve farklı mutfak kültürlerini deneyimlemek, yemek tercihlerini çeşitlendirebilir. Sonuç olarak, insanların yemek tercihleri hem kişisel deneyimlerin hem de kültürel mirasın bir yansımasıdır (Göde, G., Kayaardı, S., Uyarcan, M., & Söbeli, C. 2021).

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, insanlar yeni tatlara ve yiyecek deneyimlerine daha açık hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya ve yemek programları sayesinde, dünya mutfaklarından farklı lezzetler denemek daha popüler hale gelmiştir. İnsanlar, deneyimledikleri yeni tatları sosyal medya platformlarında paylaşarak, bu lezzetlerin daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır. Ayrıca, yemek reçeteleri ve pişirme teknikleri hakkında bilgi edinmek artık çok daha kolay olmaktadır. Online yemek reçeteleri, video dersler ve yemek blogları sayesinde, insanlar evlerinde bile dünya mutfaklarından yemekler yapabiliyorlar. Bu durum, yemek kültürünün gelişmesine ve çeşitlenmesine büyük katkı sağlamaktadır. Artık sadece yerel lezzetlerle sınırlı kalmayan insanlar, farklı kültürlerin yemeklerini deneyimleyerek, damak zevklerini genişletmektedirler.

İlban, Güleç, Çolakoğlu ve Karabıyık (2021) yaptığı çalışmaya göre, Türk mutfağının tarihsel gelişimi ve günümüz yeme-içme alışkanlıkları üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırma, Türk halkının geleneksel mutfak kültürünü koruma eğiliminde olduğunu, ancak aynı zamanda yeni ve yenilikçi yemek kültürlerine de açık olduğunu göstermektedir. Çalışma, Türk mutfağının çeşitliliğini ve zenginliğini vurgularken, modern mutfak akımlarının da benimsenmeye başladığını ortaya koymuştur.

Türk mutfağı, zengin lezzetleriyle ünlü iken farklı mutfak kültürlerini denemek de ilginç olabilmektedir. Farklı kültürlerden gelen tatları birleştirerek, alışılmışın dışında ve yenilikçi reçeteler ortaya çıkarabilinmektedir. Örneğin, geleneksel Türk yemeklerine Asya mutfağından baharatlar eklenebilir veya Avrupa mutfağından pişirme tekniklerini kullanarak yeni lezzetler yaratılabilir. Bu şekilde hem damak zevkinizi genişletebilir hem de mutfakta yaratıcı olmanın keyfini çıkarabilinmektedir.

Gastronomi trendlerinde sadece iki kültür olarak düşünmemek gerekmektedir. Örneğin tatlı ve acı tatların birleşimi gibi, gastronomi dünyasında oldukça ilgi çekici ve heyecan verici bir deneyim sunmaktadır. Bu iki zıt tat, bir araya geldiklerinde damaklarda unutulmaz bir lezzet yaratmaktadır. Tatlı, genellikle şekerli ve hoş bir his uyandırırken, acı tatlar ise genellikle baharatlı ve keskin bir etki bırakmaktadır.

Bu iki tat profilinin dengeli bir şekilde kullanılması, yemeklere derinlik ve karmaşıklık katmaktadır. Örneğin, acı biberle tatlandırılmış çikolata veya bal ile marine edilmiş acı tavuk kanatları gibi kombinasyonlar hem tatlı hem de acı tatların en iyi yönlerini ortaya çıkarmaktadır. Bu tür lezzet kombinasyonları, sadece damak tadını değil, aynı zamanda yemek yeme deneyimini de zenginleştirmektedir.

Acı Tatlı Sos, Asya mutfağının vazgeçilmezlerinden biri olup, özellikle Tayland ve Vietnam gibi Güneydoğu Asya ülkelerinde köklü bir geçmişe sahiptir. Tayland'da "Nam Chim Kai" olarak bilinen bu sos, genellikle tavuk, deniz ürünleri ve kızartmalarla birlikte sunulmaktadır. Chili biberi, sarımsak, şeker, sirke ve bazen bal veya meyve suyu gibi malzemelerin bir araya gelmesiyle hazırlanan bu sos hem tatlı hem de acı bir lezzet profiline sahiptir. Sosun kökeni, Asya mutfağının zengin ve çeşitli tatlarını bir araya getirme geleneğine dayanmaktadır. Tayland ve Vietnam'da, bu sosun farklı varyasyonları yüzyıllardır kullanılmakta olup, her bölge kendi özgün dokunuşlarını ekleyerek bu lezzeti daha da zenginleştirmiştir (Wikipedia, 2024).

Mango Salsa, salsa tarihine dayanan köklü bir geçmişe sahiptir. Salsa, Kolomb öncesi dönemde Orta ve Güney Amerika'da, özellikle Aztek, İnka ve Maya mutfaklarında ortaya çıkmıştır. "Salsa" İspanyolca'da "sos" anlamına gelirken, "salsa fresca" ise "taze sos" anlamına gelir. Mango salsa, bu taze sosun bir varyasyonudur. İspanyol istilacılar, 16. ve 17. yüzyıllarda Latin Amerika'yı işgal ettiklerinde, yerel yemek geleneklerini benimsemişlerdir. Mango, bu bölgelerde bolca yetişen bir meyve olarak, muhtemelen Aztek, İnka ve Maya dönemlerinden beri salsa fresca yapımında kullanılmıştır. Modern Kuzey Amerika mutfağına ise Karayipler'den gelen gezginler aracılığıyla ulaşmıştır. Günümüzde, mango salsa, tatlı, tuzlu, ekşi ve baharatlı tatların dengeli bir kombinasyonunu sunarak popüler bir lezzet haline gelmiştir (Love and Lemons, 2024; Delish Knowledge, 2024).

Avokadolu puding, sağlıklı yağlar, lif, vitaminler ve mineraller açısından zengin olan avokado ile yapılmakta olup, kalp sağlığını desteklerken, sindirimi kolaylaştırır ve uzun süre tokluk hissi sağlamaktadır. Rafine şeker yerine bal kullanılması ve kakao tozunun antioksidan özellikleri, bu tatlıyı daha sağlıklı bir seçenek haline getirmektedir. Türk damak zevkine alışılmış tatlılardan farklı bir lezzet sunmaktadır, ancak sağlıklı beslenme trendleriyle uyumlu olduğu için ilgi çekebilmektedir. Muz ve bal gibi tanıdık tatlar, bu tatlının Türk mutfağına entegrasyonunu kolaylaştırmaktadır. Reçete öncelikle, avokadoyu soyup çekirdeğini çıkartıldıktan sonra muz soyulur. Ardından, avokado ve muzu mutfak robotunda pürüzsüz hale gelene kadar karıştırılmaktadır. Bu karışıma kakao tozu, bal ve vanilya özünü ekleyip tekrardan iyice karıştırılmaktadır. Hazırlanan karışım buzdolabında soğutulmaktadır. Servis ederken, arzuya göre muz dilimleriyle süslenebilinmektedir (Yemek.com, 2021).

Aşk Reçeli, Hatay'ın Samandağ ilçesinde yetiştirilen acı biberden üretilen reçele "Aşk Reçeli" adı verilmektedir. Samandağ Belediyesinin Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi tarafından üretilen bu reçelin Türkiye genelinde tanıtılması hedeflenmektedir. Kadın Girişimcilerden biri, biberleri yıkayıp ince ince doğradıktan sonra şekerle karıştırarak harika bir lezzet ortaya çıkardıklarını ve hem acı hem tatlı olduğu için adına 'Aşk Reçeli' dediklerini belirtmiştir. Kooperatif Başkanı, 2019 yılında kurulan kooperatifin amacının yöresel ürünleri dünya piyasasına tanıtmak olduğunu belirtmiştir. Samandağ biberinin popülerliği arttıkça biberden reçel yapma fikrinin doğduğunu, denemeler sonucunda en uygun reçeteyi bulduklarını ve çoğunluğunun reçeteyi çok beğendiğini ifade edilmiştir. Reçelin, et yemeklerinde sos olarak da kullanılabileceğini ve herkesin denemesini tavsiye etmektedir. Bu durum kooperatif birçok kadına istihdam sağlarken, kadınlar gıda mühendisliği eşliğinde eğitim almıştır. Hedeflerinin, ilçedeki tüm kadınların üretime katılımını sağlamak olduğunu belirtilmiştir (Anonim, 2024).

Türkiye'nin ve dünyanın dört bir yanından ürün tedarik etmek ve bulmak artık daha kolay hale gelmiştir. Bu sayede gastronomi alanında her gün daha fazla ve daha hızlı gelişilmektedir. Örneğin, acı ve tatlının uyumu, mutfaklarda yeni ve heyecan verici lezzet kombinasyonlarının keşfedilmesine olanak tanımaktadır. Ek olarak, acı biberli çikolata, tatlı ve acının mükemmel bir birleşimi olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, mango chutney gibi tatlı ve baharatlı soslar, yemeklere farklı bir boyut katmaktadır (Petite Gourmets, 2025.) Ayrıca, tuzlu karamel gibi tatlı ve tuzlunun birleşimi de tatlılarda popüler hale gelmiştir. Bu tür yenilikçi reçeteler, gastronomi dünyasında sınırları zorlayarak yeni tat deneyimlerinin kapılarını aralamaktadır (The Magger, 2025).

Dünya mutfaklarından esinlenerek yapılan bu tür kombinasyonlar, yerel mutfaklara da ayrıca ilham vererek, zenginleştirmektedir. Örneğin, Japon mutfağından esinlenen wasabi ve bal karışımı, deniz ürünlerine farklı bir lezzet katmaktadır (Yemek.com, 2025). Aynı şekilde, Hint mutfağından gelen tatlı ve baharatlı chutneyler, et yemeklerine farklı bir tat katmaktadır. Bu çeşitlilik, gastronomi dünyasında sürekli bir yenilik ve gelişim sağlamaktadır.

Acı biber, yemeklere sadece yakıcı bir tat katmakla kalmaz, aynı zamanda kendine özgü aromasıyla da yemeklerin lezzet profilini zenginleştirmektedir. Acı biberi, bal, mango ve avokado gibi gıdalarla birleştirerek yeni lezzet oluşturabilinmektedir. Örneğin, pastaların içinde kullanabileceğiniz gibi, ekşi tatlarla da kombinasyon yapabilinmektedir. Pralin yapımında farklı baharatlar kullanarak çeşitli lezzet kombinasyonları elde edebilinmektedir. Örneğin, tarçın, çikolatanın tatlılığına sıcak ve baharatlı bir aroma katarak özellikle kış aylarında popüler bir seçim oluşturmaktadır. Zencefil, taze veya toz halinde kullanıldığında praline hafif bir baharatlılık ve tazelik katmaktadır. Karanfil, güçlü ve aromatik bir baharat olarak küçük miktarlarda kullanıldığında praline derinlik ve karmaşıklık kazandırmaktadır. Muskat, tatlı ve cevizimsi bir aroma sunarak çikolata ile birleştiğinde sofistike bir tat sağlamaktadır. Kakule, tatlı ve baharatlı lezzetiyle praline egzotik ve hoş bir aroma katarken, vanilya, çikolatanın tatlılığını artıran ve zenginleştiren klasik bir baharattır. Anason ise hafif tatlı ve licorice -meyan kökü- benzeri tadıyla çikolata ile birleştiğinde farklı ve ilginç bir lezzet profili oluşturmaktadır.

Acı biber de pralinlerde kullanılabilecek ilginç bir baharattır. Acı biberin keskinliği, tatlı ile birleştiğinde ağızda hoş bir tat bırakmaktadır. Bu baharatları sadece pralinlerde değil, aynı zamanda çeşitli hamur işleri, kremalar ve ganajlarda da kullanabilinmektedir. Örneğin, tarçın ve muskat, kurabiye ve kek hamurlarına sıcak ve baharatlı bir tat katarken, zencefil ve kakule, kremalara ve ganajlara tazelik ve egzotik bir aroma eklemektedir. Vanilya hem hamur işlerinde hem de kremalarda tatlılığı artıran ve zenginleştiren bir bileşen olarak öne çıkarmaktadır. Anason ve karanfil ise, özellikle tatlı hamur işlerinde ve kremalarda farklı ve ilginç lezzet profilleri oluşturmaktadır. Bu baharatları deneyerek, çeşitli tatlı ve hamur işlerinize farklı tatlar ve aromalar katabilirken, kişiye özel reçeteler de oluşturulabilinmektedir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada kullanılan ana materyaller ve uygulama şekilleri belirtilmiştir.

Fındık: Fındık, pralin reçetelerinde ana bileşen olarak kullanılmıştır. Fındıklar, 180°C'de 5-10 dakika fırında kavrularak reçetelerde kullanıma hazır hale getirilmiştir. Kavrulmuş fındıklar, karamelize edilmiş şekerle birleştirilerek pralinlerin temel yapısını oluşturur. Makale kapsamında kullanılan fındık ürünü, Türkiye'de faaliyet gösteren Tadım markasının ürünlerinden seçilmiştir.

Sıvı Yağ: Sıvı yağ, pralinlerin kıvamını ve akışkanlığını ayarlamak için kullanılmıştır. Reçetelerde kullanılan sıvı yağ miktarı, istenilen kıvama göre ayarlanabilinmketedir.

Alternatif olarak, fındık yağı, badem yağı veya hindistancevizi yağı gibi farklı yağ türleri de kullanılabilir. Makale kapsamında kullanılan bitkisel yağ ürünü, Türkiye'de faaliyet gösteren Yudum markasının ürünlerinden seçilmiştir.

Pudra Şekeri: Pudra şekeri, pralin reçetelerinde karamelize edilerek kullanılmıştır. Orta ateşte bir tavada karamelize edilen pudra şekeri, kavrulmuş fındık, fıstık veya bademle birleştirilerek pralinlerin tatlı ve çıtır yapısını sağlamaktadır. Makale kapsamında kullanılan pudra şekeri ürünü, Türkiye'de faaliyet gösteren Dr. Oetker Türkiye markasının ürünlerinden seçilmiştir.

Acı Biber: Acı biber, pralin reçetelerinde isteğe bağlı olarak kullanılabilir. Acı biber, pralinlere farklı bir lezzet katmak ve tatlı ile acı tatların dengelenmesini sağlamak amacıyla eklenilebilir. Acı biberin miktarı, kişisel tercihlere göre ayarlanabilinmektedir. Makale kapsamında kullanılan pudra şekeri ürünü, Türkiye'de faaliyet gösteren Güzel Ada Gıda markasının ürünlerinden seçilmiştir.

Fındık pralin reçetesi için öncelikle 500 gram fındığı 180°C'de 5-10 dakika fırında pişirilmektedir. Ardından, 200 gram pudra şekerini orta ateşte bir tavada karamelize edilmektedir. Karamelize olan şekere kavrulmuş fındıklar eklenerek, iyice karıştırılmaktadır. Bu karışımı yağlı kâğıt serili bir tepsiye dökülüp soğumaya bırakılmaktadır. Soğuduktan sonra, pralinleri küçük parçalara kırılarak veya mutfak robotunda sıvı yağ ekleyerek çekilmektedir. İsteğe bağlı olarak, 1 çay kaşığı vanilya özütü ekleyebilinmektedir.

Fıstık pralin reçetesi için 200 gram kavrulmuş fıstığı 180°C'de 5-10 dakika fırında pişirilmektedir. 100 gram pudra şekerini orta ateşte bir tavada karamelize edilmektedir. Karamelize olan şekere kavrulmuş fıstıklar eklenerek, iyice karıştırılmaktadır. Karışımı yağlı kâğıt serili bir tepsiye dökülür ve soğumaya bırakılmaktadır. Soğuduktan sonra, pralinleri küçük parçalara kırılarak veya mutfak robotunda sıvı yağ ekleyerek çekilmektedir. İsteğe bağlı olarak, 1 çay kaşığı tuz eklenebilinmektedir.

Badem pralin reçetesi için 200 gram bademi 180°C'de 5-10 dakika fırında pişirilmektedir. 100 gram pudra şekerini orta ateşte bir tavada karamelize edilmektedir ve karamelize olan şekere kavrulmuş bademler eklenerek, iyice karıştırılmaktadır. İyice karıştırdıktan sonra, karışımı yağlı kâğıt serili bir tepsiye dökülüp soğumaya bırakılmaktadır. Soğuduktan sonra, pralinleri küçük parçalara kırılarak veya mutfak robotunda sıvı yağ ekleyerek çekilmektedir. İsteğe bağlı olarak, 1 çay kaşığı tarçın ekleyebilinmektedir.

Pralinlerin tazeliğini ve lezzetini korumak için doğru saklama koşulları oldukça önemlidir. Genellikle, pralinler serin ve kuru bir yerde, hava geçirmez kaplarda saklandığında 2-3 hafta boyunca taze kalmaktadır. Eğer ortam sıcaklığı yüksekse, pralinleri buzdolabında muhafaza etmek iyi bir seçenek olabilmektedir. Ancak, buzdolabından çıkarıldıktan sonra oda sıcaklığına gelene kadar bekletmek gerekmektedir. Daha uzun süreli saklama için pralinleri dondurucuda saklayabilinmektedir. Bu şekilde pralinler 2-3 ay boyunca tazeliğini korumaktadır. Dondurucudan çıkarılan pralinlerin buzdolabında çözülmesini beklemek, lezzet ve dokusunu korumaya yardımcı olmaktadır Bu yöntemlerle pralinler daha uzun süre taze tutulabilinmektedir.

Görsel I ve II'de hazırlanan pralinlerin gramajına uygun acı biber ilavesi yapıldığı görülmektedir.



Görsel I



Görsel II

Pralin reçetelerine eklenen 500 gram için 30 gram acı biber eklenerek krema gibi yumuşak bir tattan sonra hafif aromatik bir acı tat alabilinmektedir. Özellikle tatlı ve baharatlı lezzetlerin dengeli bir şekilde bir araya gelmesini sağlayarak, ağızda hoş bir tat bırakmaktadır. Bu birleşim, tatlıların ve kremaların lezzet profilini zenginleştirir ve farklı bir gastronomik deneyim sunmaktadır. Ayrıca acı oranını, kullanılan biberin acılığına veya kendi damak zevkinize göre ayarlayabilinmektedir.



Görsel III



Görsel IV

Görsel III'te orijinal (acı biber ilavesiz) pralin, Görsel IV'te ise acı biber ilaveli ürün gösterilmektedir.

Bu çalışma kapsamında, fındık, fıstık ve badem kullanılarak pralin reçeteleri geliştirilmiştir. Her bir reçetete, ana bileşenlerin kavrulması ve karamelize edilmiş şekerle birleştirilmesi temel adımlar olarak belirlenmiştir.

Sonuç olarak, her üç reçete de kolayca uygulanabilir ve farklı lezzetli pralinler elde edilmesini sağlamaktadır. Öneri olarak, pralinlerin daha farklı tatlar kazanması için çeşitli aromalar ve baharatlar kullanılabilinmektedir. Örneğin, vanilya özütü, tarçın, kakao tozu veya hindistan cevizi gibi ek malzemelerle pralinlerin lezzeti zenginleştirilebilir. Ayrıca, tuzlu ve tatlı lezzetlerin dengelenmesi için deniz tuzu veya karamelize edilmiş tuz gibi bileşenler eklenebilinmektedir.

Pralinlerin kıvamını ve akışkanlığını ayarlamak için sıvı yağ miktarı isteğe bağlı olarak artırılabilir veya azaltılabilir. Daha yoğun bir kıvam elde etmek için daha az yağ kullanılırken, daha akışkan bir kıvam için daha fazla yağ eklenebilinmektedir. Ayrıca, farklı yağ türleri kullanarak pralinlerin lezzeti ve dokusu üzerinde değişiklikler yapılabilinmektedir. Örneğin, fındık yağı, badem yağı veya hindistancevizi yağı gibi alternatif yağlar kullanılabilinmektedir.

Pralinlerin saklama koşulları da önemlidir. Serin ve kuru bir yerde muhafaza edilerek tazelikleri korunabilir. Pralinlerin uzun süre taze kalması için hava geçirmez kaplarda saklanması önerilmektedir. Ayrıca, pralinlerin buzdolabında saklanması, özellikle sıcak havalarda, erimelerini önleyebilinmektedir.

Sonuç olarak, bu pralin reçeteleri, pratikte uygulanabilir ve kişisel zevklere göre uyarlanabilinmektedir. Reçetelerin esnekliği sayesinde, farklı malzemeler ve aromalar kullanılarak çeşitli pralinler elde edilebilinmektedir. Bu da pralin yapımını hem eğlenceli hem de yaratıcı bir süreç haline getirmektedir.

Pasta

Pralinleri pastaların üzerine serpiştirerek veya iç harcına ekleyerek kullanılabilir. Özellikle çikolatalı veya vanilyalı pastalarda, pralinlerin çıtır dokusu ve lezzeti harika bir kontrast oluşturmaktadır Ayrıca, pastanın kenarlarını pralin parçalarıyla süsleyerek görsel olarak da çekici hale getirebilinmektedir. Pastada kullanılan pralin örneği, Görsel V'te gösterilmektedir.



Görsel V Pastada kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi.

Cupcake

Cupcake'lerin üzerine krema ile pralin parçaları ekleyerek tatlılarınıza ekstra bir lezzet katabilinmektedir. Pralinler, cupcake'lerin hem görünümünü güzelleştirir hem de çıtır bir doku sağlamaktadır.

Fındık, fıstık veya badem pralinleri, özellikle çikolatalı veya vanilyalı cupcake'lerle mükemmel uyum sağlamaktadır. Cupcake için kullanılan pralin örneği, Görsel VI'te gösterilmektedir



Görsel VI Cupcake'lerde kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi.

Dondurma

Dondurma üzerine pralin parçaları ekleyerek farklı bir doku ve tat elde edebilinmektedir. Vanilya, çikolata veya karamel dondurmalarla hoş bir uyum sağlayan pralinler, dondurmanıza ekstra bir çıtırlık ve lezzet katmaktadır Ayrıca, dondurma kaselerinin üzerine pralin serpiştirerek sunum zenginleştirebilinmektedir. Dondurma için kullanılan pralin örneği, Görsel VII'te gösterilmektedir



Görsel VII Dondurmada kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi.

Çikolata

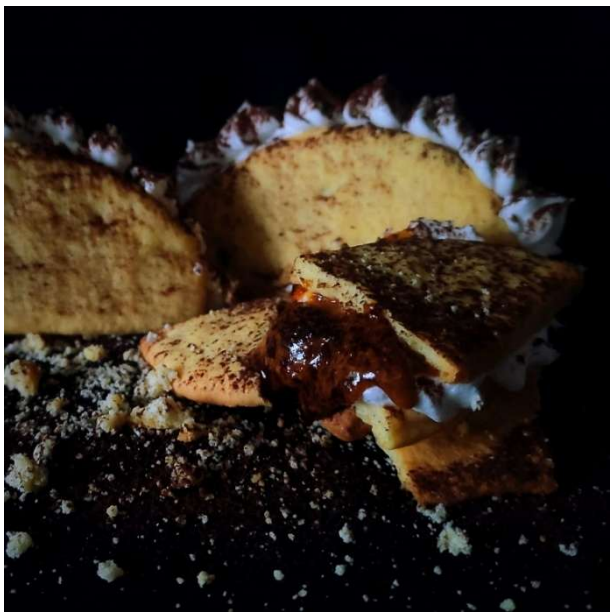
Ev yapımı çikolataların içine veya üzerine pralin ekleyerek lezzetli ve şık şekerlemeler yapılabilir. Çikolata kalıplarına dökülmüş çikolatanın içine pralin parçaları ekleyerek farklı tatlar yaratılabilir. Çikolata için kullanılan pralin örneği, Görsel VIII'te gösterilmektedir.



Görsel VIII Çikolatada kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi.

Tart

Tartların üzerine veya iç harcına pralin ekleyerek tatlılarınıza ekstra bir lezzet katabilinmektedir. Özellikle meyveli tartlarda, pralinlerin çıtır dokusu ve tatlılığı harika bir kontrast oluşturulmaktadır. Pralinleri tart hamuruna karıştırarak da farklı bir lezzet deneyimi yaratabilinmektedir. Tart için kullanılan pralin örneği, Görsel IX'te gösterilmektedir.



Görsel IX Tartta kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi.

Granola

Granola veya müsli karışımlarına pralin ekleyerek kahvaltınızı daha lezzetli ve besleyici hale getirebilinmektedir. Pralinler, granolanın çıtır dokusunu artırırken, ortama tatlı bir lezzet katmaktadır. Yoğurt veya süt ile tüketildiğinde harika bir kahvaltı seçeneği olunmaktadır. Granola için kullanılan pralin örneği, Görsel X'te gösterilmektedir.



Görsel X Granolada kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi

Ekler

Eklerlerin içine veya üzerine pralin ekleyerek tatlılarınıza ekstra bir lezzet katabilinmektedir. Eklerlerin kremalı iç harcına pralin parçaları ekleyerek çıtır bir doku ve zengin bir tat elde edebilinirken ayrıca eklerin üzerine çikolata sosu ile pralin serpiştirerek görsel olarak da çekici hale getirilebilir. Ekler için kullanılan pralin örneği, Görsel XI'te gösterilmektedir.



Görsel XI Eklerin kullanılan pralin örneği. Kaynak: Yazar arşivi

SONUÇ

Gastronomide yenilikçi yaklaşımlar, küreselleşen mutfak anlayışı ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda sürekli evrim geçirmektedir. Bu çalışma kapsamında, acı biberin tatlılarla nasıl uyum sağlayabileceği ve fonksiyonel gıdalarla birleşerek yeni lezzet deneyimleri yaratabileceği incelenmiştir. Modern mutfak teknikleri ve dijitalleşen gastronomi sayesinde, farklı tat profillerinin daha etkin bir şekilde keşfedilmesine olanak sağlandığı ortaya konmuştur.

Fonksiyonel gıdaların gastronomideki rolü ise hem sağlık hem de estetik açıdan değerlendirildiğinde büyük önem taşımaktadır. Probiyotikler, antioksidanlar ve süper gıdalar gibi bileşenlerin besin değerini artırması, yenilikçi reçetelerin yalnızca lezzet değil, aynı zamanda sağlıklı yaşam anlayışını da desteklediğini kanıtlamaktadır. Çalışmanın sonuçları, gelecekte gastronominin disiplinler arası bir yapıya daha fazla entegre olacağını ve farklı kültürlerden ilham alan tat kombinasyonlarının daha yaygın hale geleceğini göstermektedir.

Son olarak, pralin reçeteleri ve sunum teknikleri gastronominin hem deneysel hem de sanatsal yönlerini vurgulamakta olup, tatlı dünyasına yaratıcı dokunuşlar katmaktadır. Bu makalede sunulan fotoğraflar, verilen reçetelere görsel kanıt oluşturarak, net ve anlaşılabilir bir rehber sunmaktadır. Bu çalışma, pralin yapımının inceliklerini ve diğer ürünlerle olan uyumunu vurgulayarak, tatlı dünyasına yeni bir bakış açısı kazandırmayı amaçlamaktadır. Önerilen bu reçete ve görsellerin, uygulama alanlarında yaratıcı denemeler yapılmasına öncü olması hedeflenmektedir.

KAYNAKÇA

Akçadağ, M. & Bozkurt, T. A. Fast-Food Ürünlerinin Tercih Edilme Nedenlerinin Tespiti: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Journal Of Life Economics, 6(4), 449-462.

Akdağ, G., Akgündüz, Y., Güler, O. ve Benli, S. (2015). "Bir Seyahat Motivasyon Aracı Olarak Gastronomi: Hatay'ı Ziyaret Eden Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları, Yiyecek-İçecek Deneyimleri ve Seyahat Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma". 1. Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs 2015, Konya/Türkiye, Vol. 3, ss. 448-464.

Alzuhairi, S., & Doğan, M. (2021). Fonksiyonel Gıdaların Gastronomideki Önemi. ART/icle: Sanat ve Tasarım Dergisi, 1(2), 249-267.

Anonim (2024). "Samandağ biberi 'Aşk Reçeli' oldu." Habertürk. Erişim tarihi: 23 Aralık 2024, URL: https://www.haberturk.com/htgastro/lezzetli-hatlar/samandag-biberi-ask-receli-oldu-2884562.

Anonymous 2004. Position of the American Dietetic Association: Functional Foods. J Am Diet Assoc, 104:814-822.

Astarlı Ö (2008). Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi 1. ve 5. Sınıf Öğrencilerinde Beslenme Bilgi Düzeylerinin ve Beslenme Alışkanlıklarının Değerlendirilmesi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Baysal, A., "Beslenme", V. Baskı, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, A/61, Ankara (1990).

Bozok, D. ve Yalın, G. (2018). Gastronomide yeni trend: siyah yiyecekler. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(1), 251-261

"California Roll: The Sushi Revolution," Sushi Encyclopedia, 2023.

Can, A., Sünnetçioğlu, S., & Durlu-Özkaya, F. (2012). Füzyon mutfağı uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. 13. Ulusal Turizm Kongresi, 6-9.

Cömert, M. ve Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Türk Mutfağının Önemi. Journal of Tourismand Gastronomy Studies 2 (2), 62-66.

Çağlar, N., & Özaltın, F. N. (2013). Geleneksel Tatların Yöresel Tatlarla Buluşmasına Bir Örnek "Gül Sarması". Akdeniz Sanat, 6(11).

Delish Knowledge. "Fresh Mango Salsa Recipe." Delish Knowledge. https://www-delishknowledge-com.translate.goog/fresh-mango-salsa-recipe/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=tc, erişim tarihi: 20 Aralık 2024.

"Falafel: A Middle Eastern Delight," Vegetarian Times, 2022.

Göde, G., Kayaardı, S., Uyarcan, M., & Söbeli, C. (2021). Tarihin gelişim sürecinde Türk yemek kültürü ve beslenme alışkanlıklarının değişimi. Food and Health, 7(3), 216-226. https://doi.org/10.3153/FH21023

Green Restaurant Association. http://www.dinegreen.com/ (18. 01. 2019).

Güner, D. (2022). Astronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: Dijital gastronomi.

Güzel Ada Gıda. (2025). *Ürün Bilgisi ve Kalite Standartları*. https://www.guzeladagida.com

İlban, M. O., Güleç, E., Çolakoğlu, F., & Karabıyık, Ş. N. (2021). Türkistan'dan Günümüze Türk Mutfak Kültürünün Gelişimi: Geleneksel Türk Mutfağının Günümüz Yeme-İçme Alışkanlıklarındaki Yeri. Türk Dünyası Araştırmaları, 127(251), 269-288.

Kahraman, C., Güneş, İ., & Kahraman, N. (2017). 1989 göçü sonrası Bulgaristan göçmenlerinin yemek kültüründeki değişim. Göç Dergisi, 4(2), 227-245.

Karabudak, E. (2012). Vejetaryen beslenmesi. Ankara: Sağlık Bakanlığı.

KAYA, S., ERCAN, M. O., & ERDOĞAN, T. (2024). Füzyon Mutfak Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2024(3), 540-560. DOI: 10.17494/ogusbd.1428227.

Kliger, H. (2024). The surprising history of Pad Thai. *Smithsonian Magazine*. https://www.smithsonianmag.com/travel/the-surprising-history-of-pad-thai-180984625/

Kotilainen, L., Rajalahti, R., Ragasa, C., & Pehu, E. (2006). Health Enhancing Foods; Opportunities for Strengthening the Sector in Developing Countries. Agriculture and Rural Development Discussion Paper 30.

Kralj, M. B., Podra?ka, M., Krawczyk, B., Mıkuš, R. P., Jarni, K., & Trebše, P. (2017). "Raw food" diet: The effect of maximal temperature (46±1°C) on aflatoxin B1 and oxalate contents in food. Journal of Food & Nutrition Research, 56(3).

Love and Lemons. "Easy Mango Salsa Recipe." Love and Lemons. https://www-loveandlemons-com.translate.goog/mango-salsa/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=tc, erişim tarihi: 20 Aralık 2024.

Meydanlıoğlu, A, Ergün A (2013). Hemşire Liderli "Sağlık için Beslenme ve Fiziksel aktivite Programı'nın Çocukların Beslenme ve Fiziksel Aktivite Düzeylerine Etkisi, 16. Halk Sağlığı Kongresi, Akdeniz Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Antalya

Onur, N. ve Onur F. (2016). Chapter 37: Potential of Gastronomy Tourism within Culture Tourism and Developing. Global Issues and Trends in Tourism, (Editors: Cevdet Avcıkurt, Mihaela S. Dinu, Necdet Hacıoğlu, Recep Efe, Abdullah Soykan, Nuray Tetik), St. Kliment Ohridski University Press.

"Pad Thai: Thailand's Signature Dish," Asian Cuisine Journal, 2023.

Petite Gourmets. (2025). Hint Turşusu (Mango Chutney Sos). Erişim adresi: https://www.petitegourmets.com/tr/yemek-reçeteleri/hint-tursusu-mango-chutney-sos

Pietrykowski, B. (2004). you are what you eat: The social economy of the slow food movement. Review of Social Economy, 12(3), 307-321.

Sarıoğlan, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis). International Journal on New Trends in Education and Their Implications, 5(3), 64-70.

Sever, G.N., Özkan Buzlu, M. ve Yıldız, G. (2016). Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4/Special issue1. (2016). ss. 116-138.

Sevinç, F., & Çakmak, T. F. (2017, September). Tüketim Kültüründe Çiğ Beslenme ve Yaşayan Besinler. In International West Asia Congress Of Tourism (IWACT'17) The Book Of Full-Text (p. 147).

Spence, J.T. (2006). Challenges related to the composition of functional foods. Journal of Food Composition and Analysis, 19, S4-S6.

Şahin, M., & Mankan, E. (2021). Gastronomide trendler: Restoranlarda yerel ürün kullanımı, yenilikçi ve hikâyesi olan yemekler yaratma. International Journal of Arts & Social Studies (ASSTUDIES), 4(7), 1-15. ISSN: 2667-436X.

Tadım Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (2025). *Fındık Ürünleri ve Kalite Standartları*. https://www.tadim.com.tr

"Tacos: From Mexico to the World," Food Culture Magazine, 2023.

Teng, Y. M. & Wu, K. S. (2019). Sustainability development in hospitality: The effect of perceived value on customers? green restaurant behavioral intention. Sustainability, 11(7), 1987.

"The Global Journey of Pizza," Culinary Travels, 2022.

"The Journey of Döner Kebab in Germany," Culinary Travels, 2022.

The Magger. (2025). Tuzlu Karamel Reçetei. Erişim adresi: https://www.themagger.com/tuzlu-karamel-reçetei/

TURAN, H., BAŞARAN, G., AYDUĞ, İ., BAYESEN, D., & SÜNNETÇİOĞLU, S. (2023). Mutfak Şeflerinin Füzyon Mutfağa Yönelik Görüşleri ve Çanakkale İline Ait Yöresel Gıdalar ile Füzyon Mutfak Önerileri (Views of Kitchen Chiefs About Fusion Kitchen and Fusion Kitchen Suggestions With Local Food of Çanakkale). Dergi Ana Sayfası: https://dergipark.org.tr/tr/pub/ahbvtfd, ISSN: 2687-1912, DOI: 10.34189/tfd.23.02.006.

Wikipedia, (2024). Chilli sos. Vikipedi, Özgür Ansiklopedi. Erişim tarihi: 20 Aralık 2024. https://tr.wikipedia.org/wiki/Chilli_sos#cite_note-2

Wolke, (2004). Einstein Aşçısına Ne Dedi? İstanbul: Epsilon Yayınları.

Yemek.com (2021). Avokadolu Puding Reçetei. Erişim adresi: https://yemek.com/reçete/avokadolu-puding/

Yemek.com. (2025). Hint Yemekleri. Erişim adresi: https://yemek.com/hint-yemekleri/

Yemek.com. (2025). Japon Yemekleri. Erişim adresi: https://yemek.com/japon-yemekleri/

Yerlikaya, O., Meriç, Ş., Gücer, L., Akan, E., Kınık, Ö. (2016). Fonksiyonel gıdaların insan sağlığı açısından yeni bir bakış: fonksiyonel gıda bileşenlerinin oluşturabileceği riskler. Türkiye 12. Gıda Kongresi, 5-7 Ekim 2016, Edirne, 471.

Yıldırım, H., & Yıldırım, Y. (2023). Digital gastronomy and the tables of future. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(15), 1-14. ISSN 2651-3943, e-ISSN 2757-8941.

Yudum Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. (2025). *Bitkisel Yağ Ürünleri ve Kalite Standartları*. https://www.yudum.com.tr

Dr. Oetker Türkiye. (2025). *Pudra Şekeri https://www.droetker.com.tr/*

PEYNİR ŞEKERİNİN YÖRESEL ÜRÜN OLARAK KONYA KÜLTÜRÜNDEKİ YERİ VE GASTRONOMİK POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

Doç.Dr. Gülçin ALGAN ÖZKÖK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü,
ORCID: 0000-0001-6487-707X

Ramazan GÜN
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
ORCID: 0009-0004-8182-0189

ÖZET
Dünya genelinde hızla artan turizm hareketleri, turistlerin ilgi alanlarını ve seyahat tercihlerini değiştirmiş, bu doğrultuda yeni turizm türlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Son yıllarda giderek daha fazla önem kazanan bu turizm türlerinden biri de gastronomi turizmidir. Yerel lezzetleri keşfetmek isteyen turistlerin sayısındaki artış hem yeni gastronomik ürünlerin geliştirilmesine hem de mevcut yöresel tatların daha fazla ön plana çıkmasına katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, destinasyonların kendilerine özgü gastronomik kimlikleri, o bölgenin kültürel mirasını yansıtan önemli unsurlar haline gelmiş ve turistik çekiciliği artıran bir faktör olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve farklı kültürleri bünyesinde barındırmış olan Konya, zengin mutfak kültürü ile dikkat çeken şehirlerden biridir. Bölgenin sahip olduğu kültürel çeşitlilik, mutfağına da yansımış ve çeşitli yöresel lezzetlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu lezzetlerden biri olan Konya Peynir Şekeri hem tarihi geçmişi hem de özgün üretim süreci ile dikkat çekmektedir. Bu çalışma, Peynir Şekerinin Konya iline özgü bir yöresel ürün olarak kültürel ve gastronomik önemini incelemektedir. Çalışma, Peynir Şekerinin üretim süreci ve malzeme kullanımı üzerinde durarak, bu tatlının gastronomik değerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca, Peynir şekerinin sadece bir tatlı olarak tüketilmekle kalmayıp, aynı zamanda Konya'nın kültürel dokusunu yansıtan bir öğe olduğu, çeşitli sosyal ve dini ritüellerde yer aldığı ve vurgulanmaktadır. Bunun yanı sıra, Peynir Şekerinin taşıdığı kültürel anlamlar ve bölgesel ekonomiye olan katkıları da ele alınmaktadır. Yöredeki şekerleme üreticileri için bir geçim kaynağı olmasının yanı sıra, şehrin gastronomi turizmine katkı sağladığı, Konya'nın tanıtımında rol oynadığı ve yerel mutfak kültürünü daha geniş kitlelere ulaştırmada önemli bir araç olduğu da belirtilmektedir. Sonuç olarak, Peynir Şekerinin sadece tatlı bir lezzet olmanın ötesinde, Konya'nın kültürel mirasını yaşatan, ekonomik kalkınmaya destek olan ve gastronomik potansiyeli yüksek bir ürün olduğu vurgulanmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Peynir Şekeri, Konya, Coğrafi İşaret, Yöresel Ürün.

THE PLACE OF PEYNİR CANDY AS A LOCAL PRODUCT IN KONYA CULTURE AND ITS GASTRONOMIC POTENTIAL

ABSTRACT
The rapidly increasing tourism movements around the world have changed tourists' interests and travel preferences, paving the way for the emergence of new types of tourism. One of these types, which has gained significant importance in recent years, is gastronomy tourism.

The growing number of tourists seeking to discover local flavors has contributed both to the development of new gastronomic products and to the increased prominence of existing regional tastes. In this context, the unique gastronomic identities of destinations have become important elements that reflect the cultural heritage of a region and are now regarded as factors that enhance touristic appeal. Konya, which has hosted many civilizations throughout history and embraced various cultures, is one of the cities that stands out with its rich culinary heritage. The cultural diversity of the region is reflected in its cuisine, leading to the emergence of various local delicacies. One of these delicacies, Konya Peynir Candy, attracts attention with both its historical background and its unique production process. This study examines the cultural and gastronomic significance of Peynir Candy as a regional product specific to the city of Konya. By focusing on its production process and the ingredients used, the study aims to highlight the gastronomic value of this dessert. Furthermore, it emphasizes that Peynir Candy is not only consumed as a sweet treat but also serves as a cultural element reflecting Konya's heritage, playing a role in various social and religious rituals. In addition, the cultural meanings carried by Peynir Candy and its contributions to the regional economy are discussed. Beyond being a source of livelihood for local confectionery producers, it contributes to the city's gastronomy tourism, plays a role in promoting Konya, and serves as an important tool for introducing the local culinary culture to wider audiences. In conclusion, Peynir Candy is emphasized not merely as a sweet delicacy but as a product that preserves Konya’s cultural heritage, supports economic development, and possesses high gastronomic potential.
Keywords: Peynir Candy, Konya, Geographical Indication, Local Product

1. GİRİŞ

İlk çağlardan bu yana, beslenme, yaşamın temel gereksinimlerinden biri olarak insanın enerji ihtiyacını karşılamada en önemli eylemlerden biri olmuştur. Başlangıçta yalnızca açlığı gidermeye yönelik fizyolojik bir gereksinim olarak görülen yeme-içme, zamanla daha kompleks bir hale gelerek kültürel bir boyut kazanmıştır (Montanari, 2006). Toplumların kendilerine özgü mutfak kültürleri ve beslenme alışkanlıkları, yaşadıkları bölgenin coğrafi koşulları, yiyecek ve içecek kültürü, bitki ve hayvan çeşitliliği, inanç sistemleri ve ekonomik yapıları doğrultusunda şekillenmektedir (Kiple & Ornelas, 2000). Bu nedenle gastronomiyi yalnızca bir yemek kültürü veya sanat dalı olarak değerlendirmek eksik bir bakış açısı olacaktır. Günümüzde gastronomi, yalnızca bireylerin beslenme alışkanlıklarını değil, aynı zamanda turizm sektöründe önemli bir pazarlama unsuru olarak rekabet avantajı sağlamayı ve ekonomik kalkınmayı desteklemeyi de içeren geniş bir etki alanına sahiptir (Akgöz, 2021). Bu bağlamda, gastronomi alanında önemli bir yere sahip olan yöresel ürünler, bir bölgenin yetiştirdiği tarım ürünleriyle birlikte o bölgedeki kültürel mirasın yansımasıdır. Zamanla gelenek haline gelen bu ürünler, özellikle bayram, düğün ve özel günlerde daha fazla ön plana çıkmaktadır. Yöresel ürünlerin büyük bir kısmı, geçmişte yaşanmış tarihi olaylar veya kültürel birikimlerle doğrudan ilişkili olduğu için, diğer ürünlere kıyasla daha özel bir konumda değerlendirilmektedir (Büyükşalvarcı vd., 2016).

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Konya, bu zengin kültürel birikimin izlerini günümüze kadar taşıyan önemli şehirlerden biridir. Selçuklu Devleti, Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti’nin etkisiyle şekillenen Konya mutfağı, geçmişten gelen lezzetleri günümüz Türk mutfak kültürünün temel taşlarından biri haline getirmiştir. Konya’nın yemek kültürü, sahip olduğu köklü miras sayesinde gastronomi turizmi açısından da büyük bir değer taşımaktadır (Karaman vd., 2021).

Sonuç olarak, gastronomi yalnızca yemek ve beslenme alışkanlıklarından ibaret olmayıp, kültürel mirasın korunması, turizmde rekabet avantajı sağlanması ve ekonomik kalkınmanın desteklenmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Özellikle Konya gibi tarihî ve kültürel zenginliği yüksek olan şehirlerde, yöresel ürünler ve mutfak kültürü, turizm potansiyelini artırarak hem yerel hem de uluslararası alanda tanınırlık kazanmaktadır. Bu nedenle coğrafi işaretleme gibi yöntemlerle bu değerlerin korunması, sürdürülebilir bir gastronomi turizminin oluşturulmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmanın odak noktası olan Konya Peynir Şekeri, Konya'nın en önemli yöresel ürünleri arasında yer almakta ve şehrin kültürel kimliğiyle özdeşleşmiş önemli bir tatlı olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, bu özgün tatlının tarihsel süreci, sahip olduğu coğrafi işaret tescili, turistik bir ürün olarak taşıdığı potansiyel ve yöresel gastronomi içindeki yeri kapsamlı bir şekilde ele alınarak incelenmiştir. Peynir Şekerinin tarihsel kökenleri, üretim süreci ve tüketim alışkanlıkları bağlamında değerlendirilmesi, Konya mutfağının ve kültürel mirasının tanıtımı açısından da büyük önem taşımaktadır.

2. PEYNİR ŞEKERİ

Çalışmanın bu bölümünde, Konya Peynir Şekerinin tarihi, üretim metodu ve coğrafi işaret tescili detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, Peynir Şekerinin yöresel bir ürün olarak taşıdığı kültürel önemi ve bu ürünün, yerel ekonomiye ve turizme olan katkısı üzerinde durulmuştur. Peynir Şekerinin coğrafi işaret tescili ile elde ettiği korunma ve tanınma süreci de incelenmiş olup, bu sürecin ürünün kalitesini ve pazardaki değerini nasıl artırdığı açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca, Peynir Şekerinin özgün üretim yöntemlerinin başka ürünlere ilham vererek, bölgedeki yeni yöresel ürünlerin gelişimine nasıl katkı sağlayabileceği üzerine de bilgiler sunulmuştur. Peynir Şekeri örneği üzerinden yapılabilecek yenilikçi üretim önerileri ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlama yolları tartışılmıştır.



Fotoğraf 1. Konya Peynir Şekeri

2.1. Peynir Şekerinin Tarihi

Türklerin şekercilikle olan geçmişi, Anadolu'ya göç etmelerinden çok daha öncesine dayanmaktadır. Göçebe yaşam tarzına rağmen, şekerleme ve tatlı üretimine dair bilgilerinin olduğu, levha benzeri tatlılar yaptıkları bilinmektedir. Özellikle M.S. 750'li yıllarda Mısır'da şeker kamışından üretilen tatlıların varlığı, Orta Doğu'da bu kültürün oldukça eskiye dayandığını ve Türklerin de bu tatlı geleneğinden etkilendiğini göstermektedir.

Şekerciliğin bir meslek olarak varlığı, Selçuklu Devleti ve Osmanlı İmparatorluğu dönemlerinde daha da belirgin hale gelmiş, Ahi teşkilatları ve ardından Lonca sistemine dahil edilen şekerci esnafı, ekonominin önemli bir parçası olmuştur (Güvemli, 2018). Bu meslek grubunun, devlet tarafından değer gördüğüne dair önemli göstergelerden biri de şehzadelerin sünnet düğünlerinde düzenlenen alaylarda şekerci esnafına özel bir yer verilmesi olmuştur. Bu durum, şekerciliğin sadece ticari bir faaliyet olmaktan öte, kültürel ve toplumsal açıdan da prestijli bir meslek olarak kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Osmanlı mutfağında ise şekerleme kültürü büyük bir önem taşımış, özellikle saray mutfağında pek çok farklı tatlı çeşidi üretilmiştir. Osmanlı'dan miras kalan bu tatlı yapımı geleneği, zaman içinde Anadolu'nun çeşitli bölgelerine yayılmış ve her yörenin kendine özgü lezzetleri ortaya çıkmıştır (Gürbüz, 2018). Türkiye'de modern şekerciliğin kökenlerinin 14. ve 15. yüzyıllara kadar uzandığı düşünülmektedir. Osmanlılar, o dönemde hem yaz hem de kış aylarında bolca tükettikleri taze meyveleri yalnızca günlük beslenmelerinde değil, tatlı ve şekerleme yapımında da değerlendirmişlerdir. Özellikle öğün aralarında meyve yeme alışkanlığı, zamanla tatlıcılık ve şekercilik alanında farklı lezzetlerin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir. Osmanlı mutfağında şekerleme kültürü, saraydan halk sofralarına kadar geniş bir alanda kendine yer bulmuş, meyve ve şekerin ustaca birleştirilmesiyle özgün tatlar ortaya çıkmıştır (Özlü, 2011).

Bu tatlılardan biri de Konya'ya özgü olan Peynir şekeridir. Peynir Şekeri, halk arasında Mevlâna Şekeri olarak da adlandırılmaktadır. Parlak beyaz rengiyle dikkat çeken bu geleneksel tatlının kökeni 1950'lere kadar uzanmaktadır. Özellikle Konya'da yoğun bir şekilde üretilen Peynir Şekeri, geçmişte farklı tüketim alışkanlıklarına sahipti. Cenaze evine taziyeye gelen misafirlere ikram edilirken, aynı zamanda küçük parçalara ayrılıp dürüm şeklinde de yenilmekteydi (Mizan Şekerleme, 2025). Osmanlı döneminden günümüze kadar ulaşan bu geleneksel tatlı, Konya'nın ticaret ve kültür merkezi olmasının da etkisiyle yaygınlaşmış ve bölgeyi ziyaret edenler için vazgeçilmez bir lezzet haline gelmiştir. Sert ve pürüzsüz yapısıyla diğer şekerleme türlerinden ayrılan Peynir şekeri, zaman içerisinde farklı renk ve aromalarla üretilerek çeşitlendirilmiştir. Günümüzde de hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çeken Peynir şekeri, Konya'nın yöresel mutfağının en bilinen tatlılarından biri olarak varlığını sürdürmektedir.

2.2. Peynir Şekerinin Üretimi

Konya Peynir Şekerinin üretim metoduna dair bilgiler, 414 numaralı coğrafi işaret başvuru dosyasında şu şekilde sunulmaktadır (TÜRKPATENT, 2025):

Konya Peynir Şekeri üretiminde temel bileşenler olarak granüle toz şeker, su, sitrik asit, bergamot aroması gibi doğal aroma vericiler ve doğal renklendiriciler kullanılmaktadır. Bu hammaddelerin karışım oranları; granüle toz şeker için %94, su için %5,88, sitrik asit için %0,09 ve bergamot aroması için %0,03 olarak belirlenmiştir. Kullanılacak şekerin, Türk Gıda Kodeksi Şeker Tebliği'ne uygun olması, yani en az 99,7° Z polarizasyon değerine sahip, rafine edilmiş ve kristalize edilmiş beyaz şeker olması gerekmektedir. Üretim sürecinde tatlandırıcılar ile glukoz ve fruktoz şuruplarının kullanılmasına izin verilmemektedir.

Hammadde karışımı (şeker, su, sitrik asit) bakır kazanlarda sürekli karıştırılarak 140°C sıcaklığa kadar ısıtılır. Karışım, ağda kıvamına ulaştığında soğutma taşlarına (tezgâhlara) dökülerek yaklaşık 10 dakika boyunca soğumaya bırakılır. Bu sürecin sonunda hafif sıcak ve sarı renkte olan karışım, beyazlatma işlemi için ağartma ünitesine alınır. Bu aşamada, hava püskürten bir sistemle çalışan ağartma cihazı sayesinde karışım 10 dakika süreyle işleme tabi tutulur.

Böylece ürünün hacmi artarken, istenilen köpük beyazlığına ulaşması sağlanır. Ağartma işleminin sonuna doğru karışıma doğal aroma vericiler ve doğal renklendiriciler eklenmektedir.
Sade (beyaz) Konya Peynir Şekeri üretiminde renklendirici kullanılmazken, yalnızca bergamot aroması ilavesi yapılır. Kakaolu çeşitlerde ise hem renklendirici hem de vanilin aroması kullanılır. Diğer aromalı çeşitlerde; ürünün türüne göre değişen doğal benzeri aromalar (limon, portakal, muz, kivi, çilek vb.) ve uygun renklendiriciler ilave edilir. Bu işlemleri takiben şekil verme aşamasına geçilir.
Şeker hamuru, şekillendirme makineleri ve ustaların el becerisiyle birlikte rulo haline getirilir. Elde edilen rulolar, şekerin boyutuna göre belirlenmiş iki farklı kalıpta (küçük ve büyük) kesilerek son şeklini alır. Şekillendirilmiş şekerler, taşıyıcı bir bant yardımıyla hava püskürten bir tabla üzerine alınır. Bu tablalar sayesinde birbirine yapışmış olabilecek ürünler ayrıştırılır. Konya Peynir Şekeri'nin karakteristik özelliği olan ağızda dağılma kabiliyetini kazanabilmesi amacıyla, kesilmiş şekerlerin üzerine su püskürtülür; ardından temiz bezle örtülerek bir gün boyunca dinlenmeye bırakılır.
Üretim sürecinin en kritik aşamalarından biri olan dinlendirme safhasında, ürün üzerine su spreyle uygulanarak peynirimsi bir kıvam elde edilmesi sağlanır. Bu süreç, şekerin nihai yapısının oluşmasında belirleyici rol oynar ve ustalık gerektirir. Bu aşamanın tamamlanmasının ardından Konya Peynir Şekerleri ambalajlanarak tüketime sunulur.
Şekerleme üretim süreci, çeşitli aşamalardan oluşan dikkatli ve kontrollü bir işlem dizisini içermektedir. İlk olarak, su, şeker ve sitrik asit bileşenleri, geleneksel olarak kullanılan bakır kazanlarda yaklaşık 140°C'ye kadar ısıtılarak ağda kıvamına getirilir ve elde edilen yoğun karışım, soğutma tezgâhına aktarılır. Bu başlangıç aşamasını takiben, sarı renkli karışım, hava püskürten özel makineler aracılığıyla ağartma işlemine tabi tutulur; bu sayede hem hacim artışı sağlanır hem de ürün, karakteristik köpük beyazlığına ulaşır. Ağartma sonrası aşamada, üretilecek şekerin türüne bağlı olarak doğal ya da doğala özdeş aroma ve renklendirici maddeler karışıma ilave edilir. Özellikle sade türlerde yalnızca bergamot aroması tercih edilmektedir. Ardından şekil verme süreci gerçekleştirilir; şeker kütlesi rulo haline getirilerek büyük ya da küçük boyutlu kalıplarda kesilir ve istenilen forma getirilir. Şekillendirilen şekerler, hava püskürten tablalara alınarak soğutulmakta ve üzerine su serpilip bezle örtülerek yaklaşık bir gün süreyle dinlendirilmekte, böylece ürüne kendine özgü peynirimsi kıvam kazandırılmaktadır. Son aşamada ise, dinlendirme süreci tamamlanan şekerler, hijyenik koşullarda uygun ambalajlarla paketlenerek satışa hazır hâle getirilir. Bu üretim zinciri, ürün kalitesinin ve raf ömrünün korunması açısından son derece önem arz etmektedir. Bu nedenle, Peynir şekeri yapımı, sadece teknik bilgi gerektiren bir süreç değil, aynı zamanda deneyim ve beceri isteyen bir zanaattır. Geleneksel yöntemlerle hazırlanan Peynir şekeri, sadece Konya mutfağının değil, Türk tatlı kültürünün de önemli bir parçası haline gelmiştir.

2.3. Coğrafi İşaret Olarak Peynir Şekeri

Coğrafi işaretler, kırsal bölgeler ve gelişmemiş alanlar için yerel kalkınmayı destekleme, bir bölgenin turizm olanaklarını artırma, bölgesel göçü önleme ve mevcut turistik destinasyonların çekiciliğini güçlendirme açısından önemli bir işlev üstlenmektedir (Yağmur & Kardeş, 2023). Köklü bir mutfak kültürüne sahip destinasyonlar, yerel gastronomik ürünlerini ulusal ve uluslararası arenada tanıtmak ve koruma altına almak amacıyla coğrafi işaretleme sisteminden yararlanmaktadır. Yöresine özgü ve benzerlerinden farklı özelliklere sahip ürünler, coğrafi işaret alarak tescillenmekte ve bu sayede hem geleneksel üretim yöntemleri korunmakta hem de ürünlerin bilinirliği artırılmaktadır (Algan Özkök, 2022).

Coğrafi işaretler, "mahreç işareti" ve "menşe adı" olmak üzere iki kategoriye ayrılmakta olup, bu sistem ürünlerin kökenini ve kalite standartlarını güvence altına almaktadır. Menşe adı, bir ürünün belirli bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanması, temel özelliklerini o bölgeye özgü doğal ve beşerî faktörlerden alması ve üretim, işleme gibi tüm aşamalarının tamamen bu coğrafi sınırlar içinde gerçekleşmesi durumunda kullanılmaktadır. Mahreç işareti ise bir ürünün belirli bir bölgeyle coğrafi bağlantısının bulunması, ünü veya karakteristik özellikleriyle bu bölgeyle özdeşleşmesi ve üretim, işleme ya da diğer süreçlerinden en az birinin bu bölgede gerçekleştirilmesi durumunda verilmektedir (Giray vd., 2012).

Yöresel ürünlerin piyasada daha fazla değer kazanmasıyla, bu ürünlerin ön plana çıkacağı öngörülmektedir. Coğrafi işaret tesciline sahip yöresel ürünler, tüketiciler için daha cazip hale gelirken, turistik destinasyonlarda da ilgi odağı olabilmektedir. Turistler için geleneksel yöntemlerle üretilen ürünleri deneyimlemek önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bu doğrultuda, coğrafi işaretler, ilgili ürünlerin pazardaki tanınırlığını ve popülerliğini artırarak, farklı destinasyonlar ve turizm türleri keşfetmek isteyen turistleri yönlendirmekte ve turizm ekonomisinde canlılık yaratmada önemli bir rol oynamaktadır (Gülçubuk vd., 2010).

Peynir şekeri, Konya Ticaret Odası tarafından 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında 02.01.2014 tarihinden itibaren korunmak üzere 11.02.2019 tarihinde ‘Konya Peynir Şekeri’ ismi ile tescil edilmiştir. Konya Peynir Şekerinin tanımı ve ayırt edici özelliklerine dair bilgiler, 414 numaralı coğrafi işaret başvuru dosyasında şu şekilde sunulmaktadır (TÜRKPATENT, 2025):

Konya Peynir Şekeri, sert şekerleme sınıfında yer almakla birlikte ağızda kolayca dağılan, benzerlerine göre daha iri yapılı, düzgün yüzeyli ve genellikle beyaz renkte olan; ancak aroma içeriğine bağlı olarak renkli çeşitleri de bulunan hafif sertlikte bir üründür. Tüketildiğinde dişlerde kısa süreli kamaşma hissi uyandıran bu geleneksel şekerleme, geçmişte Konya halkı tarafından "ölü şekeri" olarak adlandırılmış ve cenaze evine taziye amacıyla gelen misafirlere ikram edilmiştir. Ayrıca günlük tüketimde, taze yufka içerisine kırılarak eşit şekilde serpilip dürüm hâline getirilerek öğün olarak da kullanılmıştır; ancak bu tüketim alışkanlığı günümüzde büyük ölçüde ortadan kalkmıştır. Buna karşılık, Aralık ayında düzenlenen Mevlâna’yı anma törenlerinde ve yaz aylarında artan turist hareketliliğiyle birlikte ürünün üretim ve tüketiminde belirgin bir artış yaşanmaktadır. 1950’li yıllarda Konya’da üretimine başlanan bu şekerleme, zamanla hem yerel hem de ulusal ölçekte tanınırlık kazanmıştır. Konya Peynir Şekeri'nin en az %94 oranında şeker içermesi ve üretiminde glukoz şurubunun kesinlikle kullanılmaması gerekmektedir. Ürünü benzerlerinden ayıran temel özelliklerden biri, üretim sırasında uygulanan ağartma tekniğidir. Bu işlemle ürünün içerisine hava katılarak hacimsel genişleme sağlanmakta, sonrasında rulo formuna getirilen şekerleme kesilerek dinlendirme aşamasına alınmaktadır. Bu süreçte, ürün üzerine su püskürtülmekte ve böylece şekerin kendine özgü “peynirleşmiş” yapısı oluşarak ağızda dağılabilirlik özelliği kazandırılmaktadır. Ustalık gerektiren bu aşama, ürünün kıvamını belirleyen en kritik evre olup, üretim tekniğine uygunluk sağlanmadığı durumlarda kristalleşme ve yapışkanlık gibi yapısal sorunlar kısa sürede ortaya çıkabilmektedir.

Peynir Şekerinin coğrafi işaret tescili, yalnızca ürünün yerel ekonomiye olan katkısını artırmakla kalmayarak, aynı zamanda bölgenin kültürel mirasını da korumakta ve yaşatmaktadır. Bu tescil, Peynir Şekerinin özgün üretim yöntemlerinin ve benzersiz tatlarının tanınmasını sağlar ve böylece, geleneksel üretim süreçlerinin devam etmesine yardımcı olur. Ayrıca, coğrafi işaret tescili, ürünü tercih eden tüketicilere ürünün kaynağı, özellikleri ve üretim süreçleri hakkında güvence sunarak ürünün kalitesini garanti eder ve tüketicilerin güvenle alışveriş yapmalarını sağlar.

Aynı zamanda, Peynir Şekerinin ününü ve pazar payını artırarak, bölgedeki diğer üreticiler için de fırsatlar yaratır. Tüm bunlar hem yerel halkın hem de bölgedeki turizmin gelişmesine katkıda bulunur, bölgesel kalkınmayı teşvik eder.

2.4. Peynir Şekerinin Yerel Ekonomiye Katkıları

Son yıllarda gerçekleştirilen birçok araştırma, turistlerin seyahat ettikleri bölgelerde yeme içme deneyimlerini önemli bir unsur olarak gördüğünü ve bir kültürü gerçekten anlamanın o kültüre ait yemekleri tatmadan mümkün olmadığını ortaya koymaktadır. Gastronomi turizminin bir parçası olan ve destinasyonlara özgü yiyecek ile içeceklerin, yerel halkın geleneksel bilgi ve becerileriyle hazırlanıp sunulması, ziyaret edilen destinasyonun diğerlerinden farklı bir kimlik kazanmasını sağlayabilmektedir. Ayrıca, gastronomi turizmi sayesinde yerel gıda üretimi ile ekonomik kalkınma arasındaki bağın güçlenmesine de özel bir önem verilmektedir (Sormaz vd., 2020). Bu bağlamda, gastronomi turizminin yalnızca turistlerin damak zevkine hitap etmekle kalmayıp, aynı zamanda yerel üreticilere, çiftçilere ve küçük işletmelere ekonomik katkı sağlayarak sürdürülebilir kalkınmayı desteklediği düşünülmektedir. Geleneksel yemek tariflerinin korunması ve yeni nesillere aktarılması, kültürel mirasın yaşatılmasına da önemli bir katkı sunmaktadır. Ayrıca, yerel mutfakların tanıtımı sayesinde destinasyonların küresel ölçekte bilinirliği artmakta ve bu da bölgeye olan turistik talebin sürekliliğini sağlamaktadır. Gastronomi turizminin hem ekonomik hem de kültürel açıdan destinasyonlara sağladığı bu çok yönlü faydalar, turizm sektöründe giderek daha fazla önem kazanmasına neden olmaktadır.

Konya peynir şekeri, geleneksel üretim yöntemleri ve kendine özgü yapısıyla, yerel gastronomik kültürün önemli bir parçası olmasının yanı sıra, Konya ekonomisinde kayda değer bir yer tutmaktadır. Şeker, su ve sitrik asidin belirli oranlarda bakır kazanlarda yüksek sıcaklıkta kaynatılarak yoğunlaştırılması ve sonrasında ağartma, şekillendirme ve dinlendirme gibi süreçlerden geçirilmesiyle elde edilen bu ürün, hem üretim sürecindeki emek yoğunluğu hem de geleneksel bilgi birikimiyle ekonomik ve kültürel değeri yüksek bir üründür (Şen & Aktaş, 2023). Zaman içerisinde bu geleneksel ürün, “Mevlâna şekeri” adıyla pazarlanarak yalnızca bir gıda ürünü olmanın ötesine geçmiş, Konya’nın sembol isimlerinden Mevlâna Celaleddin Rûmî ile ilişkilendirilmek suretiyle turistik bir markaya dönüştürülmüştür. Bu stratejik isimlendirme, ürünün özellikle dini ve kültürel turizmin yoğunlaştığı dönemlerde daha yüksek bir pazarlama değeri kazanmasına ve dolayısıyla üretici ve satıcıların daha fazla gelir elde etmesine olanak sağlamaktadır (Yıldıran & Fidan, 2020). Mevlâna ismi, hem yerli hem de yabancı turistler açısından tanınırlığı yüksek bir sembol olduğundan, bu isimle satışa sunulan ürünler daha hızlı tüketilmekte ve piyasa talebi sürekli canlı tutulmaktadır.

Ancak Mevlâna isminin bu şekilde ticarileştirilmesi, çeşitli eleştirilere ve olumsuz sonuçlara da yol açmaktadır. Öncelikle, Mevlâna’nın öğretileri, maddi kazançtan çok maneviyat, tevazu ve insanî değerler üzerine kuruludur. Bu nedenle, onun isminin doğrudan ticarî kazanç aracı olarak kullanılması, bazı çevrelerce Mevlâna'nın mirasının ticarileştirilmesi ve kültürel değerlerin araçsallaştırılması olarak eleştirilmektedir. Bu durum, kültürel bir figürün manevi mirasının, piyasa ekonomisinin araçsallaştırıcı mantığına teslim edilmesi olarak değerlendirilebilir (Öcal, 2006). Ayrıca, ürünün kalitesiyle doğrudan ilgili olmayan bu tür isimlendirmeler, tüketiciyi yanıltma potansiyeli taşıyabilir ve marka değerinin uzun vadede zedelenmesine neden olabilir. Bunun yanı sıra, Mevlâna isminin herhangi bir denetim mekanizmasına bağlı olmaksızın farklı ürünlerde yaygın biçimde kullanılması, isim hakkı ve etik pazarlama bağlamında da sorunlar doğurmaktadır. Tescilsiz ya da denetimsiz biçimde kullanılan Mevlâna ismi, kültürel mirasın değersizleşmesine ve ticarî aşırı kullanımı nedeniyle sembolün anlam kaybına uğramasına yol açabilir.

Sonuç olarak, Konya peynir şekeri, Mevlâna ismiyle ilişkilendirilerek pazarda rekabet gücü kazanmış ve yerel ekonomiye somut katkılar sunmuştur. Ancak bu durumun uzun vadede etik, kültürel ve marka bütünlüğü açısından olası riskler taşıdığı da unutulmamalıdır. Dolayısıyla, yerel üreticilerin ve ilgili kurumların, hem ürün kalitesini hem de kültürel değerleri koruyacak biçimde, Mevlâna isminin kullanımına ilişkin daha bilinçli ve denetimli bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir.

2.5. Peynir Şekeri ve Kültürel Önemi

Konya peynir şekeri, sadece yöreye özgü geleneksel bir tatlı türü olmanın ötesinde, bölgenin kültürel kimliğini ve toplumsal ritüellerini yansıtan önemli bir kültürel simgedir. Antropolojik açıdan, yiyecekler sadece fizyolojik ihtiyaçları karşılamakla kalmaz; aynı zamanda sembolik anlamlar taşır, kolektif belleği ve kültürel devamlılığı temsil eder (Barthes, 1999). Bu bağlamda peynir şekeri, Konya halkının günlük yaşamında ve özel günlerinde anlam yüklediği bir nesne hâline gelmiştir. Üretim sürecinden tüketim biçimlerine kadar geleneksel yöntemlere bağlı kalınması, ürünü hem kültürel bir miras unsuru hem de toplumsal aidiyetin göstergesi yapmaktadır. Peynir şekeri özellikle dini bayramlar, kandil geceleri ve mevlitlerde ikram edilerek, bu özel günlerde toplumsal birlikteliği pekiştirici bir rol üstlenir. Ramazan ve Kurban Bayramlarında ev ziyaretlerinin vazgeçilmez ikramlarından biri olan bu tatlı, misafirperverliğin bir göstergesi olarak sunulmakta ve kültürel sürekliliğin bir parçası olarak toplumsal bellekte yer edinmektedir. Bu uygulamalar, kültürel ritüellerin sadece sözlü gelenekler ya da dini pratiklerle sınırlı olmadığını, aynı zamanda gündelik tüketim nesneleri aracılığıyla da sürdürüldüğünü göstermektedir (Çölbay & Sormaz, 2015). Peynir şekerinin kutsal günlerle özdeşleştirilmesi, ürünün manevî değerini artırmakta ve ritüelin bir parçası olarak nesilden nesile aktarılmasına olanak sağlamaktadır.

Bu tatlı aynı zamanda geçiş ritüelleri bağlamında da önemli bir yer tutar. Özellikle düğünler ve cenazelerdeki kullanımı, ürünün çok yönlü kültürel işlevini ortaya koymaktadır. Düğünlerde peynir şekeri, yeni bir aile kurmanın ve toplumsal statü değişiminin simgesi olarak, misafirlere sunulan bir kutlama tatlısı işlevi görür. Öte yandan cenazelerde ve taziye ziyaretlerinde ikram edilmesi, yas sürecinde toplumsal dayanışmayı ve manevi destek verme anlayışını pekiştirir. Bu kullanım biçimleri, yöresel yiyeceklerin sadece fiziki değil, aynı zamanda sosyopsikolojik boyutlar taşıdığını göstermektedir (Ulu, 2019).

Peynir şekerinin bu ritüellerdeki rolü, ürünün sadece kültürel değil aynı zamanda ekonomik anlamda da değerli bir nesne hâline gelmesine neden olmuştur. Özellikle bayram ve özel günlerde artan talep, yerel üreticilere ve esnafa ekonomik canlılık kazandırmakta, böylece geleneksel üretim biçimleriyle yerel ekonomi arasında güçlü bir bağ kurulmaktadır. Üretimin ritüel takvime göre yoğunlaşması, geleneksel üretim ekonomisinin sosyo-kültürel yapılardan bağımsız düşünülemeyeceğini ortaya koyar (İçöz & Arıcı, 2018). Bu durum, kültürel mirasın ekonomik değer taşıyan bir unsur olarak değerlendirilmesine örnek teşkil eder. Konya peynir şekeri, sadece bir gıda maddesi değil; toplumsal ilişkilerin, kültürel ritüellerin ve yerel kimliğin taşıyıcısı olan çok katmanlı bir kültür objesidir. Dini ve sosyal törenlerdeki varlığı, ürünün kültürel kodlarla nasıl anlamlandırıldığını göstermekte; geleneksel tatların toplumsal yapı ile olan ilişkisini gözler önüne sermektedir. Bu nedenle, peynir şekerinin kültürel bir miras olarak korunması, hem kültürel sürekliliğin hem de yerel ekonominin desteklenmesi açısından önem taşımaktadır.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmanın bulguları, Peynir Şekeri'nin, Konya ilinin gastronomik ve kültürel kimliği üzerinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Peynir Şekeri, sadece bir tatlı olmanın ötesinde, Konya'nın zengin mutfak kültürünü yansıtan ve bölgenin sosyal yapısına entegre olmuş bir kültür ögesidir. Geleneksel üretim süreci ve tarihi geçmişi ile bu tatlı, yerel halkın günlük yaşamında ve dini ile sosyal ritüellerinde önemli bir yer edinmiştir. Özellikle dini bayramlarda ve özel kutlamalarda Peynir Şekeri, Konya halkının birlik ve beraberlik duygularını pekiştiren, kültürel mirası yaşatan bir sembol olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yönüyle Peynir Şekeri, bölgenin geleneksel yaşam biçimlerini ve kültürel değerlerini somutlaştıran önemli bir öğe olarak dikkat çekmektedir. Aynı zamanda, Konya'nın mutfak kültürüne dair derin bir bağ kuran bu tatlı, bölgenin kültürel çeşitliliğini ve tarihsel geçmişini yansıtan bir kültür öğesi olarak gastronomi turizmi için de büyük bir potansiyele sahiptir.

Konya'nın gastronomi turizmine katkısı, yerel ürünlerin korunması ve tanıtılması açısından bir fırsat yaratmaktadır. Ancak, Peynir Şekeri'nin potansiyeli, yalnızca geleneksel üretimle sınırlı kalmamalıdır. Yerel mutfakta daha fazla yer alarak, restoranlarda da menülere entegre edilmesi, bu ürünün yaygınlaşmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, Peynir Şekeri'nden türetilen yeni ürünlerin geliştirilmesi, hem gastronomik çeşitliliği artıracak hem de Konya'nın mutfak kültürünü daha geniş kitlelere tanıtacaktır. Peynir Şekeri'nin korunması ve yaygınlaştırılması için önerilen stratejiler arasında, geleneksel üretim yöntemlerinin sürdürülmesi ve bu alanda yapılacak eğitimlerin teşvik edilmesi yer almaktadır. Ayrıca, yerel üreticilerin desteklenmesi, üretim sürecinin kalitesinin artırılması ve yeni pazarlama yöntemlerinin geliştirilmesi, bu ürünün sürdürülebilir bir şekilde tanıtılmasını sağlayacaktır. Yerel halkın bu geleneksel ürünü sahiplenmesi ve üretim süreçlerine dahil olması, bölgesel kalkınmanın desteklenmesine katkı sağlayacaktır. Sonuç olarak, Peynir Şekeri, Konya ilinin gastronomik potansiyelini yansıtan ve kültürel mirasını yaşatan önemli bir üründür. Bu bağlamda, Peynir Şekeri'nin korunması, yaygınlaştırılması ve sürdürülebilir turizm stratejilerinin geliştirilmesi, Konya'nın bölgesel kalkınmasına katkı sağlayacak ve yerel halk için yeni ekonomik fırsatlar yaratacaktır. Bununla birlikte, bu tatlının sadece bir turistik ürün olarak değil, aynı zamanda Konya'nın kültürel kimliğini yaşatan bir sembol olarak da ön plana çıkması, bölgenin kültürel mirasının korunması ve gelecek nesillere aktarılması açısından kritik bir rol oynamaktadır.

KAYNAKÇA

Akgöz, E. (2021). Gastronomi Turizminde Güncel Konular. Ed. Karaman & S. Şalvarcı, *Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi,* 37–54. Eğitim Yayınevi.

Algan Özkök, G., & Aydınlı, F. (2022). Yöresel Bir Ürün Olan Konya Furun Kebabı Ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 4(2), 83–94.

Barthes, R. (1999). *Mitolojiler* (T. Yücel, Çev.). İmge Kitabevi.

Büyükşalvarcı, A., Şapcılar, M. C., & Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(4), 165–181.

Çölbay, Ş., & Sormaz, Ü. (2015). Konya'da Geçiş Dönemlerinde Yapılan Yöresel Mutfak Uygulamaları. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 4(4), 1729–1736.

Giray, H., Özkan, F. Z., & Oran, H. (2012). Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *Verimlilik Dergisi*, (4), 109–115.

Gülçubuk, B., Yıldırak, N., Kızılaslan, N., Özer, D., Kan, M., & Kepoğlu, A. (2010). Kırsal Kalkınma Yaklaşımları Ve Politika Değişimleri. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, *Ziraat Mühendisliği 7. Teknik Kongresi*, 11–15 Ocak, Ankara.

Güvemli, O. (2018). Türkiye'nin Yaşayan En Eski İşletmesi: Hacı Bekir Şekerleme 1777–2018. *Accounting and Financial History Research Journal*, (9), 74–104.

Gürbüz, A. (2018). Osmanlı'da Şekerleme Kültürü Ve Yöresel Tatlılar. *Gastronomi Tarihi Dergisi*, 5(2), 112–125.

İçöz, O., & Arıcı, H. (2018). Yöresel Ürünlerin Kültürel Boyutu: Gastronomi Turizmi Açısından Bir Değerlendirme. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(2), 89–102.

Karaman, A., Şalvarcı, S., & Arslan, M. (2021). Beyşehir İlçesinin Gastronomi Turizmi Potansiyeli. Ed. Karaman & S. Şalvarcı, *Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi*, 102–125. Eğitim Yayınevi.

Kiple, K. F., & Ornelas, K. C. (Eds.). (2000). *The Cambridge world history of food*. Cambridge University Press.

Mizan Şekerleme. (2021). Mevlâna şekerinin tarihi ve üretimi. https://www.mizansekerleme.com/HaberDvm.asp?dil=0&hid=13 (Erişim tarihi: 2025)

Montanari, M. (2006). *Food is culture* (A. Sonnenfeld, Trans.). Columbia University Press.

Öcal, T. (2006). Konya Şehrinin Selçuklulardan Günümüze Ticaret Fonksiyonu. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, (19), 401–435.

Özlü, Z. (2011). Osmanlı Saray Şekerleme ve Şekerlemecileri İle İlgili Notlar. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, (58), 171–190.

Şen, A., & Aktaş, N. (2021). Konya İli Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri. *Bilim ve teknolojide yeni bakışlar* 160–169. Çizgi Kitabevi.

Sormaz, Ü., Yılmaz, M., Onur, M., & Madenci, A. B. (2023). Gastronomi Turizmi Kapsamında Yöresel Ürünlerden Turistik Ürün Olarak Yararlanılması: Konya Örneği. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(Special Issue 4), 523–537.

Türk Patent Kurumu. (2019). 414 numaralı Konya peynir şekeri coğrafi işaret tescil belgesi.

Ulu, E. K. (2019). Türk Mutfak Kültüründe Peynir Tatlıları. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 37–42.

Yağmur, Y., & Kardeş, M. (2023). Coğrafi İşaret Kavramıyla İlgili Ulusal Yazında Gerçekleştirilen Çalışmaların İncelenmesi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(3), 224–233.

Yıldıran, C., & Fidan, Y. (2020). Mevlâna'nın Yönetime Özgü Fikirlerinin Konyalı Girişimci Ve Yöneticiler Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(Özel Ek), 160–173.

Fotoğraf 1. https://pixabay.com/tr/images/search/mevlana%20şekeri/ (Erişim tarihi : 2025)

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

BİR SULTAN İKİ SOFRA: CEM SULTAN'IN TÜRKÇE DİVANI'NDA OSMANLI VE FRANSIZ MUTFAĞI UNSURLARI

Doç. Dr. Vesile ALBAYRAK SAK
Necmettin Erbakan University, Faculty of Education, Department of Turkish and Social Sciences Education
ORCID: 0000-0001-5343-1099

ÖZET
On yaşında iken Kastamonu'ya sancak beyi olarak gönderilen Cem Sultan, Fatih Sultan Mehmed'in oğlu olup Osmanlı saltanatının en talihsiz şehzadelerinden biridir. İstanbul'a, oradan da Rumeli'ye gitmesi emredilen Cem Sultan ağabeyi şehzade Mustafa'nın ölümünden sonra Konya'ya gönderilmiştir. Fatih Sultan Mehmed'in 1481'de vefatı üzerine II. Bayezid'le taht mücadelesine giren Cem Osmanlı'nın eski başkenti Bursa'yı alarak padişahlığını ilan edip adına hutbe okutup para bastırmışsa da bu ancak yirmi gün sürmüş, bu süre sonunda sulhü temin için gösterilen çabalar sonuç vermemiştir. Kendisi için Anadolu; II. Bayezid için Rumeli padişahlığı teklifi kabul edilmeyince Yenişehir Ovası'ndaki mücadelede Aştinoğlu Yakup ve Karamanoğlu Kasım'ın vefasızlıkları neticesinde yenilmiş, Konya'ya geri çekilerek saltanat rüyasını bir müddet ertelemiştir. 1482'de Karamanoğlu Kasım başta olmak üzere Anadolu'daki bazı has ve tımar sahipleri ile ulemanın telkinleri neticesinde yeniden taht mücadelesine giren Cem tekrar yenilince Rumeli'ye geçip mücadeleye oradan devam etmek istemiş, bu kararı onu içinden çıkamayacağı bir kuyuya atmış önce Rodos'taki sonra Fransa'daki esaret hayatı 1495'te vefat edene kadar sürmüştür. Buradaki hayatı boyunca siyasi pazarlıklara vesile olan Cem, gezdiği, gördüğü yerler yanında Frenklerin mutfak kültürlerini de yakından tanımış, Türkçe Divan'ında Fransız sofrasındaki mutfak gereçlerine, yiyecek, içecek ve yemeklere, eğlence meclislerine yer vermiş, bu sofrada gözlemlediği ve yaşadığı unsurları şiirlerine aktarmıştır.
Çalışmamız Osmanlı kültürü içinde yoğrulmuş ancak saltanat uğruna atıldığı maceralı hayatta yolu Fransa'ya düşmüş Sultan Cem'in şiirlerinde Osmanlı ve Fransız mutfak kültürü ögelerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.
Anahtar Kelimeler: Cem Sultan, Türkçe Divan, Mutfak, Osmanlı ve Fransız Mutfağı.

ONE SULTAN, TWO TABLES: ELEMENTS OF OTTOMAN AND FRENCH CUISINE IN CEM SULTAN'S TURKISH DIWAN

ABSTRACT
The son of Mehmed the Conqueror, Cem Sultan who was sent to Kastamonu as a Sanjak Bey (Bannerlord) when he was at the age of ten, was one of the most unfortunate princes of the Ottoman reign. Cem Sultan, who was ordered to go to Istanbul and then to Rumelia, was sent to Konya after the death of his elder brother, Prince Mustafa. Upon the death of Mehmed, the Conqueror in 1481, Cem entered in a struggle for the throne with Bayezid II, took Bursa, the former capital of the Ottoman Empire, proclaimed his sultanate, had a khutbah read in his name and had coins minted; but this case lasted only for twenty days, and at the end of this period, the efforts made to secure peace did not yield any results.

When his offer of Anatolian sultanate for himself and Rumelia sultanate for Bayezid II was not accepted, he was defeated in the battle took place on the Yenisehir Plain as a result of the disloyalty of Ashtinoglu Yakup and Karamanoglu Kasım, he retreated to Konya and postponed his dream of reign for a while. In 1482, as a result of the suggestions of some has and fief holders in Anatolia, especially Karamanoglu Kasım and the ulema, Cem again entered the struggle for the throne; when he was defeated again, he wanted to move to Rumelia and continue the struggle from there; this decision threw him into a well from which he could not get out, and his captivity life first in Rhodes and then in France lasted until his death in 1495. Cem, who became a subject of political negotiations throughout his life here, closely acquainted the culinary culture of the Franks as well as the places he traveled and saw, he included the kitchen utensils, food, drinks and meals, and entertainment gatherings at the French table in Turkish Divan, and transferred the elements he observed and experienced at this table to his poems.

Our study aims to reveal the elements of Ottoman and French culinary culture in the poems of Sultan Cem, who was grown in the Ottoman culture but ended up in France in his adventurous life for the sake of reign.

Keywords: Cem Sultan, Turkish Dıwan, Cuisine, Ottoman and French Cuisine.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

COĞRAFİ İŞARETLİ VE COĞRAFİ İŞARET POTANSİYELİ OLAN KEŞKEKLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Öğr. Gör. Ali İhsan UYGUN
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü-Aşçılık Programı
ORCID: 0000-0001-7936-0794

Öğr. Gör. Yaşar SEVİMLİ
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü-Aşçılık Programı
ORCID: 0000-0002-0940-105X

ÖZET
Keşkek, dünya mutfak tarihinde köklü bir yere sahip olan ve Anadolu'nun kültürel mirası içinde yer alan bir yemektir. Anadolu'nun farklı bölgelerinde farklı tariflerle yaşatılmakta olan bu yemek, yalnızca bir yemek değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı simgeleyen bir gelenektir. Bu geleneğin korunması ve geleceğe aktarılması hem kültürel kimliğin devamlılığı hem de gastronomi turizmi açısından önem arz etmektedir. Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin korunmasını sağlayarak gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda çalışmada coğrafi işaretli ve coğrafi işaret potansiyeli olan keşkeklerin incelenmesi amaçlanmıştır. Keşkek, Anadolu'da herise, aşür, gendime, haşıl gibi adlarla da bilinmektedir. Keşkek yerine kullanılan 16 tane isim bulunduğu tespit edilmiştir. Coğrafi işaret portalında keşkek adıyla ve diğer adlarla arama yapılmıştır. Bunun sonucunda Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip 12 adet keşkek bulunmaktadır. İlk tescillenen keşkek 2013 yılında 'Adapazarı Dartılı Keşkek', son tescillenen keşkek ise 2025 yılında 'Hatay Aşur Yemeği' olmuştur. Coğrafi işaretli keşkekler; et ve et ürünü, süt ve süt ürünü, tahıl ve bakliyat kullanımı yönünden ele alınmıştır. Belirlenen 11 adet keşkeğin içerisinde et ve/veya et ürünü bulunmaktadır. Sadece 'Ağrı Haşıl Yemeği'nde et ve et ürünü bulunmamaktadır. Et ve et ürünü bulunmamasının yanı sıra Ağrı Haşıl Yemeğinde isteğe bağlı olarak 'çiriş otu' kullanılmaktadır. Coğrafi işaretli keşkeklerde süt ürünü kullanımı olarak genelde süt ve tereyağı görülse de 'Şuhut Keşkeği', kaymak kullanımı ile farklı bir süt ürününün kullanıldığı tek keşkektir. Keşkekle ilgili coğrafi işaretli şehirlerin bölgesel dağılımına bakıldığında Karadeniz Bölgesi 3 şehir ile başı çekmektedir. Marmara, Ege, İç Anadolu Bölgelerinden 2'şer şehir bulunmaktadır. Doğu Anadolu ve Akdeniz Bölgelerinden 1 şehir keşkeğini tescil ettirmiştir. Coğrafi işaret tescil potansiyeli olan keşkekler ise özellik, farklılık ve hazırlanış biçimleri ele alınarak incelenmiştir. Çalışmanın sonunda coğrafi işaretli şehirlerle beraber keşkeğin (keşkeğe verilen diğer adlar dahil) Türkiye'deki 81 şehrin belleğinde ve mutfak kültüründe yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. 81 şehir içinde sadece 11 şehrin keşkeğe ilişkin coğrafi işaret tesciline sahip olması, bu durumun oldukça sınırlı kaldığını göstermektedir. Keşkeğin tüm Türkiye'de bilinmesi ve yapılması ise Türk mutfak kültürü için önemli ve geleneksel olduğunu göstermektedir.
Anahtar Kelimeler: Keşkek, Coğrafi İşaret, Gastronomi Turizmi, Türk Mutfak Kültürü.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

A STUDY ON THE EVALUATION OF KESKEKS WITH GEOGRAPHICAL INDICATION AND GEOGRAPHICAL INDICATION POTENTIAL

ABSTRACT
Keşkek is a dish that has a deep-rooted place in world culinary history and is a part of Anatolia's cultural heritage. This dish, which is kept alive with different recipes in different regions of Anatolia, is not just a dish, but also a tradition that symbolizes social solidarity. Preserving this tradition and transferring it to the future is important both for the continuity of cultural identity and gastronomy tourism. Geographical indications contribute to the development of gastronomy tourism by ensuring the protection of products specific to a certain region. In this context, the aim of the study was to examine keşkeks with geographical indications and those with geographical indication potential. Keşkek is also known in Anatolia by names such as herise, aşür, gendime, haşıl. It was determined that there are 16 names used instead of Keşkek. A search was conducted on the geographical indication portal with the name keşkek and other names. As a result, there are 12 keşkeks with geographical indication registration in Turkey. The first registered keşkek was 'Adapazarı Dartılı Keşkek' in 2013, and the last registered keşkek was 'Hatay Aşur Meal' in 2025. Geographically indicated keşkeks were examined in terms of meat and meat products, milk and dairy products, grains and legumes. The 11 keşkes determined contained meat and/or meat products. Only 'Ağrı Haşıl Meal' did not contain meat or meat products. In addition to the absence of meat and meat products, 'çiriş herb' is optionally used in Ağrı Haşıl Meal. Although milk and butter are generally seen as the dairy product used in geographically indicated keşkeks, 'Şuhut Keşkek' is the only keşkek where a different dairy product is used with the use of clotted cream. When we look at the regional distribution of geographically indicated cities related to keşkek, the Black Sea Region leads with 3 cities. There are 2 cities each from the Marmara, Aegean and Central Anatolia Regions. 1 city from the Eastern Anatolia and Mediterranean Regions has registered its keşkek. Keşkek with geographical indication registration potential was examined by considering its features, differences and preparation methods. At the end of the study, it was concluded that keşkek (including other names given to keşkek) has a place in the memory and culinary culture of 81 cities in Turkey, together with the cities with geographical indications. The fact that only 11 cities out of 81 have geographical indication registrations for keşkek shows that this situation is quite limited. The fact that keşkek is known and made all over Turkey shows that it is important and traditional for Turkish culinary culture.
Keywords: Keskek, Geographical Indication, Gastronomy Tourism, Turkish Culinary Culture.

GİRİŞ
Keşkek, dünya mutfak tarihinde köklü bir yere sahip olan ve Anadolu'nun kadim kültürel mirası içinde yer alan bir yemektir. Tahıl, et ve çeşitli baharatların birleşimiyle hazırlanan bu yemek, sadece besleyici bir yemek olmanın ötesinde, toplumsal ritüellerin ve kültürel uygulamaların önemli bir parçası olarak da varlık göstermektedir (Baysal, 2012). Tarihsel kaynaklara göre, bu yemek ilk olarak tarım toplumlarının temel gıdalarından biri olan buğday ve etin uzun süre pişirilmesiyle hazırlanmış, zamanla bölgesel farklılıklar doğrultusunda çeşitli versiyonları ortaya çıkmıştır (Şahin, 2020).
Keşkek, antropolojik bir bakış açısıyla incelendiğinde, yalnızca bir yemek değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı güçlendiren bir gelenek olarak değerlendirilmiştir.

Yemek hazırlığı ve tüketimi sırasında gerçekleştirilen ritüeller, yerel kimliğin ve kolektif belleğin yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır (Kaya, 2015). Bu bağlamda keşkek, gastronomi ve kültür tarihinin kesişim noktalarından birinde duran eşsiz bir örnektir.

Keşkek, Türk mutfak kültürünün zenginliklerini yansıtan, tarihsel ve kültürel açıdan büyük öneme sahip bir gelenektir. Anadolu'nun farklı bölgelerinde farklı tariflerle yaşatılmakta olan bu yemek, yalnızca bir lezzet unsuru değil, aynı zamanda toplumsal dayanışmayı simgeleyen bir miras olarak değerlendirilmektedir. Bu mirasın korunması ve geleceğe aktarılması hem kültürel kimliğin devamlılığı hem de gastronomi turizmi açısından önem arz etmektedir. Geleneksel Türk mutfağının temel unsurlarından biri olan keşkek, tarihsel olarak Orta Asya'dan Anadolu'ya kadar uzanan bir coğrafyada tüketilmiş; düğün, bayram ve dini törenler gibi özel günlerde ortak sofralarda yer almıştır (Ersöz, 2018).

Türk mutfak kültürü, tarihsel ve coğrafi çeşitlilik açısından oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Anadolu'nun farklı bölgelerinde, toplumsal ve kültürel yapılar doğrultusunda şekillenen yemekler, yalnızca beslenme gereksinimini karşılamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal bir kimlik ve aidiyet unsuru olarak da önemli bir rol oynamaktadır (Doğan, 2012).

Gastronom turizmi, bir destinasyonun mutfak kültürünü deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatleri kapsamakta olup, yerel yemeklerin ve mutfak geleneklerinin korunması, tanıtılması ve ekonomik değer yaratması açısından büyük bir öneme sahiptir (Hall ve Sharples, 2003). Bu bağlamda, coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin korunmasını sağlayarak gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Coğrafi işaret tescili, bir ürünün kökenine, üretim yöntemlerine ve yerel kimliğine vurgu yaparak tüketiciler için kalite ve güven unsuru oluştururken, üreticilere ekonomik avantaj sağlamaktadır (Bérard ve Marchenay, 2006). Türkiye'de geleneksel yemeklerden biri olan keşkek, bu bağlamda hem gastronomi turizmi hem de coğrafi işaret açısından önemli bir gastronomik değere sahiptir.

Keşkek, özellikle Anadolu'da düğün, sünnet, asker uğurlaması, hacı karşılama gibi ritüellerin merkezinde yer alan köklü bir kültürel miras niteliğindedir. UNESCO tarafından 'Tören Keşkeği Geleneği' adıyla Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne alınması, bu yemeğin yalnızca bir besin unsuru olmanın ötesinde, toplumsal dayanışmayı ve geleneksel üretim pratiklerini yansıtan bir kültürel gösterge olduğunu kanıtlamaktadır (UNESCO, 2011). Bunun yanı sıra, keşkek belirli bölgelerde coğrafi işaret tescili almış olup, bu tescil, yerel üreticilerin rekabet gücünü artırarak gastronomi turizminin gelişmesine olanak tanımaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2023). Özellikle Amasya, Kastamonu, Tokat ve Denizli gibi illerde keşkek, bölgesel mutfak kimliğinin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmekte ve geleneksel taş fırınlarda ya da bakır kazanlarda pişirilerek özgün bir lezzet sunmaktadır.

Gastronomi turizmi açısından coğrafi işaretle korunan keşkek, hem yerel halkın kültürel mirasını yansıtması hem de bölgeyi ziyaret eden turistlere geleneksel bir lezzet deneyimi sunması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bundan dolayı, keşkek gibi geleneksel yemeklerin ticarileşmesi ve turistik çekicilik unsuru hâline gelmesi, kırsal kalkınmaya da doğrudan katkı sunmaktadır (Bessière, 1998). Dolayısıyla, gastronomi turizmi ile coğrafi işaret arasındaki güçlü ilişki hem keşkeğin kültürel sürdürülebilirliğini sağlamakta hem de bölgesel ekonomik kalkınmayı desteklemektedir. Bu nedenle, yerel yönetimlerin, turizm otoritelerinin ve üretici kooperatiflerinin, keşkeğin tanıtımına yönelik iş birlikleri geliştirmesi, coğrafi işaret tescili almış geleneksel ürünlerin korunarak turizm sektörüne entegre edilmesini teşvik etmesi gerekmektedir.

Bu çalışma, Anadolu'nun birçok bölgesinde yaşatılmakta olan ve Türk mutfak kültürü için önemli bir değer olan keşkek ile ilgili mevcutta kısıtlı olan literatürün desteklenmesi ve yazılı belge sayısının artırılması amacıyla literatür tarama yöntemiyle ortaya konulmuş bir çalışmadır. Çalışmada, keşkek yemeğinin tarihçesi ve etimolojisi gibi konular ele alınmıştır. Özellikle bu çalışma ile 'coğrafi işaret portalı' üzerinde yer alan coğrafi işaret tescili almış keşkeklerin ve tescil potansiyeline sahip diğer örnekler üzerine dikkat çekilerek farkındalık oluşturulması, bu örneklerin kültürel özelliklerinin ve farklılıklarının ortaya konulması suretiyle tanıtımının gerçekleştirilmesi ve dolayısıyla da korunması amaçlanmaktadır.

ALANYAZIN TARAMASI

Erol (2004), Türk milletinin tarih boyunca misafirperver ve paylaşımcı olduğuna vurgu yapmıştır. Çanakkale sınırları içerisinde bulunan Gökçalı Köyünde 1970'li yıllardan beri 'hayır' yemeği olarak yapılan keşkek ve pilav ikramı paylaşım ve misafirperverliğe en iyi örneklerdendir. Köylüler, ikramın çeşidine göre keşkeklik buğday, nohut, bulgur veya yağ gibi malzemelerle katkıda bulunabilirler. Yemeklerin pişirilmesi için odunlar satın alınabileceği gibi Orman Dairesi'nden bağış olarak da temin edilebilir. Konuklara sunulacak yemekler belirlendikten sonra hazırlıklar buna göre yapılır; keşkek veya bulgur pilavı için gerekli malzemeler ve et, köylüler tarafından toplanır. Günümüzde bulgur pilavı ikram edilmemekte, ekonomik imkanların artmasıyla pirinç tercih edilmektedir. Geleneksel tören yemekleri arasında yer alan keşkek, maliyet açısından bulgur pilavından pahalı, pirinç pilavından ise daha uygun bir seçenek olduğu sonucu paylaşılmıştır.

Sarı (2011), keşkeğin Kurşunlu mutfağındaki durumunu ve gelecekteki yerini irdelemiştir. Elde ettiği bulgular, keşkeğin sosyo-kültürel ve ekonomik değişimlerle birlikte dönüşüme uğradığını ortaya koymaktadır. Geleneksel olarak düğünlerde 'erkek tarafı' tarafından yapılan bir yemek olma özelliğini yitiren keşkek, sosyoekonomik değişimlerle birlikte 'zengin yemeği' kimliğine bürünmüştür. Ayrıca, modernleşme sürecinin yarattığı aidiyet eksikliği ve kimlik arayışları, keşkeğin toplumsal anlamını daha da pekiştirmiştir. Bununla birlikte, fiziksel ve demografik değişimlerin etkisiyle keşkeğin yapılış sıklığında da azalma gözlenmiştir. Günümüzde keşkek, geniş katılımlı şölen yemeklerinden uzaklaşarak, ev mutfaklarında daha küçük ölçeklerde ve gündelik tüketim için hazırlanan bir yemek türüne dönüşme sonucuna ulaşılmıştır.

Başkan ve Avcıkurt (2015)'e göre, keşkek; yapılış süreci, sunumu ve tüketim şekliyle Anadolu ve Türk kültürünü yansıtan önemli bir kültürel unsurdur. Kültür turizmi, gastronomi turizmi ve kırsal turizm gibi farklı turizm türleri ile ilişkilendirilmektedir. Geleneksel tören keşkeği, somut olmayan kültürel miras olarak bireyselleşmeye karşı dururken, yerel kimliği ve toplumsal bağları güçlendiren bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Keşkek geleneğinin turizm faaliyetlerinde görsel ve deneyimsel bir öğe olarak kullanılması, festivaller ve etkinliklerle desteklenerek bölgesel turizme katkı sağlayabilmektedir. Böylece hem kültürel miras korunabilir hem de yerel halk için ekonomik fırsatlar yaratılabilir.

Deniz ve Yavaş (2020)'ye göre, gastronomik kimlik; kültür ve çevre olmak üzere iki temel bileşeni barındırmakta olup, Safranbolu mutfağının genelinde ve keşkeğin özelinde bu kimliğin şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Safranbolu'da taş fırın/kara fırın keşkeği yapımının yaygın olmasının temel nedeni, tarihi Safranbolu evlerinde bu fırınların bulunması ve ısısından yararlanılabilmesidir. Ancak, günümüzde ev yapılarının değişmesi, taş fırınların azalması ve ulaşılabilirliğin zorlaşması nedeniyle keşkek yapımında fırın yerine bakır kazan kullanılmaya başlanmıştır.

Keşkeğin en dikkat çekici yönü, yöresel farklılıklar bulunmasına rağmen doğum, asker uğurlama, düğün, sünnet, hıdrellez, hayır yemeği, hac ziyareti, mevlit ve bayram gibi ritüel niteliğindeki törenlerde imece usulüyle yapılması ve tüketilmesidir. Bu durum, toplumsal yaşamda birlik ve dayanışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bulak ve Yazıköy özelinde yapılan incelemeler, keşkeğin bu bölgelerde kültürel devamlılık açısından benzerlik taşıdığını göstermiştir. Ancak kullanılan malzemeler, pişirme yöntemleri ve sunum biçimleri açısından farklılıkların olduğu gözlemlenmiştir. Günümüzde Bulak ve Yazıköy'de keşkek pişirme fırınlarına ulaşımın zorlaşması, yeni yapılan konutlarda bu fırınların yer almaması gibi unsurların keşkek kültürünü nasıl etkilediğinin araştırılması, bu kültürün sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir.

Teyin (2020)'ye göre, 'Tören keşkeği geleneği', Anadolu'da hala yaşatılan ve toplu organizasyonlarda sunulan önemli bir kültürel mirastır. Genç-yaşlı, erkek-kadın herkesin katkı sağladığı imece usulü yapım süreci ve ritüel şeklinde tüketilmesi, kültürel açıdan korunması gereken değerli bir olgudur. Bu tür uygulamalar, kültürel mirasın tanıtımı, korunması ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, Tören Keşkeği gibi geleneklerin UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesine dahil edilmesi, Türk mutfağının uluslararası alanda tanıtımına ve yerel ürünlerin bilinirliğine katkı sağlayacaktır.

Çelik vd., (2021)'e göre, Türkiye'nin tüm bölgelerinde yapılan keşkek, yapım ve sunum açısından bölgelere göre farklılık göstermektedir. Araştırma kapsamında 56 şehirde incelenen keşkek türleri, isim, malzeme ve pişirme şekli açısından çeşitlilik göstermiştir. Çalışmada farklı keşkek isimleri tespit edilmiş olup, pişirme yöntemleri de odun ateşi, fırın, tandır ve tüplü ocak gibi farklı şekillerde uygulanmaktadır. Kullanılan et türü bölgelere göre değişmekte; Marmara ve Ege'de tavuk eti, Ege ve Doğu Anadolu'da küçükbaş eti, iç kesimlerde ise büyükbaş eti tercih edilmektedir. Keşkeğin kıvamı macunumsu, rengi ise genellikle açık gri olup, sunumda kırmızı yağ, yoğurt, eritilmiş tereyağı veya salçalı yağ kullanılmaktadır. Geleneksel olarak düğün, nişan, doğum, Nevruz ve Muharrem ayı gibi özel günlerde yapılmaktadır. Kültürel bir miras olarak günümüze ulaşan keşkek, korunmaya devam ettikçe daha geniş kitlelere ulaşacaktır. Çalışmada keşkeğin bölgesel farklılıkları ele alınmış, gelecekte gastro turistlerin memnuniyet düzeyi ve törensel keşkek sunumunun kalite algısı gibi konulara yönelik daha kapsamlı araştırmaların yapılması önerilmektedir.

Çekiç ve Özkan (2022)'e göre, keşkek; Türk gastronomisinin önemli bileşenlerinden biri olup, etrafında çeşitli sosyal algı ve pratikleri barındıran kültürel bir göstergedir. Geleneksel yapısı nedeniyle UNESCO tarafından 'Tören Keşkeği Geleneği' adıyla Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi'ne dâhil edilmiştir. Bu çalışma, tören keşkeği geleneğinin yapısını belirlemek ve gelecek kuşaklara aktarmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında öncelikle ilgili literatür taranmış ve kültür aktarıcılarıyla mülakatlar yapılmıştır. Elde edilen veriler şekil ve içerik açısından sınıflandırılarak değerlendirilmiş, keşkeğin on dört farklı törensel organizasyonda yer aldığı belirlenmiştir. Ayrıca, keşkeğin yazılı ve sözlü kültür içerisinde önemli bir yere sahip olduğu ve imece, dibek dövme, keşkek ağalığı seçimi, havlu atma, gelin başına buğday dökme, damat cebine buğday koyma, mendil-yazma salma gibi toplumsal uygulamaların zamanla değişime uğradığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keşkeğin Etimolojisi

Keşkek kelimesi Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe sözlükte (2025) 'İyice dövülmüş buğdayın etle birlikte uzun süre kaynatılmasıyla yapılan bir yemek' olarak tanımlanmıştır. Keşkeğin kelime kökenine bakıldığında Nişanyan sözlükte (2025) Farsça '1.süt pıhtısı veya peynir altı suyu, 2.arpa suyu, arpa' anlamlarına gelen *kaşk* sözcüğüne +ak eki eklenerek türetildiği yazmaktadır.

Kaşk sözcüğünün 1. anlamında bir süt ürününden bahsetmektedir. Bu anlam, Orta Asya Türkleri tarafından Anadolu mutfağına kazandırılmış; süt, ayran veya yoğurttan üretilen geleneksel bir süt ürünü olan keşk'i daha da bilinen adıyla keş'i (Özbek ve Güzeler, 2022: 316) çağrıştırmaktadır. Keş kelimesi de tıpkı keşkek gibi Farsça kökenlidir ve Nişanyan sözlükte (2025) 'kurutulmuş yoğurt, kurut' olarak ifade edilmiştir. Keş, TDK Güncel Türkçe sözlükte (2025) 'yağı alınmış sütten veya yoğurttan yapılan peynir' ve 'kış için kurutulan yağsız, tuzsuz yoğurt' gibi anlamlara gelirken TDK Tarama sözlüğünde (2025) 'yoğurt kurusu, ekşimik' olarak tanımlanmıştır. TDK Türkiye Türkçesi Ağızlar sözlüğünde (2025) keş kelimesinin birbirine benzer anlamları karşımıza çıkmaktadır. Tablo 1'de keş kelimesinin şehirlerdeki anlamlarına yer verilmiştir.

Tablo 1. Keş Kelimesinin Şehirlerdeki Anlamları

Keş Kelimesinin Anlamları	**Şehirler**
1. Yağı alınmış yoğurttan veya sütten yapılan peynir	Burdur, Düzce, Bolu, Kastamonu, Çorum, Samsun, Tokat, Ordu, Gaziantep, Sivas, Niğde, Konya, Antalya, Mersin, Malatya
2. Kış için kurutulan yağsız, tuzlu yoğurt	Afyonkarahisar, Burdur, Denizli, Eskişehir, Kocaeli, Bolu, Zonguldak, Kastamonu, Çankırı, Sinop, Amasya, Tokat, Giresun, Gümüşhane, Malatya, Gaziantep, Kahramanmaraş, Hatay, Sivas, Ankara, Kırşehir, Kayseri, Niğde, Konya, Adana, Mersin
3. Tulum peyniri	Ordu
4. Yoğurt ve yarma ile yapılan bir çeşit yemek	Denizli, Artvin, Gaziantep, Sivas, Malatya
5. Kış için kurutulan yağsız, tuzsuz yoğurt yumruları 6. Yoğurt ve dövme buğdayla yapılan bir çeşit yemek	Tokat
7. Kurutulmuş çökelek	Erzincan
8. Kurutulmuş yoğurt	Erzurum

Tablo 1'de keş (keşk) kelimesinin Anadolu'da en az 33 farklı şehirde kullanıldığı ve bir süt ürünü olarak yapıldığı görülmektedir. Keşkek, Türkiye'de geleneksel olduğu kadar kültürel etkileşimler sonucu uluslararası da bir yemektir. Keşkek; İran, Irak, Suriye, Mısır, Güney Kafkasya ve Balkanlar'da yapılıp bilinmektedir. Çekiç ve Özkan (2022: 423) çalışmasında farklı dillerde kaşk, keşk, kişk gibi kelimelerle ifade edilen keşkeğin literatürde, 'dövülmüş buğday ve etle pişirilen bir çeşit yemek, lapa; unla dövülmüş et ve buğdaydan yapılan ve ortasına kızdırılmış yağ dökülen bir yemek, yoğurt kurusu, keş, kurut; iyice dövülmüş ve uzun süre birlikte kaynatılmış et ve buğdayla yapılan bir yemek' gibi anlamlar bulduğunu ifade etmiştir. Tanımlara bakıldığında yoğurt kurusu, keş, kurut gibi anlamlar dikkat çekmektedir.

Ayrıca Zubaida ve Tapper'in (2003: 124) yayımlamış olduğu kitapta 16. ve 18. yüzyıllarda, İran'da keşkeğin kelime atası olan kaşk'ın 'buğday ve arpa unu ile koyun sütünden yapılan etli bir yemek' olarak ifade edilmiştir. Görüldüğü üzere keşkek benzeri yemek olan kaşk'ın buğday, arpa, süt, et bileşenlerinden oluşmaktadır. Verilen bu bilgiler keşkek ile keşin ilişkisini açıklar niteliktedir.

Kaşk sözcüğünün aynı zamanda 'arpa suyu, arpa' anlamlarına geldiği yukarıda belirtilmiştir. Detaylı bakıldığında Kaşk kelimesinin ilk olarak 5. veya 6. yüzyıldan kalma bir Ermeni metninde *k'aşken* şeklinde geçtiği ve kökeninin Pehlevî dilindeki *kaşkîn* kelimesine dayandığı belirtilmektedir. Bu dönemde kelime arpa ekmeği anlamına gelmekteydi. 10. yüzyıla kadar kullanımına rastlanmayan bu kelime, bu sıralarda Ferdowsî'nin Şehnâme adlı eserinde birkaç kez *nan-ı kaşkın* (arpa ekmeği) olarak yer almıştır. Ancak içeriğine dair kesin bir bilgi bulunmamaktadır. 11. yüzyıla gelindiğinde kelime, *kaşkbâ* adıyla yulaf lapası, *âb-ı kaşk* adıyla çorba, *âş-ı kaşk* adıyla ise bir çeşit yemek olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte arpa ekmeği anlamını yitirmiş, ancak hâlâ tahıl içeren bir ürünü ifade etmiştir. Zamanla, 12. yüzyılda kelimenin tahılla olan ilişkisi tamamen kaybolmuş ve kesilmiş süt veya ekşimiş süt anlamına evrilmiştir (Güveloğlu, 2019: 112). *Kaşk* kelimesi, Anadolu'da bir süt ürünü olan keş (keşk) kelimesinin kullanımına neden olurken aynı zamanda ilk anlamına uygun şekilde bir tahıl yemeği (lapası) olan keşkeğe de anlam vermiştir.

Keşkeğin kelime kökeni incelendikten sonra yöresel ağızlardaki kullanımına ve anlamlarına bakmak gerekmektedir. Keşkek, TDK Türkiye Türkçesi Ağızlar sözlüğünde (2025) Tablo 2'de gösterildiği gibi yer almaktadır.

Tablo 2. Keşkek Kelimesinin Şehirlerdeki Anlamları

Keşkek Kelimesinin Anlamları	**Şehirler**
1. Dövülmüş buğday ve etle pişirilen bir çeşit yemek, lâpa	Afyonkarahisar, Isparta, Burdur, Denizli, Aydın, İzmir, Manisa, Balıkesir, Çanakkale, Bursa, Bilecik, Eskişehir, Kocaeli, Sakarya, Çorum, Sinop, Samsun, Amasya, Tokat, Ordu, Artvin, Erzincan, Bitlis, Elâzığ, Malatya, Gaziantep, Kahramanmaraş, Sivas, Ankara, Kırşehir, Kayseri, Niğde, Konya, Adana, Mersin, Antalya, Kırklareli, Tekirdağ
2. Dövülmüş buğday; yağ ve etten yapılan bir çeşit yemek	Uşak, Afyonkarahisar, Çorum
3. Kaynamış buğday	Uşak
4. Dövülmüş buğday ve etten yapılan bir tür yemek	Şanlıurfa
5. Bir yemek	Elâzığ
6. Dövme pilavı	Mersin

Yukarıdaki tabloya ek olarak TDK Zanaat Terimleri sözlüğünde (2025) keşkeğin Isparta, Karaman ve Konya şehirlerinde 'kabuksuz buğdaydan yapılan yemek' şeklinde bir kelime anlamının olduğu görülmektedir. Anadolu'da keşkek sadece bu adla kullanılmamaktadır. Çelik vd. (2021: 267) keşkeğin şehirlerdeki diğer isimleri Tablo 3'teki gibi vermiştir.

Tablo 3. Keşkeğin Şehirlerdeki Diğer İsimleri

Yöredeki Adı	Şehirler
Aşür	Hatay, Erzincan
Etli aşür, Etli aşure	Erzincan
Çideme	Malatya
Dövme Pilavı	Mersin
Gendeme	Ordu
Gendime	Giresun, Artvin
Gendime pilavı	Gümüşhane
Halise	Ağrı
Haşıl	Sivas, Kars
Herise	Gaziantep, Tekirdağ
Herse	Rize, Bayburt, Diyarbakır, Muş, Aksaray
Hıntiyye	Siirt
Hrisi	Adana, Hatay
Kara fırın	Karabük
Keşgâh	Kırşehir
Masuta	Elâzığ

Tablo 3'te görüldüğü üzere keşkek yerine kullanılan 16 tane isim bulunmaktadır. Bu isimlere ek olarak Tablo 2'de verilen 'dövme pilavı' da keşkek kelimesi yerine kullanılmaktadır. Ayrıca Özen Eratalay (2019: 18) çalışmasında, Batı Anadolu bölgesinde yörükler tarafından 'dövme aşı/dövmeş aşı/dövmeş' gibi adların kullanıldığını belirtmektedir.

Keşkek Yemeğinin Tarihsel Gelişimi

Keşkek, Anadolu'da önemli bir yere sahip olan geleneksel bir yemektir. Bu yemeğin kökeni hakkında çeşitli akademik çalışmalar yer almakta olup, tarihsel süreç içerisinde farklı coğrafyalarda benzer yemeklere rastlanmaktadır. Keşkek yemeği, kökeni Orta Asya'ya kadar uzanan bir Anadolu yemeği olarak kabul edilmektedir (Eröz, 1984). Türklerin Anadolu'ya göç sürecinde, yanlarında taşıdıkları yemek çeşitlerinden biri olan keşkek, zamanla Anadolu'nun yerel malzemeleriyle zenginleşmiş ve farklı yöresel tariflerle çeşitlenmiştir. Özellikle düğün, sünnet ve dini bayram gibi özel günlerde hazırlanması, keşkek yemeğinin sosyal ritüellerle sıkı bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir (Teyin, 2020).

Keşkek yemeğinin en eski kayıtların 11. yüzyıla kadar uzandığı ve keşkeğe benzer tekniklerle yapılan yemeklere Orta Asya ve İran mutfaklarında da rastlandığı görülmektedir. Özellikle Kaşgarlı Mahmud'un 11. yüzyılda yazdığı Divânü Lügati't-Türk adlı eserinde geçen 'aş' ve 'herse' gibi yemek tariflerinin, günümüz keşkek yemeğine benzer özellikleri taşıdığı öne sürülmektedir (Kaşgarlı Mahmud, 2005). Tahıl ve etin birlikte pişirilmesiyle hazırlanan bu tür yemekler, eski Türk boylarının beslenmesinde önemli bir yer tutmuştur. Orta Asya'daki Türk topluluklarının göçebe ve yarı-göçebe yaşam tarzında oldukları süreçte keşkek karın doyurma amacıyla zorunlu olarak tüketilmiştir.

Orta Asya mutfağında yer alan ve keşkek ile benzer özellikleri taşıyan bir diğer yemek ise 'keşke' veya 'kaşka' olarak besin içeren bir besindir. Orta Asya'daki Kazak, Kırgız ve Uygur bölümleri arasında dayalı olarak, uzun süre pişirilen yemeklerin yaygın olduğu bilinmektedir. Örneğin, Kazak ve Kırgız mutfaklarında yer alan 'kaşka' adlı yemek, dövme buğdayı ve etin kaynatılmasıyla elde edilen ve keşkekle büyük benzerlik taşıyan bir yemektir (Ögel, 1981). Bu durum, keşkek yemeğinin kökeninin Orta Asya'ya dayandığını ve çağdaş Anadolu mutfağına uyarlanarak kültürel aktarımı göz önüne sermektedir. Özellikle 11. yüzyıldan itibaren Anadolu'ya göç eden Oğuz Türkleri, geleneksel yemeklerini de beraberlerinde getirmişlerdir. Bu bağlamda, Orta Asya'da 'kaşka' veya 'herse' adıyla bilinen yemeklerin Anadolu'da keşkek adıyla anılmaya başlandığı bilinmektedir. Osmanlı döneminde keşkek, özellikle tören yemekleri arasında yer almış ve resmi kayıtlara geçmiştir (Yerasimos, 2002).

Benzer şekilde, 14. yüzyılda Timur İmparatorluğu döneminde yazılan Zafarnâme adlı eserde, savaşçıların güç kazanması için tükendiği keşkek ve benzeri karışımlı yemeklerden bahsedilmektedir (Yazdî, 1997). Bu tür yemeklerin, özellikle kış aylarında veya uzun süren yolculuklar sırasında tüketildiği ve fiziksel gücün arttığı ifade edilmektedir. Keşkek ile benzerlik taşıyan bu yemeklerin, Türklerin Orta Asya'dan Anadolu'ya göçleri ile Osmanlı mutfağına evrildiği düşünülmektedir.

1503 tarihli bir Şam yazması eserde Arap-İslam mutfağında 'kişkak' adıyla bilinen bir keşkek versiyonunun olduğu bilinmektedir. François Aubaile Sallenave'nin kaleme aldığı bu kaynak, 15. ve 16. yüzyıllarda Suriye'deki kent soylularının mutfağında, et ve buğdayın birlikte kaynatılmasıyla hazırlanan bu yemeğin tüketildiğini göstermektedir (Çekiç, 2015). Kişkak, et ve buğdayın birlikte uzun süre kaynatılmasıyla yapılan bir yemek olarak bilinmektedir (Aubaile, 2003). Bu tarif, günümüzde Anadolu'da yapılan keşkekle büyük benzerlikler sağlamakta ve yemeğin kökenleri hakkında önemli bir referans noktası oluşturmaktadır. Günümüzdeki keşkek tarifleri ile benzer Osmanlı mutfak kültürü üzerine yapılan incelemelerde de keşkek benzeri yemeklerin varlığına dair çeşitli kayıtlar bulunmaktadır (Yerasimos, 2002).

18. yüzyıla ait Osmanlı mutfak kayıtlarında, özellikle saray mutfağında ve büyük ziyafetlerde keşkek adıyla bir yemeğin yapıldığına dair verilere rastlanmaktadır (Yerasimos, 2002). Evliya Çelebi'nin Seyahatnâme adlı eserinde de keşkekten bahsedilmekte olup, bu yemeğin Osmanlı coğrafyasında yaygın bir tüketim alanına sahip olduğu belirtilmektedir (Evliya Çelebi, 1896). Bu bilgiler çerçevesinde keşkek hem Osmanlı mutfağında hem de daha önceki dönemlerde geleneksel bir yemek olarak varlığını sürdürmüş ve günümüze kadar süregelmiştir. Keşkek, günümüzde özellikle Anadolu'da bilinen geleneksel bir yemek olmakla birlikte, tarihi kökenleri Orta Asya'ya kadar uzanan bir kültürel mirastır.

TÜRKİYE'DEKİ COĞRAFİ İŞARETLİ KEŞKEKLER

Coğrafi işaret, belirli bir yöre, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünlerin, bu coğrafi kaynaklarına bağlı olarak sahip oldukları nitelik, ün veya diğer özellikleri korumak amacıyla kullanılan bir işarettir (Uygun vd., 2021: 92). Coğrafi işaretler, ürünün kaynağına, üretim yöntemine ve geleneksel bilgiye dayalı olarak özgün nitelikler taşıdığını göstermektedir. Bu kavram, menşe adı ve mahreç işareti olarak iki ana kategoride ele alınmaktadır.

Menşe adı, tüm üretim, işleme ve diğer işlemlerin belirli bir coğrafi alanda gerçekleştirildiği ve ürünün tüm özelliklerini bu coğrafi çevre ve insan faktörlerinin birlikte sağladığı ürünleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Mahreç işareti ise ürünün belirli bir coğrafi alandan kaynaklandığını ve bu alanın ürüne özgü belirli bir niteliği, ünü veya diğer karakteristik özellikleri kazandırdığını ifade etmektedir; ancak üretim sürecinin tüm aşamalarının o bölgede gerçekleşmesi şartı aranmamaktadır.

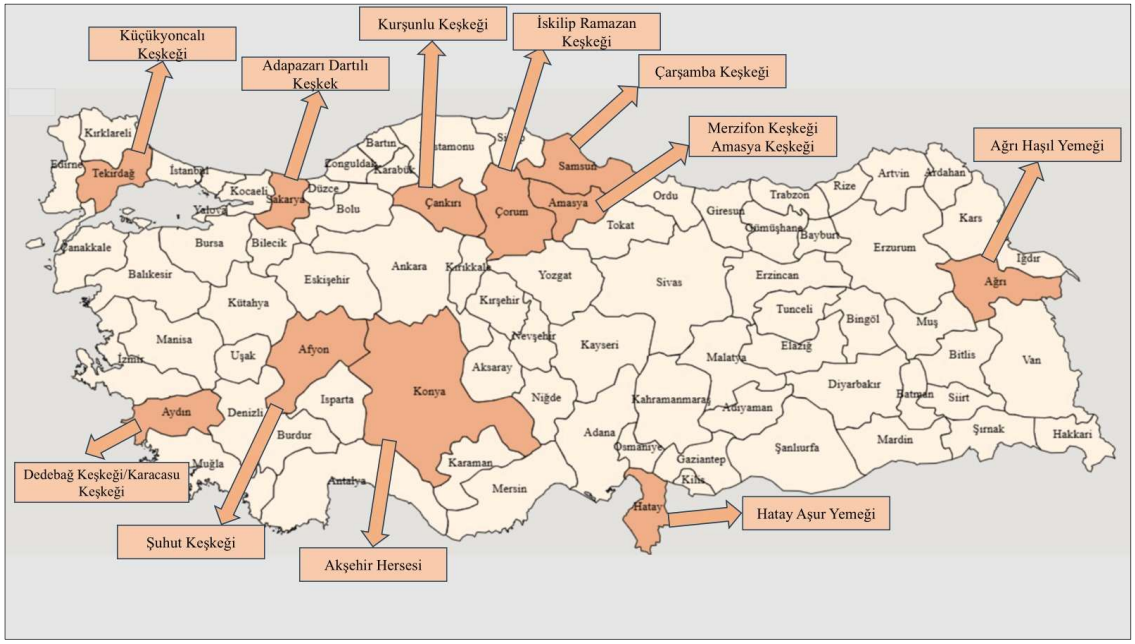
Coğrafi işaretler hem üreticilerin emeklerinin korunmasını sağlamakta hem de tüketicilerin ürünlerin kökeni ve kalitesi hakkında doğru bilgiye ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca kırsal kalkınmanın desteklenmesi ve yerel ekonomilerin güçlendirilmesi açısından da önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Uygun vd., 2021: 93). Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip olan keşkek türleri, bu yemeğin yöresel çeşitliliğini ve kültürel değerini ortaya koymaktadır. Çalışmanın bu bölümünde coğrafi işaretli keşkekler incelenmiş, tescil bulunan şehirler haritada gösterilmiş ve coğrafi işaretli keşkekler içeriğindeki malzemelere göre tablolarda gösterilerek değerlendirilmiştir. Tablo 4'te Türkiye'de tescil alan coğrafi işaretli keşkeklere yer verilmiştir.

Tablo 4. Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Keşkekler

No	Keşkek Adı	Şehir	Coğrafi İşaret Türü	Tescil Yılı	Tescil Ettiren
1	Adapazarı Dartılı Keşkeği	Sakarya	Mahreç İşareti	2013	Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası
2	Merzifon Keşkeği	Amasya	Mahreç İşareti	2014	Merzifon Belediyesi
3	Şuhut Keşkeği	Afyonkarahisar	Mahreç İşareti	2018	Şuhut Belediyesi
4	Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği	Aydın	Mahreç İşareti	2021	Nazilli Ticaret Odası
5	İskilip Ramazan Keşkeği	Çorum	Mahreç İşareti	2021	İskilip Belediyesi
6	Amasya Keşkeği	Amasya	Mahreç İşareti	2022	Yeşilırmak Havzası Kalkınma Birliği
7	Akşehir Hersesi	Konya	Mahreç İşareti	2022	Akşehir Belediyesi
8	Ağrı Haşıl Yemeği	Ağrı	Mahreç İşareti	2022	Ağrı İl Özel İdaresi
9	Çarşamba Keşkeği	Samsun	Mahreç İşareti	2023	Çarşamba Belediyesi
10	Kurşunlu Keşkeği	Çankırı	Mahreç İşareti	2024	Kurşunlu Belediyesi
11	Küçükyoncalı Keşkeği	Tekirdağ	Mahreç İşareti	2024	Saray Belediyesi
12	Hatay Aşur Yemeği	Hatay	Mahreç İşareti	2025	Hatay Valiliği

Coğrafi işaret portalında (2025) keşkek ve keşkek yerine kullanılan diğer adlarla arama yapılmıştır. Bunun sonucunda Tablo 4'e göre Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip 12 adet keşkek bulunmaktadır. İlk tescillenen keşkek 2013 yılında 'Adapazarı Dartılı Keşkek' olmuştur. Son tescillenen keşkek ise 2025 yılında 'Hatay Aşur Yemeği' olmuştur. Keşkeklerin tamamı mahreç işareti şeklinde tescillenmiştir. Tescillenen keşkeklerin şehirlerine bakıldığında 11 farklı şehir karşımıza çıkmaktadır. Amasya, hem 'Amasya Keşkeği' hem de 'Merzifon Keşkeği'ni tescil ettirmiştir. Amasya, 1 şehirden 2 farklı keşkek tesciliyle dikkat çekmektedir. Keşkekle ilgili coğrafi işaretli şehirlerin bölgesel dağılımına bakıldığında Karadeniz Bölgesi 3 şehir ile başı çekmektedir. Marmara, Ege, İç Anadolu Bölgelerinden 2'şer şehir bulunmaktadır. Doğu Anadolu ve Akdeniz Bölgelerinden 1 şehir keşkeğini tescil ettirmiştir. 2025 yılı mayıs ayı itibariyle Güneydoğu Anadolu Bölgesinden hiçbir şehrin keşkeğini tescil ettirmediği görülmektedir. Ayrıca Çorum Alaca Keşkeği ve Aydın Söke Keşkeği 2023 yılında, Çankırı Ilgaz Keşkeği 2025 yılında Türk Patent ve Marka Kurumuna coğrafi işaret tescili için başvurmuştur. 2025 Mayıs itibariyle süreç hala başvuru aşamasındadır.
Çalışmada coğrafi işaretli keşkeklerin Tablo 4'te gösterimine ek olarak Görsel 1'de Türkiye haritası üzerinde gösterilmiştir.

Görsel 1. Coğrafi İşaretli Keşkek Tescili Olan Şehirler ve Tescilli Keşkekler Haritası



Türkiye'de coğrafi işaret tesciline sahip olan keşkek türleri, bu yemeğin yöresel çeşitliliğini ve kültürel değerini ortaya koymaktadır. Coğrafi işaretli keşkekler; kullanılan malzeme, yapılış şekli, et ürünü, süt ürünü ve tahıl ürünü kullanımı gibi özellikler yönünden çeşitlenmektedir. Coğrafi işaretli keşkeklerde et ürünü kullanımı Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Coğrafi İşaretli Keşkeklerde Et ve Et Ürünü Kullanımı

Keşkek Adı	Adapazarı Dartlı Keşkek	Merzifon Keşkeği	Şuhut Keşkeği	Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği	İskilip Ramazan Keşkeği	Amasya Keşkeği	Akşehir Hersesi	Ağrı Haşıl Yemeği	Çarşamba Keşkeği	Kurşunlu Keşkeği	Küçükyoncalı Keşkeği	Hatay Aşur Yemeği
Bütün Tavuk	X								X			
Tavuk Suyu	X								X			
Dana Eti							X					
Kemikli Dana Eti		X			X					X		
Dana Kemik İliği						X						
Kemiksiz Dana Eti												X
Koyun Eti						X						
Kemikli Koyun Eti					X							
Kurutulmuş Koyun Kaburga Eti							X					
Koyun İncik Eti												X
Koyun Kuyruk Yağı						X						
Kemikli Kuzu Eti		X								X	X	
Kurutulmuş Keçi Kaburga Eti							X					
Erkeç Eti				X								
Kemiksiz Et			X									
Zıpkın Eti			X									
Kemikli Düve Eti										X		
Lola Kemiği			X									
Kırılmış Kaval Kemiği							X					
Kemik Suyu										X		

Tablo 5'te 12 adet coğrafi işaret tescilli keşkek, içerisinde kullanılan et ve et ürünlerine göre sınıflandırılmıştır. Et ve et ürünü isimleri tescil belgelerindeki isimleriyle yer almıştır. Böylelikle 20 farklı et ve et ürünü türü ortaya çıkmıştır. Tabloda verilen et ve et ürünü isimleri kendi içerisinde tavuk eti, dana eti, koyun eti, kuzu eti, keçi eti, özel etler ve kemikler olmak üzere 7 grubu ayrılabilir. Bu bilgiler doğrultusunda tabloyla ilgili detaylar aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- Tabloda görüldüğü üzere 11 adet keşkeğin içerisinde et ve/veya et ürünü bulunmaktadır. Sadece Ağrı Haşıl Yemeğinde et ve et ürünü bulunmamaktadır. Et ve et ürünü bulunmamasının yanı sıra Ağrı Haşıl Yemeğinde isteğe bağlı olarak 'çiriş otu' kullanılmaktadır. Çiriş otu (*Asphodelus aestivus L.*), Asphodelaceae familyasına ait çok yıllık bir bitkidir. Yaprakları pırasa yaprağına benzese de daha küçüktür. Halk arasında 'yabani pırasa, güllük, yeling otu, sarı zambak' gibi isimlerle anılmaktadır. Afrika, Arap ülkeleri, Mısır, Türkiye ve Avrupa'nın bazı bölgelerinde doğal olarak yetişmektedir. Türkiye'de Doğu ve Güneydoğu Anadolu ile İç Anadolu'nun dağlık kesimlerinde yaygındır. Türk mutfağında özellikle bahsi geçen bu bölgelerin yöresel mutfaklarında kullanılmaktadır (Badayman vd., 2018: 51). Böylelikle Ağrı'da geleneksel bir yemek olan keşkek ile yöresel bir malzeme olan çiriş otu buluşarak Türkiye'nin tek coğrafi işaretli etsiz ve otlu keşkeği ortaya çıkmıştır.
- Adapazarı Dartılı Keşkek ve Çarşamba Keşkeğinin yapımında sadece tavuk eti ve tavuk suyu kullanılmaktadır. Sadece bu 2 keşkek, Türkiye'nin coğrafi işaretli tavuklu keşkeği olarak karşımıza çıkmaktadır.
- 12 keşkeğin 10 tanesinde seçenekli olarak en az 2 tane et ve et ürünü kullanılabilmektedir. Sadece Dedebağ/Karacasu ve Küçükyoncalı keşkeklerinde seçeneksiz olarak 1 adet et ürünü bulunmaktadır. Küçükyoncalı keşkeğinde sadece kemikli kuzu eti tercih edilirken, Dedebağ/Karacasu keşkeğinin yapımında 'erkeç eti' yer almaktadır. Erkeç, TDK Güncel Sözlüğe (2025) göre 'iğdiş edilmiş (kısırlaştırılmış), üç yaşından büyük erkek keçi' olarak tanımlanmaktadır. Dedebağ/Karacasu keşkeğinde kullanılan erkeç eti, bu keşkeği özel kılmaktadır. Çünkü diğer coğrafi işaretli keşkeklere bakıldığında sadece Dedebağ/Karacasu keşkeğinde taze olarak keçi eti tercih edilmektedir.
- Dedebağ/Karacasu keşkeğinde keçi eti taze olarak kullanılırken Akşehir hersesinde dana etinin yanı sıra kurutulmuş olarak keçi veya kuzu eti de tercih edilmektedir. Akşehir Hersesi'nde kullanılan kurutulmuş et, koyun ve keçilerin kaburga etrafındaki etlerinin kaya tuzu ile tuzlanıp tülbentlere sarılarak güneşte kurutulmasıyla hazırlanmaktadır. Türkiye'de coğrafi işaretli keşkekler arasında Akşehir Hersesi, kurutulmuş et kullanılan tek keşkek olma konumunda yer almaktadır.
- Kurşunlu keşkeğinin yapımında kemikli dana veya kuzu eti tercih etmenin yanı sıra kemikli düve eti de kullanılabilmektedir. Düve, doğum yapmamış ancak doğurma vasfında dişi sığır olarak tanımlanmaktadır (Tıknazoğlu, 2010: 1). Kurşunlu keşkeği kemikli düve eti kullanımda tek başına listede yer almaktadır.
- Amasya Keşkeği, koyun kuyruk yağı kullanımı açısından tektir. Aynı şekilde Hatay Aşur Yemeği, koyun incik eti tercih edilen tek keşkek olma özelliğine sahiptir. Merzifon ve İskilip Ramazan keşkeklerinde kemikli et kullanılmakta ve türü isteğe bağlı olarak dana, kuzu ve koyun olarak değişebilmektedir.

Coğrafi işaret tescil belgesine göre, Şuhut Keşkeğinin yapımında, toprak çömleğin tabanına zıpkın eti ve kemiksiz et konulur, ardından lola kemiği etin üzerine uygun bir şekilde yerleştirilir. Görüldüğü üzere Şuhut keşkeği, lola kemiği ve zıpkın eti gibi yöresel ifadeler kullanılmaktadır. Zıpkın, yörede yetiştirilen büyükbaş hayvanların sırt kısmının kuyruğa yakın bölümüne verilen isimdir. Hayvanın bu bölgesindeki yağ dokusu ince ve yoğun olduğundan, etin kalitesi yüksek olmaktadır.

Ayrıca, zıpkının kemiği, hayvanın en yoğun ilikli bölgesidir ve içindeki yağ, keşkeğin kıvamını elde etmesine yardımcı olmaktadır (Kültür Portalı, t.y.).

Tablo 6. Coğrafi İşaretli Keşkeklerde Süt ve Süt Ürünü Kullanımı

	Süt ve Süt Ürünleri			
Keşkek Adı	**Süt (Keşkek Malzemesi)**	**Tereyağı (Keşkek Malzemesi)**	**Tereyağı (Sos Malzemesi)**	**Kaymak (Keşkek Malzemesi)**
Adapazarı Dartılı Keşkek	X		X	
Merzifon Keşkeği		X	X	
Şuhut Keşkeği			X	X
Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği			X	
İskilip Ramazan Keşkeği		X		
Amasya Keşkeği				
Akşehir Hersesi				
Ağrı Haşıl Yemeği		X	X	
Çarşamba Keşkeği			X	
Kurşunlu Keşkeği			X	
Küçükyoncalı Keşkeği	X	X	X	
Hatay Aşur Yemeği			X	

Tablo 6'da coğrafi işaretli keşkeklerde süt ve süt ürünü kullanımına yer verilmiştir. Tablodan çıkan detaylar aşağıda verilmiştir:

- Adapazarı Dartılı Keşkeğinde dartın hazırlanmasında süt kullanılmaktadır. Sütten hazırlanan dartı; eritilen tereyağı, kırmızı biber ve karabiberle birleştirilip keşkeğin üzerine dökülerek servis edilmektedir.
- Küçükyoncalı Keşkeği, içerisine süt eklenerek hazırlanmaktadır. Keşkeğin yapılışı incelendiğinde, ayıklanan ve yıkanan keşkekler odun ateşinde kazanlara konularak pişirmeye bırakılmaktadır. Kaynamaya başlayıp biraz yumuşadıktan sonra içerisine inek sütü ve tereyağı ilave edilmektedir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2024).
- Merzifon Keşkeği ve İskilip Ramazan Keşkeğinde tereyağı keşkek malzemesi olarak pişirme öncesinde çömlek kabın içerisine eklenmektedir. Ağrı Haşıl Yemeğinde ise bulgur ve yarmanın 30 dk pişirmesinin ardından tereyağı eklenmektedir.
- Tabloda verilen 12 adet keşkeğin 9 tanesinde tereyağı sos malzemesi olarak kullanılmaktadır. Tereyağı; dartı, baharat, salça gibi ürünlerle birleştirilerek veya sade olarak keşkeklerin üzerine dökülmektedir. Tereyağı, coğrafi işaretli keşkeklerde sos ve keşkek malzemesi olarak en çok kullanılan süt ürünü olma özelliğine sahiptir.

- Amasya Keşkeği ve Akşehir Hersesinin yapılış ve servisinde süt ve süt ürünleri kullanılmamaktadır. Amasya'da keşkeğin üzerine yemeğin yağıyla hazırlanan sos dökülmektedir.
- Coğrafi işaretli keşkeklerde süt ürünü kullanımı olarak genelde süt ve tereyağı görülse de Şuhut Keşkeği, kaymak kullanımı ile farklı bir süt ürünün kullanıldığı tek keşkektir. Şuhut Keşkeğinde malzemeler çömleğe yerleştirilip 12-15 saat boyunca pişirilmektedir. Pişirme sonrası kemikler ayrıştırılmakta ve gerekirse sıcak su eklenerek kıvam ayarlanmaktadır. Afyon Kaymağı ilave edilip dövme kepçesiyle ezilerek tüm malzemeler lif lif olana dek karıştırılmaktadır. (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2018).

Tablo 7. Coğrafi İşaretli Keşkeklerde Bakliyat, Tahıl ve Tahıl Ürünü Kullanımı

	Bakliyat, Tahıl ve Tahıl Ürünü								
Keşkek Adı	**Aşurelik Buğday**	**Keşkeklik Buğday**	**Döğmelik Buğday**	**Dövme Buğday**	**Nohut**	**Bulgur**	**Göce**	**Dene (Dövülmüş Çıkmış Kabuğu Buğday)**	**Yarma**
Adapazarı Dartılı Keşkek	X								
Merzifon Keşkeği	X				X				
Şuhut Keşkeği					X		X		
Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği	X								X
İskilip Ramazan Keşkeği									X
Amasya Keşkeği	X				X				
Akşehir Hersesi									X
Ağrı Haşıl Yemeği						X			X
Çarşamba Keşkeği			X						
Kurşunlu Keşkeği								X	
Küçükyoncalı Keşkeği		X							
Hatay Aşur Yemeği				X	X				

Tablo 7'de 12 adet coğrafi işaret tescilli keşkeğin içerisinde kullanılan tahıl ve bakliyat ürünlerine yer verilmiştir. Tahıl ve bakliyat ürünlerinin adları tescil belgelerindeki veriliş şekliye yukarıda yer almıştır.

Türk mutfağında buğday, farklı işleme yöntemleriyle çeşitlendirilmiş ve her biri geleneksel yemeklerde farklı adlarla anılan ürünlere dönüştürülmüştür. Ancak bu terimler–yarma, dövme, göce, dene, döğme, keşkeklik buğday, aşurelik buğday–çoğu zaman birbirine çok benzemekte ve bölgesel farklara bağlı olarak birbiri yerine kullanılabilmektedir. Örneğin, yarma bazı kaynaklarda haşlanmadan kırılmış buğdayı ifade ederken (Güldemir ve Özdemir, 2022: 193), TDK Güncel Sözlükte 'dövülerek gelişigüzel kırılan ve kabuğu çıkarılan buğday; dövme' olarak tanımlanmıştır. Göce, kabuğu soyulmuş ve kırılmış buğdaydır; daha çok tarhana ya da bulgur yapımında kullanılmaktadır (TDK, 2025). Dene diğer adıyla 'aşlık', Eskişehir ve Çankırı yöresinde 'kabuğu dövülerek soyulmuş buğday' anlamında kullanılmaktadır. Dövme buğday, 'döğülüp kabuğu çıkartılmış buğday, yarma' (Tokat, Gaziantep, Niğde, Adana) olarak sözlükte geçmektedir (TDK Derleme Sözlüğü, 2025).
Buğday türleri arasındaki adlandırma farklılıkları, coğrafi bölgelere, yerel ağızlara ve kullanım alanlarına göre değişiklik göstermektedir. Aynı işlemden geçmiş buğday, bir bölgede 'yarma' olarak bilinirken başka bir yerde 'dövme' ya da 'keşkeklik buğday' şeklinde adlandırılmaktadır. Örneğin, bazı kaynaklarda aşurelik buğday doğrudan dövme ya da döğme ile eş tutulurken (Yıldırım ve Sönmezdağ, 2018: 567; Gürsoy, 2024: 39; Tan, 2018: 26), başka bir kaynakta yarma olarak da adlandırılmaktadır (Aykut, 1987). Sonuç olarak, bu terimlerin hepsi aynı temel buğday işleme geleneğinden türemiştir ve aralarındaki ayrımlar kesin hatlarla çizilmemiştir. Dolayısıyla buğdayın türü değil, nasıl işlendiği ve hangi yemekte kullanılacağı önem kazanmaktadır. Bu durum, buğdayın Türk mutfak kültüründeki zenginliğini ve çok yönlülüğünü göstermektedir.
Buğdayla ilgili bilgiler doğrultusunda yukarıdaki tablo değerlendirildiğinde;

- Adapazarı Dartılı, Merzifon, Dedebağ/Karacasu ve Amasya keşkeklerinde adı 'aşurelik buğday' olan buğdayın kullanılması dikkat çekmektedir. Bu durum, buğdayın aşurelik veya keşkeklik olarak ayrılmasına rağmen birbiri yerine kullanıldığını ve aynı anlamlara geldiğini göstermektedir.
- Küçükyoncalı keşkeğinde amacına uygun ismin verildiği buğday işleme şekli olan 'keşkeklik buğday' kullanılmaktadır. Bu durum sadece Küçükyoncalı keşkeğine özgüdür.
- Merzifon, Şuhut, Amasya keşkeklerinde ve Hatay Aşur yemeğinde buğdaya eşlikçi olarak nohut kullanımı dikkat çekmektedir.
- Ağrı Haşıl yemeğinde yarma buğday ile bulgur kullanımı da görülmektedir. Coğrafi işaretli keşkekler arasında bulgur kullanımı sadece Ağrı Haşıl yemeğine has bir özellik göstermektedir.

Coğrafi İşaretli Keşkeklerde Kullanılan Terimler

Geleneksel bir yemek olan, yüzyıllardır Anadolu'da bilinen ve tüketilen keşkek, kendi kelime dağarcığını geliştirmiştir. Türkiye'de coğrafi işaret almış keşkeklerin tescil belgelerine bakıldığında keşkeğin yapılışı, tekniği veya kullanılan araç-gereçlerle ilgili terimler kullanılmaktadır. Bu terimler Tablo 8'de verilmiş ve ayrı ayrı incelenmiştir.

Tablo 8. Coğrafi İşaretli Keşkeklerde Kullanılan Terimler

Keşkek Adı	Kullanılan Terim	Şehir
Adapazarı Dartılı Keşkek	Dartı	Sakarya
Amasya Keşkeği	Cab	Amasya
Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği	Keşkek dövme	Aydın
Kurşunlu Keşkeği	Et ditme, Fişek	Çankırı
Çarşamba Keşkeği	Güdelleme	Samsun

Tablo 8'de keşkek ile ilgili kullanılan terimler ve yöresi verilmiştir. Yukarıdaki keşkekler coğrafi işaret tesciline sahiptir. Kullanılan terimler, coğrafi işaret tescil belgelerinden, sözlüklerden ve kaynaklardan aranarak açıklanmıştır. İlk incelenen terim 'dartı'dır. Dartı, Adapazarı Dartılı keşkeğinin adında doğrudan geçmektedir. Dartı, Kocaeli, Sakarya, İzmir ve Antalya gibi bölgelerde Manav kültürüne özgü olarak üretilen, çiğ süt kremasından elde edilen geleneksel bir süt ürünüdür (Cumhur, 2018: 153). Dartının hammaddesi, süt yağından elde edilen kaymak olup, üretim sürecinde kaymakla birlikte süt bileşenlerinin kavrulmasıyla hazırlanmaktadır. Bu nedenle ürün, bazı yörelerde kaymak kavurması olarak da adlandırılmaktadır. Ayrıca, dartı farklı bölgelerde tartı ya da süt kattığı gibi isimlerle de bilinmektedir (Cumhur, 2019: 734). Dartı, Adapazarı Dartılı Keşkeğinin tescil belgesinde vazgeçilmez bir yardımcı eleman olarak belirtilmiştir ve dartının yapılışı aşağıdaki gibi verilmiştir:

Dartı üretiminde, 6 ila 7 litre çiğ süt, kaynatılmadan önce yaklaşık 1,5 ila 3 saat bekletilir. Bu sürede sütün yüzeyinde oluşan yağlı tabaka dikkatlice toplanarak bir tencerede biriktirilir. Tencerede biriken bu kaymak tabakası, kısık ateşte yavaş yavaş pişirilir. Isıtma sürecinde kaymak koyulaşır, rengi kırmızıya döner ve yüzeyde karakteristik gözenekli bir yapı-küçük krater benzeri boşluklar-oluşur. Bu aşama, dartının pişirme sürecinin tamamlandığını göstermektedir. Ocaktan alınan ürün, bir kaba aktarılır ve burada soğumaya bırakılır. Soğudukça, yağlı kısım üstte, tortu kısmı ise altta toplanarak doğal bir tabaka ayrımı gerçekleşmektedir.

Cab terimi, Amasya keşkeğinin tescil belgesinde geçmektedir. Cab, keşkeğin yapımında kullanılan çömleğe verilen isimdir. TDK Derleme sözlüğüne (2025) bakıldığında cab, Amasya yöresinde 'küçük toprak testi' olarak bilinirken Samsun'da ise 'küp, sırlı su küpü' olarak tanımlanmaktadır. Cab kelimesi; Sinop, Ordu, Sivas gibi şehirlerde 'cap' olarak bilinmekte ve 'güveç, toprak tencere' anlamında kullanılmaktadır.

Keşkek dövme, Tablo 8'de Dedebağ Keşkeği/Karacasu Keşkeği tescil belgesinde geçtiği için Aydın yöresiyle ilişkilendirilse de Anadolu'nun çoğu şehrinde bilinen ve uygulanan bir terimdir. Keşkek dövme, geleneksel keşkek yapım sürecinin en önemli ve zahmetli aşamasıdır. Önceden haşlanmış buğday ve et, büyük kazanlara alınarak, tokmak adı verilen tahta dövme aletleriyle uzun süre ezilmektedir. Tokmak ifadesi; Isparta, Burdur, Çanakkale, Denizli, Malatya, Ankara, Kocaeli şehirlerinde 'soku' adıyla kullanılmaktadır (TDK Derleme Sözlüğü, 2025). Keşkek dövme işlemi sırasında tokmaklarla kazan tabanına ritmik şekilde vurularak, malzemelerin iyice parçalanması ve birbirine karışması sağlanmaktadır. Genellikle düğün, bayram ve benzeri toplu etkinliklerde gerçekleştirilen keşkek dövme işlemi, imece usulüyle, deneyimli aşçılar ve gönüllülerin katılımıyla yapılmaktadır.

Örneğin Antalya Korkuteli ilçesi ve çevresindeki düğünlerde geleneksel olarak, düğünlerden önce keşkeklik buğday, taş dibeklerde gençler tarafından sırayla dövülerek kabuğundan ayrılmaktadır. Bu işlem, 'keşkek dövme' adı verilen ritüel eşliğinde, davul zurna eşliğinde neşeyle gerçekleştirilmektedir (Gök ve Savaş, 2023: 107). Manisa'nın Kula ilçesi ve çevresindeki Yaren geleneğinin ele alındığı çalışmada, yaren düğünlerinde keşkek dövme sürecinin yalnızca bir yemek hazırlığı değil, aynı zamanda eğlenceli ve coşkulu bir toplumsal gösterim olduğu belirtilmiştir. Geleneksel olarak büyük tahta kepçelerle yapılan keşkek dövme işlemi, davul-zurna eşliğinde gerçekleşmekte; bu sırada oyunlar oynanmakta, maniler söylenmektedir. Gösteriye katılanlara, düğün sahibi tarafından mendil, havlu, gömlek ya da para gibi küçük hediyeler verildiği aktarılmıştır (Arslan, 2010: 77).

Fedakâr ve Acar, (2022: 73) yaptıkları çalışmada düğün yemeği olarak keşkeğe ve keşkek dövme konusuna yer vermişlerdir. Çalışmada, keşkek dövmenin düğün törenlerinin en önemli aşamalarından biri olduğu belirtilmiş ve bu aşamalar şöyle aktarılmıştır: Düğün yemeği olarak hazırlanan keşkek için, keşkeklik buğday bir gün önceden kadınlar tarafından ayıklanır. Düğün günü, buğday dibeklere dökülür ve erkekler tarafından özel tokmaklarla ritmik şekilde dövülerek ezilir. Yorulanların yerine sıradakiler geçer ve işlem imece usulüyle sürdürülür. Geleneksel kurallara bağlı olarak yürütülen bu uygulama, aynı zamanda bekar erkekler için kendilerini gösterme fırsatı sunmaktadır. Sonuç olarak keşkek dövmeyle ilgili örnek çalışmalardan da anlaşıldığı üzere 'keşkek dövme' bir terimin ötesinde kültürel ve sosyal paylaşımın bir aracıdır.

Et ditme, Kurşunlu keşkeğinin tescil belgesinde geçmekte olan bir ifadedir. Ditme, Güncel Türkçe Sözlükte 'ditmek işi' olarak tanımlanmaktadır. Ditmek, ise 'elle çok küçük parçalara ayırmak' anlamı taşımaktadır. Ditmek kelimesinin kökenine bakıldığında, Eski Türkçe tıt- veya tit- 'diş veya pençeyle parçalamak, yün veya pamuk didiklemek' fiilinden evrildiği görülmektedir (Nişanyan Sözlük, 2025). Ditmek, kelimesinin yerine 'didiklemek' kelimesi de kullanılmaktadır. Kurşunlu keşkeği tescil belgesinde ditmek şu şekilde aktarılmıştır: Etler kemiklerinden kendiliğinden ayrılır kıvama geldiğinde; kaya tuzu eklenir ve ateşten indirilir ve tamamen soğumadan 'et ditme' denilen işleme tabi tutularak etin miktarına göre yeteri kadar kişi tarafından ince ince parçalanır. Aynı şekilde Kurşunlu tescil belgesinde 'fişek' kelimesi de incelenmesi gereken bir terim olarak geçmektedir. Fişek, tahtadan yapılmış keşkek karıştırma ve dövme işleminin yapıldığı tokmağın bir diğer yöresel adıdır. Aynı zamanda Aydın, İzmir, Kocaeli, Kastamonu, Antalya, Sivas, Karaman şehirlerinde yayık tokmağı anlamında kullanılmaktadır. Fişek, genellikle yöresel olarak 'mişek', 'bişek', 'dipşek' gibi farklı adlarla, yayık yaymak (sütün ayranını ve yağını ayırmak için yayığı çalkalamak) için kullanılan tokmak olarak (Sevimli, 2024: 133) bilinse de Kurşunlu yöresinde keşkek dövmek için kullanılan tokmağa fişek isminin verilmesi bu durumu özel kılmaktadır.

Coğrafi işaretli keşkeklerin tescil belgelerinde yer alan terimlerden bir diğeri ise 'güdelleme'dir. Güdelleme, Çarşamba keşkeğinin tescil belgesinde yer almakta ve şöyle tarif edilmektedir: Keşkek yapmak için özel olarak üretilen uzun saplı tahta kepçe veya tokmak ile tüm bileşenler iyice ezilir. Bu işleme coğrafi sınırda güdelleme denir. Görüldüğü üzere güdelleme, keşkek dövme ve karıştırma işleminin yöredeki adıdır. Bu kelime kaynaklarda 'gödelleme' olarak da geçmektedir. Gösterir (2015: 174) yılında yaptığı çalışmada, gödelleme kelimesinin tanımını 'yemeği karıştırmak' olarak vermiştir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki coğrafi işaretli keşkeklerin tescil belgelerinde geçen yöresel terimler, sadece yemek tariflerinde kullanılan ifadeler değil; aynı zamanda bölgesel kültürün, geleneksel üretim yöntemlerinin ve yerel yaşamın yansımalarıdır. Bu terimler, keşkeğin her coğrafyada kendine özgü bir kimlik kazanmasına katkı sağlarken, kültürel mirasın korunmasında da önemli bir rol üstlenmektedir.

Geleneksel ifadelerin sözlü ve yazılı olarak yaşatılması, gastronomik çeşitliliğin sürdürülebilirliği açısından büyük değer taşımakta ve geleceğe aktarılması gereken zenginlikler arasında yer almaktadır.

TÜRKİYE'DEKİ COĞRAFİ İŞARET TESCİL POTANSİYELİ OLAN KEŞKEKLER

Türkiye'nin zengin gastronomik mirası içinde özel bir yere sahip olan keşkek, farklı bölgelerde kendine özgü malzeme ve pişirme teknikleriyle hazırlanarak kültürel çeşitliliğin güçlü bir ifadesi olmuştur. Özellikle Ege, İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölgelerinde yerel dokunuşlarla zenginleşen keşkek çeşitleri, coğrafi işaret alma potansiyeline sahiptir. Her yörenin kendi iklimi, tarım ürünleri ve geleneksel mutfak alışkanlıkları doğrultusunda farklılaşan bu yemekler, yerel kimliklerin korunması ve gastronomi turizminin desteklenmesi açısından büyük bir değer taşımaktadır.

Kültürel değeri bulunan gastronomik ürünlerin de bu çerçevede tescillenmesi tanınırlığa, bölgesel kalkınmaya, gastronomi destinasyonu olma yönünde olanak sağlamaktadır. Kültürel değeri olan keşkeğin de tescillenmesi bahsi geçen nedenlerden dolayı önem arz etmektedir. Türkiye'de yöresel ve bölgesel farklılıklar içeren onlarca keşkek çeşidi bulunmaktadır. Fakat coğrafi işaret tescili almış keşkek sayısı oldukça yetersiz olarak görülmektedir. Bu konu doğrultusunda Tablo 9'da Türkiye'nin her şehri ayrı ayrı değerlendirilerek keşkek tescil potansiyeli olan şehirler incelenmiştir.

Tablo 9. Türkiye'deki Yöresel Keşkekler

No	İl	Yöresel Keşkek Adı	Özellik/Farklılık	Hazırlanış Biçimi
1	Adana	Hrisi	Nohut, kimyon, karabiber kullanımı	Uzun süre pişirilerek krema kıvamına getirilir.
2	Adıyaman	Bilgi bulunmamaktadır.	Genel Anadolu keşkek tarifi uygulanır.	Klasik keşkek usulü, odun ateşinde pişirilir.
3	Afyonkarahisar	Keşkek	Geleneksel keşkek tarifi uygulanır	Kuzu etiyle odun ateşinde pişirilir.
4	Ağrı	Haşıl/Halise	Nohut, dana eti/tavşan eti kullanımı	Et önceden haşlanıp eklenir.
5	Aksaray	Herse	Kemikli et (özellikle kaburga) kullanılarak yapılır.	Çömlekte, tahta çömçe adlı tokmakla dövülerek pişirilir.
6	Amasya	Keşkek	Nohut ve et bol kullanılır	Odun ateşinde uzun süre pişirilir.
7	Ankara	Keşkek	Buğday ve et oranı dengelidir	Düğünlerde büyük kazanlarda yapılır.
8	Antalya	Keşkek	Daha hafif bir versiyon	Zeytinyağlı olarak da yapılabilir.
9	Ardahan	Keşkek	Soğan ve sarımsakla kavrulmuş kuzu eti, pul biber ile pişirilir.	Defne yaprağı kullanımı yaygındır.

10	Artvin	Herse	Tavuk eti kullanılır	Yoğurtsuz versiyonu yaygındır.
11	Aydın	Keşkek	Bol tereyağlı	Fırında da pişirilir.
12	Balıkesir	Keşkek	Dana eti yoğunlukla kullanılır	Yoğurtlu servis edilir.
13	Bartın	Keşkek	Klasik keşkek tarifi	Odun ateşinde dövülerek pişirilir.
14	Batman	Keşkek	Düğünlerde yaygındır	Yoğurt ve tereyağı eklenerek servis edilir.
15	Bayburt	Gendime	Et ve barbunya kullanımı	Barbunya ilavesiyle farklılaşır.
16	Bilecik	Keşkek	Geleneksel keşkek tarifi uygulanır	Odun ateşinde uzun süre pişirilir.
17	Bingöl	Herise	Kuzu eti ile yapılır	Kemikli etin uzun süre pişirilmesiyle hazırlanır.
18	Bitlis	Keşkek	Kemikli et ve yoğurt kullanılır	Yoğurtlu terbiyesiyle farklılaşır.
19	Bolu	Keşkek	Kuzu etiyle yapılır	Köylerde yaygındır.
20	Burdur	Keşkek	Düğünlerde yaygındır	Fırında pişirilen versiyonu vardır.
21	Bursa	Keşkek	Tane tane buğday kullanılır	Servis esnasında ayran eklenebilir.
22	Çanakkale	Keşkek	Deniz bölgesinde de yaygındır	Zeytinyağlı ve etli versiyonları bulunur.
23	Çankırı	Keşkek	Sade versiyonu yaygındır	Et oranı azdır.
24	Çorum	Keşkek	Kemikli et kullanılır	Uzun süre kaynatılır ve ezilir.
25	Denizli	Keşkek	Koyun etiyle yapılır	Fırında pişirilir.
26	Diyarbakır	Keşkek	Kemikli et, nohut, salça kullanımı	Salçalı versiyonuyla farklılaşır.
27	Düzce	Keşkek	Tavuklu ve etli versiyonları bulunur	Küçük kazanlarda uzun süre kaynatılır.
28	Edirne	Keşkek	Süt ve yoğurt kullanılır	Yoğurtlu sosla servis edilir.
29	Elâzığ	Masuta	Ayran ve yumurta kullanımı	Yoğurdun çorbamsı bir kıvamda olmasıyla farklılaşır.
30	Erzincan	Etli Aşüre	Et kullanılır	Geleneksel aşüreden farklı olarak etli hazırlanır.
31	Erzurum	Haşil	Tereyağı ve buğday kullanılır	Tuzsuz pişirilip tereyağı eklenir.

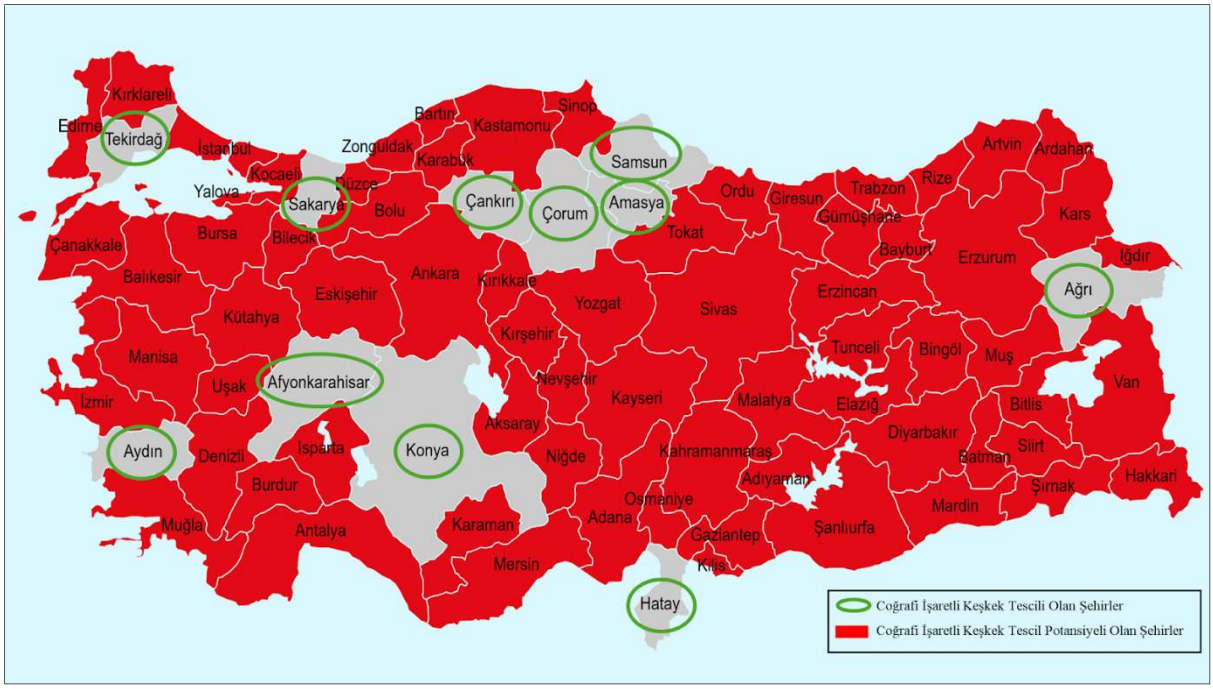
32	Eskişehir	Keşkek	Geleneksel keşkek tarifi uygulanır	Klasik odun ateşinde uzun süre pişirilir.
33	Gaziantep	Herise	Et oranı yüksek	Baharatlı yağ ile servis edilir.
34	Giresun	Gendime	Karadeniz usulü keşkek	Daha hafif, sebzeli versiyonları bulunur.
35	Gümüşhane	Gendime Pilavı	Pilav formunda yapılır	Tane tane bırakılır, ezilmez.
36	Hakkâri	Keşkek	Yöresel baharatlar eklenir	Kekik ve dağ baharatlarıyla lezzetlendirilir.
37	Hatay	Aşür, Hrisi	(Aşür) Et, kuyruk yağı kullanılır	Yoğurtlu ve baharatlı versiyonları vardır.
38	Iğdır	Keşkek	Kuzu eti, zeytinyağı ve biber salçası kullanılır.	Üzeri maydanoz ile süslenir.
39	Isparta	Keşkek	Yoğurtlu ve tereyağlı	Servis esnasında yoğurt eklenir.
40	İstanbul	Keşkek	Geleneksel Anadolu keşkek tarifi uygulanır	Düğün ve bayramlarda yaygındır.
41	İzmir	Keşkek	Hafif ve zeytinyağlı versiyonları da bulunur	Ege usulü baharatlarla tatlandırılır.
42	Kahramanmaraş	Keşkek	Baharat yoğunlukludur	Acı biber ve baharatlar eklenerek farklılaşır.
43	Karabük	Keşkek	Klasik Anadolu keşkek tarifi uygulanır	Köylerde yaygındır.
44	Karaman	Keşkek	Etli ve kemikli versiyonları bulunur	Uzun süre kaynatılır.
45	Kars	Haşil	Tuzlu ve tereyağlı bir keşkek türü	Daha az baharat kullanılır.
46	Kastamonu	Keşkek	Kuzu eti yoğun kullanılır	Fırında pişirilir.
47	Kayseri	Keşkek	Tavuklu ve etli versiyonları bulunur	Tereyağlı servis edilir.
48	Kırıkkale	Keşkek	Kuzu eti veya dana eti, nohut, kuru fasulye ve ceviz kullanılır.	Tereyağı ve kırmızı toz biber ile sos yapılır. Muharrem ayında yapılır.
49	Kırklareli	Keşkek	Süt ve yoğurt eklenir	Yoğurt sosu ile tatlandırılır.
50	Kırşehir	Keşgâh	Klasik keşkek tarifi uygulanır	Dövme buğday kullanılır.

51	Kilis	Keşkek	Baharat oranı yüksektir	Pul biber ve kimyon eklenerek farklılaşır.
52	Kocaeli	Keşkek	Geleneksel keşkek tarifi uygulanır	Yoğurtlu ve yoğurtsuz versiyonları bulunur.
53	Konya	Herse	Et yoğunlukludur	Kemikli et ile uzun süre kaynatılır.
54	Kütahya	Keşkek	Kuru Soğan ve Salça Kullanılır.	Tavuk suyu ve haşlanmış tavuk eklenmektedir.
55	Malatya	Cideme	Yoğurtlu ve terbiyeli versiyon	Ekşili ve baharatlı olur.
56	Manisa	Keşkek	Tavuk etli ve etli versiyonları bulunur	Servis esnasında baharat eklenir.
57	Mardin	Keşkek	Baharat yoğunlukludur	Kızıl biber ve kimyon eklenerek farklılaşır.
58	Muğla	Keşkek	Hafif ve zeytinyağlı versiyonları da bulunur	Ege usulü baharatlarla tatlandırılır.
59	Mersin/Anamur/Bozyazı	Darı(mısır) Keşkeği	Akşamdan ıslatılan darının 6-8 saat kaynatılıp dövülmesi ile hazırlanır.	Sade ve yahnili sunum yapılır.
	Mersin	Dövme Pilavı	Keşkeklik buğdayın uzun süre kaynatılıp dövülmesiyle hazırlanır.	Üzerine tereyağı gezdirilerek sıcak servis edilir.
60	Muş	Herse	Daha yoğun kıvamda	Kaşıkla değil bıçakla kesilir.
61	Nevşehir	Keşkek	Et ve yoğurtlu versiyonları bulunur	Kaymak eklenerek farklılaşır.
62	Niğde	Keşkek	Klasik Anadolu keşkek tarifi uygulanır	Düğünlerde yaygındır.
63	Ordu	Gendeme	Hafif ve unsuz versiyon	Yoğurt ile yenir.
64	Osmaniye	Keşkek	Baharatlı bir versiyon	Kimyon ve kırmızı biber eklenir.
65	Rize	Herse	Tereyağlı ve bol etli	Et oranı oldukça yüksektir.
66	Sakarya	Keşkek	Geleneksel keşkek tarifi uygulanır	Uzun süre pişirilir.
67	Samsun	Keşkek	Klasik Anadolu keşkek tarifi uygulanır	Genellikle düğünlerde yapılır.
68	Siirt	Keşkek/Hıntiyye	Baharatlı ve tereyağlı	Pul biber ve kimyon eklenerek farklılaşır.

69	Sinop	Keşkek	Hafif ve az baharatlı	Yoğurtla birlikte servis edilir.
70	Sivas	Haşil	Tuzsuz ve sade olarak pişirilir	Genellikle şekerle servis edilir.
71	Şanlıurfa	Keşkek	Baharatlı ve etli	Kırmızı biber ve sarımsak eklenir.
72	Şırnak/Cizre	Keşkek	Keşkek, kemikli et ile pişer, dövülmez.	Salça kullanıldığı için kırmızı renktedir.
73	Tekirdağ	Keşkek	Süt ve yoğurt ile zenginleştirilir	Yoğurt sosu ile tatlandırılır.
74	Tokat	Keşkek	Etli ve yoğurtlu versiyonları bulunur	Baharat yoğun olarak eklenir.
75	Trabzon	Keşkek	Hafif ve sebzeli bir versiyon	Zeytinyağlı olarak da yapılabilir.
76	Tunceli	Keşkek	Daha yoğun kıvamda	Kemikli et ile uzun süre kaynatılır.
77	Uşak	Keşkek	Klasik Anadolu keşkek tarifi uygulanır	Odun ateşinde pişirilir.
78	Van	Helise	Kalçalı but kullanımı	Sade bir sunum tercih edilir.
79	Yalova	Keşkek	Tavuklu ve etli versiyonları bulunur	Klasik Anadolu usulü hazırlanır.
80	Yozgat	Keşkek	Bol etli ve baharatlı	Kemikli et ile uzun süre kaynatılır.
81	Zonguldak	Keşkek	Daha hafif bir versiyon	Tane tane bırakılır ve ezilmez.

Tablo 9'da Türkiye'nin 81 iline ait yöresel keşkek çeşitleri derlenmiş ve her ilin kendine özgü malzeme kullanımı, pişirme tekniği ve sunum farklılıkları özetlenmiştir. Her il için özgün tarif detayları verilmiş olup, bazı bölgelerde keşkek benzeri farklı adlandırmalar (örneğin herse, haşil, gendime gibi) da yer almaktadır. Tablodan görüldüğü üzere, keşkek kültürü tüm Türkiye'ye yayılmış olmakla birlikte, kullanılan et türleri, ilave malzemeler (nohut, yoğurt, baharatlar) ve pişirme yöntemlerinde bölgesel farklılıklar belirgin şekilde kendini göstermektedir. Bu durum, keşkeğin Anadolu mutfağındaki köklü geçmişini ve bölgesel mutfak kimliklerini nasıl yansıttığını açıkça ortaya koymaktadır. Yukarıdaki tabloya ek olarak keşkekle ilgili coğrafi işaret tescil potansiyel olan şehirler ve coğrafi işaret almış şehirler haritada (Görsel 2.) gösterilmiştir.

Görsel 2. Coğrafi İşaretli Keşkek Tescili Olan ve Coğrafi İşaret Tescil Potansiyeli Olan Şehirler Haritası



Bu harita, Türkiye genelindeki keşkek yemeğinin coğrafi işaret durumu açısından değerlendirmesini göstermektedir. Haritada yeşil halkalarla işaretlenen iller; keşkek yemeği için coğrafi işaret tescili almış şehirleri temsil ederken, kırmızı renkle boyalı olan iller ise keşkek için coğrafi işaret tescil potansiyeline sahip olan şehirleri göstermektedir.
Buna göre Türkiye'de yalnızca 11 ilin (Aydın, Afyonkarahisar, Konya, Hatay, Ağrı, Amasya, Çorum, Samsun, Çankırı, Sakarya ve Tekirdağ) keşkek yemeği coğrafi işaretle tescillenmiş durumdadır. Geriye kalan 70 il, belleğinde keşkek yer almakla birlikte, henüz coğrafi işaret başvurusu yapmamış ya da başvurusu sonuçlanmamış iller olarak dikkat çekmektedir. Harita, keşkek yemeğinin tüm Türkiye genelinde kültürel bir karşılık bulduğunu ve ulusal ölçekte yaygın bir geleneksel yemek olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak coğrafi işaret tescili açısından önemli bir eksiklik bulunduğu da görülmektedir. Bu durum, keşkek yemeğinin bölgesel çeşitliliğinin belgelenmesi ve korunması adına daha fazla çalışma yapılması gerektiğini göstermektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Keşkek, köklü tarihî geçmişi, kültürel derinliği ve sosyolojik bağlamdaki işleviyle Türk mutfak kültürünün önemli bir mirasıdır. Orta Asya'dan Anadolu'ya uzanan bu yemek, yalnızca bir beslenme unsuru değil; toplumsal birlik, dayanışma ve paylaşımın simgesi olarak törenlerde ve ritüellerde yaşatılmaktadır. Farklı bölgelerde farklı adlar ve tariflerle varlığını sürdüren keşkek, yerel kimliklerin ifadesi olmasının yanı sıra ulusal ve uluslararası düzeyde kültürel temsil gücüne sahiptir. UNESCO tarafından somut olmayan kültürel miras olarak tescillenmiş olması, bu yönünü perçinlemektedir.
Keşkek ile ilgili çalışmalarda (Yavaş, 2013; Işın ve Yalçın, 2020) keşkek gibi geleneksel yemeklerin korunması ve tanıtımında mevcut stratejilerin yeterli olmadığını ve daha kapsamlı yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

Modernleşme, şehirleşme ve yaşam tarzındaki dönüşümler, keşkek geleneğinin bazı bölgelerde zayıflamasına yol açarken; coğrafi işaretleme, gastronomi turizmi ve yerel festivaller gibi dinamikler bu geleneği yeniden canlandırma potansiyeline sahiptir. Keşkek hem gastronomik hem de sosyo-kültürel yönleriyle turizm faaliyetlerinde değerlendirilebilecek özgün bir üründür. Bölgesel farklılıkların, kullanılan malzemelerin ve pişirme yöntemlerinin çeşitliliği, keşkeği zengin bir araştırma ve tanıtım konusu hâline getirmektedir. Ancak coğrafi işaretli keşkek sayısının sınırlı olması, bu kültürel değerin yeterince korunmadığını ve tanıtılamadığını göstermektedir.

Öneriler

- Koruma ve Tanıtım: Keşkek gibi geleneksel yemeklerin hem ulusal hem de uluslararası platformlarda tanıtımı artırılmalı; gastronomi festivalleri ve kültürel miras projeleriyle desteklenmelidir.
- Coğrafi İşaretleme: Türkiye'de hâlen tescillenmemiş ancak potansiyel taşıyan yöresel keşkek türleri belirlenmeli ve coğrafi işaret süreçleri hızlandırılmalıdır.
- Gastronomi Turizmi: Keşkek, deneyimsel turizmin bir parçası olarak yerel halkın katılımıyla sunulmalı, böylece hem kültürel devamlılık sağlanmalı hem de kırsal kalkınmaya katkıda bulunulmalıdır.
- Eğitim ve Farkındalık: Özellikle genç kuşaklara yönelik eğitim materyalleri ve etkinlikler yoluyla geleneksel yemek kültürünün aktarımı sağlanmalı; mutfak mirası bilinci oluşturulmalıdır.

Bu bağlamda keşkek, yalnızca geçmişin değil; aynı zamanda kültürel sürdürülebilirlik ve ekonomik kalkınma açısından geleceğin de mirası olarak değerlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

Arslan, M. (2010). Kula'da eğlenerek öğreten bir sosyal kurum: Yaren. Motif Akademi Halkbilimi Dergisi, 3(6), 74–80.

Aubaile, F. S. (2003). El Kişk: Geçmişiyle bugünüyle karmaşık bir yemek, Ortadoğu mutfak kültürleri. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Aykut, M. (1987). Bazı Kayseri yemeklerinin besin değerleri ve protein kalitesi. Beslenme ve Diyet Dergisi / Journal of Nutrition and Dietetics, 16, 191–198.

Badayman, M., Dinçel, E., & Ünver Alçay, A. (2018). Çiriş otu ve Türk mutfağında kullanımı. Aydın Gastronomy, 2(1), 51–55. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/498988

Baysal, A. (2012). Türk Mutfağının Tarihi. İstanbul: Yemek Kültürü Yayınları.

Başkan, K., & Avcıkurt, C. (2015). Kültürel miras değeri olarak somut olmayan geleneksel tören keşkeği incelemesi. Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı, 618-626.

Bérard, L., & Marchenay, P. (2006). Local products and geographical indications: Taking account of local knowledge and biodiversity. International Social Science Journal, 58(187), 109-116.

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

Badayman, M., Dinçel, E., & Ünver Alçay, A. (2018). Çiriş otu ve Türk mutfağında kullanımı. Aydın Gastronomy, 2(1), 51-55. https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/498988

Cumhur, Ö. (2018). Geleneksel bir lezzet: Dartı. E. Özkul, B. Bilgili & S. Uca (Ed.), International Gastronomy Tourism Studies Congress Bildiriler Kitabı (ss. 153–159). Kocaeli, Türkiye.

Cumhur, Ö. (2019). Geleneksel gıdalardan dartı'nın üretim yöntemi ve bazı özelliklerinin belirlenmesi. GIDA, 44(4), 733-741. https://doi.org/10.15237/gida.GD19024

Çelik, S., Kaya, T., & Sandıkcı, M. (2021). Somut olmayan kültürel miras ürünü olarak tören keşkeği geleneğinin yöresel sunum farklılıkları. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(2), 258-274. https://doi.org/10.37847/tdtad.996704

Çekiç, İ. (2015). Geçmişten günümüze törensel bir yemek: Keşkek (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi.

Çekiç, İ., & Özkan, A. (2022). Geleneksel tören keşkeğinin Türk gastronomisindeki yeri ve önemi. Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim (TEKE) Dergisi, 11(1), 422-435.

Deniz, T., & Yavaş, B. (2020). Karşılaştırmalı bir kültürel coğrafya araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) kırsalında keşkek yapımı ve kültürü. Journal of Humanities and Tourism Research, 10(3), 680-689.

Doğan, A. (2012). Türk Yemek Kültürü. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Eröz, M. (1984). Türk Halk Kültüründe Yemekler ve Ritüeller. İstanbul: Milli Folklor Yayınları.

Ersöz, N. (2018). Geleneksel Türk yemeklerinin kültürel boyutları. Gastronomi ve Kültür Dergisi, 5(3), 45-60.

Evliya Çelebi. (1896). Seyahatnâme. İstanbul: Matbaa-i Amire.

Erol, M. (2004). Köy hayırlarının yapısal ve işlevsel özellikleri üzerine bir inceleme: Gökçalı köyü örneği. Türklük Bilimi Araştırmaları, (16), 111–126.

Fedakâr, S., & Acar, A. (2022). Selendi düğünlerinde sadalama geleneği. H. Muşmal (Ed.), Türk dili ve kültürü araştırmaları (ss. 69–83). Konya, Türkiye: Palet Yayınları.

Gök, S., & Savaş, C. (2023). Korkuteli yöresi düğün geleneklerinin müzik folkloru açısından incelenmesi. RAST Müzikoloji Dergisi, 11(1), 97–135.

Gösterir, İ. (2015). Örnekli-tanıklı Çorum ağzı sözlüğü. Türkiye: Çorum Belediyesi Kültür Yayınları.

Güldemir, O., & Özdemir, S. S. (2022). Günümüz mutfak kültüründe Türkçe terim ve teknikler. Folklor/Edebiyat, 28(1), 109. Sayı, 183-200. https://doi.org/10.22559/folklor.1786

Gürsoy, S. (2024). Geleneksel gıda işleme teknikleri ve bu amaçla kullanılan alet-ekipmanlar. S. Akın, S. Gürsoy, & A. Kara (Ed.), Geleneksel Gıdalar ve Sıfır Atık Mutfağımız (s. 28-46). Ankara: Orient Yayınları.

Güveloğlu, A. (2019). Tarhananın Hititçe ^{GA}tarašganna kelimesi ile benzerliği üzerine bir yaklaşım. Tarih ve Gelecek Dergisi, 5(1), 110-121. https://doi.org/10.21551/jhf.549966

Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. Food Tourism Around the World, 1-24.

Işın, A., & Yalçın, E. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 8(4), 2515-2529.

Kaşgarlı Mahmud. (2005). Divânü Lügati't-Türk. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Kaya, S. (2015). Ritüel ve gastronomi: Keşkek örneği. Antropoloji Dergisi, 21(2), 33-48.

Kültür Portalı. (t.y.). Tescilli Lezzet Şuhut Keşkeği. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. https://www.kulturportali.gov.tr/portal/tescilli-lezzet

Nişanyan Sözlük. (2025). Türkçe Etimolojik Sözlük. Erişim tarihi: 20 Mart 2025, https://www.nisanyansozluk.com

Ögel, B. (1981). Türk kültür tarihine giriş (Cilt 2). Kültür Bakanlığı Yayınları.

Özbek, C., & Güzeler, N. (2022). Mersin mutfağının gastronomik ürünleri. Aydın Gastronomy, 6(2), 311-324. https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v06i2016

Özen Eratalay, S. (2019). Batı Anadolu Yörüklerinde yemek ve mutfak terimleri I: Yemek adları ve mutfak gereçleri. Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3, 11–34. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/813184

Sarı, E. (2011). Kurşunlu mutfak kültüründe keşkek: Geçmişi, bugünü ve yarını. Milli folklor, 23(90).

Sevimli, Y. (2024). Karaman mutfak kültüründe içecekler üzerine bir araştırma. H. Candan (Ed.), Tüm yönleriyle Karaman gastronomisi (ss. 112–145). Konya, Türkiye: Çizgi Kitabevi.

Şahin, T. (2020). Anadolu mutfağında tahıl ve etin önemi. Ankara: Kültür Araştırmaları Yayınları.

Tan, A. (2018). Buğday yerel çeşitlerinin geleneksel bilgileri. N. Zencirci, Ö. C. Ünüvar, M. Örgeç & T. Alagöz (Ed.), Türkiye Yerel Buğdaylar Sempozyumu Bildiriler Kitabı (ss. 25–26). Bolu, Türkiye.

Teyin, G. (2020). Kültürel bir miras; tören keşkeği geleneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 4(2), 313-321.

Tıknazoğlu, B. (2010). Sığırcılık. Samsun: İl Tarım Müdürlüğü, Çiftçi Eğitimi ve Yayım Şubesi Yayınları. https://samsun.tarimorman.gov.tr/Belgeler/Yayinlar/Kitaplarimiz/sigircilik.pdf

Türk Dil Kurumu. (2025). Güncel Türkçe Sözlük. Erişim tarihi: 20 Mart 2025, https://sozluk.gov.tr

Türk Dil Kurumu. (2025). Tarama Sözlüğü. Erişim tarihi: 21 Mart 2025, https://sozluk.gov.tr

Türk Dil Kurumu. (2025). Derleme Sözlüğü (Türkiye Türkçesi Ağızları Sözlüğü). Erişim tarihi: 21 Mart 2025, https://sozluk.gov.tr

Türk Dil Kurumu. (2025). Zanaat Terimleri Sözlüğü. Erişim tarihi: 21 Mart 2025, https://sozluk.gov.tr

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2023). Coğrafi işaret tescilli ürünler. Erişim Tarihi: 27 Aralık 2024.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2024). Küçükyoncalı Keşkeği Coğrafi İşaret Tescil Belgesi. Erişim Tarihi: 1 Nisan 2025, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/6b3644d0-fc01-4915-b8fa-5dda44db0fea.pdf

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018). Şuhut Keşkeği Coğrafi İşaret Tescil Belgesi. Erişim Tarihi: 1 Nisan 2025, https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/399.pdf

Türk Patent ve Marka Kurumu. (2025). Coğrafi İşaretler Portalı. Erişim Tarihi: 10 Mart 2025, https://ci.turkpatent.gov.tr

UNESCO. (2011). Tören Keşkeği Geleneği. Erişim Tarihi: 2 Nisan 2025, https://ich.unesco.org/en/RL/traditional-keşkek-ceremony-00511

Uygun, A. İ., Demiral, Y. M., & Uslu, N. (2021). Antalya ilinin coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerinin değerlendirilmesi. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, 3(2), 91-104. https://doi.org/10.29228/mekcad.14

Yavaş, N. (2024). Geleneksel mutfağın şehrin hafızasındaki yerine dair araştırma: Adapazarı Dartılı Keşkek örneği. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi.

Yazdî, Ş. A. (1997). Zafarnâme (H. R. Roemer, Ed.; M. M. Arslan, Çev.). Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Yıldırım, M., & Sönmezdağ, A. S. (2018). Gaziantep yöresel yemeklerinden Alaca çorbanın tanımlayıcı duyusal, temel bileşen ve kümeleme analizleri ile karakterizasyonu. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 6(2), 563-577.

Yerasimos, S. (2002). Sultan Sofraları: 15. ve 16. Yüzyılda Osmanlı Saray Mutfağı. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Yıldırım, M., & Sönmezdağ, A. S. (2018). Gaziantep yöresel yemeklerinden Alaca çorbanın tanımlayıcı duyusal, temel bileşen ve kümeleme analizleri ile karakterizasyonu. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 6(2), 563-577.

Zubaida, S., & Tapper, R. (2003). Ortadoğu mutfak kültürleri (Ü. Tansel, Çev.). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları. Erişim adresi: https://archive.org/stream/sami-zubaida-richard-tapper-ortadogu-mutfak-kulturleri/Sami%20Zubaida_Richard%20Tapper%20-%20Ortado%C4%9Fu%20Mutfak%20K%C3%BClt%C3%BCrleri_djvu.txt

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

DOĞA TEMELLİ REKREASYON FAALİYETLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: BEYŞEHİR ÖRNEĞİ

Sedat YILDIRIM
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi
ORCID: 0009-0009-0283-1565

Elif Erim ERTEKİ
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
ORCID: 0009-0004-9887-6648

Doç. Dr. Fatih VAROL
Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi
ORCID: 0000-0002-0258-5220

ÖZET
Rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında fiziksel, sosyal ve duygusal kazanımlar elde etmek amacıyla gönüllü olarak katıldıkları etkinlikleri kapsamaktadır. Doğal ortamlarda gerçekleştirilen açık hava rekreasyon faaliyetleri, bireylerin hem fiziksel hem de ruhsal sağlıklarını geliştirmekte ve yaşam kalitelerinin artmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda, doğa yürüyüşü ve trekking gibi açık hava etkinlikleri, son yıllarda artan popülariteleriyle dikkat çekmektedir. Konya ilinin Beyşehir ilçesi, barındırdığı dağlar, göller, ormanlık alanlar ve doğal parklar ile doğa temelli rekreasyon faaliyetleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bölge, yıl boyunca doğa yürüyüşleri ve diğer açık hava sporları için elverişli koşullar sunmaktadır. Beyşehir Gölü ve çevresi, karlı zirvelerle çevrili dağlık alanlarıyla ziyaretçilere hem estetik açıdan zengin bir doğa deneyimi sunmakta hem de çeşitli fiziksel aktivitelere katılma olanağı sağlamaktadır. Ayrıca, çam, sedir, ardıç, köknar ve meşe gibi çeşitli ağaç türlerinden oluşan zengin bitki örtüsü sayesinde doğaseverler için cazip bir ortam oluşmaktadır. Bölgedeki yürüyüş rotalarının farklı zorluk seviyelerinde olması, her yaş grubundan bireylerin katılımına olanak tanımaktadır. Bu bildiride, Beyşehir ilçesinde gerçekleştirilen doğa temelli rekreasyon etkinliklerinin mevcut durumu ele alınmakta; Beyşehir Kültür ve Turizm Derneği'nden temin edilen sayısal veriler doğrultusunda yıllık katılımcı ve etkinlik sayıları analiz edilmektedir. Elde edilen veriler ışığında, bölgenin rekreatif kullanım potansiyeli değerlendirilmekte ve doğa temelli rekreasyon faaliyetlerinin sürdürülebilirliğine yönelik öneriler sunulmaktadır. Bu kapsamda, bölgedeki altyapının güçlendirilmesi, tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve ekoturizm potansiyelinin etkin biçimde değerlendirilmesi önerilmektedir.
Anahtar Kelimler: Rekreasyon, Doğa Temelli Rekreasyon, Beyşehir

A RESEARCH ON NATURE-BASED RECREATION ACTIVITIES: THE CASE OF BEYŞEHİR

ABSTRACT
Recreation encompasses activities in which individuals voluntarily participate during their leisure time to achieve physical, social, and emotional benefits. Outdoor recreational activities carried out in natural environments contribute to the improvement of both physical and mental health and enhance overall quality of life. In this context, outdoor activities such as hiking and trekking have gained significant popularity in recent years.

The Beyşehir district of Konya province possesses significant potential for nature-based recreational activities with its mountains, lakes, forested areas, and natural parks. The region offers favorable conditions for hiking and other outdoor sports throughout the year. Beyşehir Lake and its surroundings, with mountainous areas encircled by snow-covered peaks, provide visitors with a rich aesthetic nature experience as well as opportunities to engage in various physical activities. Additionally, the region's diverse vegetation, consisting of tree species such as pine, cedar, juniper, fir, and oak, creates an attractive environment for nature enthusiasts. The hiking trails in the area vary in difficulty levels, allowing participation from individuals of all age groups. This paper examines the current state of nature-based recreational activities in the Beyşehir district. Based on numerical data obtained from the Beyşehir Culture and Tourism Association, annual participation and activity figures are analyzed. In light of the findings, the recreational use potential of the region is assessed, and recommendations are presented to ensure the sustainability of nature-based recreational activities. In this context, it is proposed that infrastructure in the region be strengthened, promotional activities be increased, and the ecotourism potential be effectively utilized.
Keywords: Recreation, Nature-Based Recreation, Beyşehir

GİRİŞ

Boş zamanın birey üzerindeki önemi ve gerekliliği, pek çok araştırmacı tarafından ortaya konmuş; bu sürecin bireysel gelişim üzerindeki olumlu etkileri bilimsel olarak belgelenmiştir. Spor, sanat, turizm ve çeşitli etkinlikler aracılığıyla boş zamanların değerlendirilmesi, bireyin kaybettiği bütünlüğü yeniden kazanmasına, mutluluk düzeyinin artmasına ve yeni yaşam biçimlerine adaptasyon sürecinin kolaylaşmasına katkı sunmaktadır (Ramazanoğlu vd., 2004). Rekreasyon, bireyin boş zamanlarında ya da çalışma saatleri dışında gönüllü olarak katıldığı etkinlikleri kapsayan bir olgudur. Bu nedenle genellikle "boş zaman etkinlikleri" olarak adlandırılmaktadır. Rekreasyon, bireyin bireysel ya da grupla birlikte, fiziksel, sosyal ya da duygusal kazanımlar elde etmek amacıyla katıldığı gönüllü etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Kaya vd., 2022). Birey, kendisine uygun ve keyif aldığı bir faaliyete katıldığında, iş hayatının monoton yapısından uzaklaşır ve benzer duyguları paylaşan bireylerle etkileşim kurarak sosyal bir ortamda yer alma imkânı bulur. Bu bağlamda, bireylerin yaşam kalitesi, toplumda sunulan boş zaman hizmetlerinin niteliğiyle doğrudan ilişkilidir. Rekreasyon, dolu ve anlamlı bir yaşam sürmenin önemli araçlarından biri olup, bireylerin yaşama doyumunu artırmaktadır (Ramazanoğlu vd., 2004).

Rekreasyon faaliyetleri, gerçekleştirildikleri mekâna göre "açık alan rekreasyon faaliyetleri" ve "kapalı alan rekreasyon faaliyetleri" olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Açık alan rekreasyon faaliyetleri; ormanlar, göller, akarsular, millî parklar ve dağlık alanlar gibi farklı doğal ortamlarda gerçekleştirilmektedir (Aylan & Ardıç Yetiş, 2021). Açık hava rekreasyonu, doğayla bütünleşik biçimde gerçekleşen ve doğal çevreye bağlı olan bir rekreasyon türüdür. Bu tür faaliyetler; beklenti ve planlama, seyahat süreci, sahada deneyim, dönüş yolculuğu ve anımsama aşamalarından oluşan çok boyutlu bir süreçtir (Morse vd., 2022). Bireyler genellikle açık alanları kapalı alanlara tercih etmekte; doğayla iç içe olmanın bedensel, zihinsel, sosyal ve ruhsal açıdan olumlu etkilerinden yararlanmaktadır (Çelik vd., 2016). Günümüzde, doğa yürüyüşü ve trekking gibi açık hava temelli spor rekreasyon faaliyetleri, bireylerin stres düzeyini azaltma amacıyla giderek daha fazla tercih edilmektedir. Özellikle dağ sporları, hem yaz hem de kış mevsimlerinde milyonlarca kişinin ilgi gösterdiği rekreatif etkinlikler arasında yer almakta ve dünya genelinde popülaritesini artırmaktadır (Sahri vd., 2024).

Bu çalışma, Beyşehir ilçesinde gerçekleştirilen açık hava rekreasyon faaliyetlerinin bireyler üzerindeki etkilerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Beyşehir'in zengin doğal yapısı, göl ve dağ manzaraları, mevsimsel çeşitliliği ve outdoor etkinliklere elverişli coğrafi özellikleri, bu bölgeyi açık hava rekreasyonu açısından önemli bir araştırma alanı haline getirmektedir. Bu bağlamda, bölgedeki rekreatif faaliyetlere katılımın bireylerin fiziksel, zihinsel ve sosyal iyilik halleri üzerindeki etkilerinin ortaya konulması, hem yerel yönetimler hem de turizm ve rekreasyon planlaması açısından değerli bilgiler sunacaktır. Çalışma, doğa temelli etkinliklerin bireysel yaşam kalitesine katkılarını ortaya koyarken, aynı zamanda bölgenin sürdürülebilir rekreasyon potansiyeline de dikkat çekmeyi hedeflemektedir.

Doğa Temelli Açık Alan Rekreasyonu

Rekreasyon faaliyetleri mekânsal bağlamda değerlendirildiğinde, açık alan ve kapalı alan rekreasyon faaliyetleri olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmaktadır. Açık alan rekreasyon faaliyetleri; doğayla doğrudan etkileşim içinde gerçekleştirilen ve katılımcıların bireysel ya da grup hâlinde etkin olarak yer aldığı aktiviteleri kapsamaktadır (Saçli & Özdemir Kahraman, 2019). Bu tür faaliyetler, doğa koşulları ve çevresel belirsizliklerin yanı sıra özel ekipman ve materyallerin kullanımını da gerektirmektedir. Ayrıca, heyecan, adrenalin, risk, yoğun duygular ve korkunun üstesinden gelme gibi öğeleri içermesi açısından geleneksel sporlardan ayrışmaktadır. Genellikle günlük yaşamın veya hafta sonu rutinlerinin bir parçası olarak doğaya ya da kentsel yeşil alanlara doğrudan erişim sağlanabilen ortamlarda gerçekleştirilmektedir (Genç vd., 2022).

Karacaoğlu vd. (2016) göre, doğa temelli açık alan rekreasyon türleri aşağıdaki başlıklar altında sınıflandırılmaktadır:

Yaban Hayatı Gözlemciliği: Belirli bir destinasyonda bulunan canlı türleri ve doğal peyzaj unsurlarının ekolojik değeri göz önünde bulundurularak gerçekleştirilen bir ekoturizm türüdür (Kaya & Yıldırım, 2020).

Hiking: Genellikle doğal alanlarda belirli bir mesafeyi kapsayacak şekilde gerçekleştirilen açık hava yürüyüşü etkinliğidir (Mitten vd., 2018).

Trekking: Doğada belirli bir başlangıç noktasından başka bir hedefe ulaşmayı amaçlayan, çoğunlukla hafif tempolu sportif yürüyüş etkinliğidir (Açiksöz vd., 2006).

Kamp Yapmak: Doğal çevrede gerçekleştirilen, bireylerin konaklamalı olarak doğayla bütünleştiği bir rekreasyon faaliyetidir (Aksu, 2015).

Kuş Gözlemciliği: Kuş türlerini doğal yaşam alanlarında gözlemleyerek doğayı onların bakış açısından tanımaya olanak sağlayan bir gözlem etkinliğidir (Asan, 2018).

Doğada Meditasyon Yapmak: Bireyin bedensel ve ruhsal içsel keşif amacıyla doğa ortamında gerçekleştirdiği sakinleştirici bir etkinliktir (Gürbüz & Aygül, 2021).

Fotoğraf Çekmek: Rekreasyon alanlarında en sık tercih edilen faaliyetlerden biri olup, doğanın görsel değerlerini belgelemeye yönelik gerçekleştirilmektedir (Karaşah, 2017).

Doğa İncelemesi / Keşif Yapmak: Doğal çevrenin yapısı, tür çeşitliliği ve coğrafi özelliklerinin gözlemlendiği ve öğrenme odaklı gerçekleştirilen bir faaliyettir (Sezer & Öztürk, 2014).

Rehberli Turlara Katılmak: Turistlerin boş zamanlarını değerlendirmek ve ziyaret ettikleri destinasyonları keşfetmek amacıyla katıldıkları, bilgi odaklı yönlendirilmiş etkinliklerdir (Büyük İşler & Güzel, 2014).

Bisiklet Binmek: Fiziksel aktivitenin günlük yaşama entegre edilmesini sağladığı gibi, rekreasyonel veya sportif amaçla da gerçekleştirilebilen bir etkinliktir (Elveren & Çelebi, 2024).

Balık Tutmak: Pasif rekreasyon türleri arasında yer alan, bireyin doğa ile sessiz ve sabırlı bir etkileşim kurduğu dinlendirici bir etkinliktir (Caner vd., 2020).
Avlanma: Tarihsel süreçte beslenme ve hayatta kalma amacıyla başlayan, günümüzde ise dinlenme ve eğlence amacı taşıyan bir rekreasyon biçimidir (Pehlivanoğlu, 1976).
Flora/Fauna Gözlemciliği: Dağlık bölgelerdeki iklimsel konforun ve bitki-hayvan çeşitliliğinin gözlemlenmesine yönelik gerçekleştirilen doğa temelli bir etkinliktir (Gökyer vd., 2015).
Dalış Yapma: Bilinmeyene duyulan ilgi, doğayı tanıma arzusu ve macera yaşama isteği ile bireyleri su altı dünyasını keşfetmeye yönlendiren bir etkinliktir (Sevinç & Özel, 2018).
Ata Binmek: Rekreasyonel amaçla gerçekleştirilen ve bireyin hem fiziksel hem de zihinsel sağlığına katkı sağlayan bir doğa etkinliğidir (Korkusuz, 2023).
Tırmanış Yapmak: Tarihsel olarak askeri ya da dinsel amaçlarla başlayan, günümüzde ise sportif rekreasyon kapsamında değerlendirilen bir faaliyettir (Çetinkaya, 2014).
Rafting: "Raft" adı verilen botlarla akarsu ve nehirlerde gerçekleştirilen bu faaliyet, sakin sularda yapılabildiği gibi, "white water rafting" şeklinde daha tehlikeli sularda da uygulanabilmektedir (Garipağaoglu Uğur & Akova, 2022).
Yamaç Paraşütü: Tek kişilik oturma düzeneğine sahip, serbest düşüş gerektirmeyen, motorsuz ve rüzgar gücüyle yönlendirilebilen bir hava aracının kullanıldığı ekstrem bir doğa sporudur (Demircioğlu, 2023).

METERYAL VE YÖNTEM

Araştırma Alanı

Beyşehir, güney ve batısında Toros Sıradağları, doğusunda Erenler Dağı, kuzeyinde ise Sultan Dağları ile çevrili, kapalı bir havza konumundadır. Bu havzanın merkezinde yer alan ve 651 km²'lik yüzölçümüne sahip olan Beyşehir Gölü, bölgeye özgün bir karakter kazandırmaktadır. Güney ve batıda uzanan Toros Dağları, farklı adlarla anılmakta olup; Kartos, Dedegöl, Dumanlı ve Naldöken tepeleri bu silsilenin en bilinen yükseltilerini oluşturmaktadır (Güngör & Arslan, 2003). Bölgenin en yüksek noktası ise, 2890 metre rakıma sahip olan ve Anamas Dağları üzerinde bulunan Dippoyraz Tepesi'dir. Gölün varlığı, yerel iklim koşulları üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Gölden uzaklaştıkça, Orta Anadolu'ya özgü karasal iklim özellikleri daha belirgin hale gelmektedir. İlçenin genel iklimi, Akdeniz ve İç Anadolu iklim tipleri arasında geçiş özelliği göstermekte; yaz mevsimi kısa, sert ve kurak, kış mevsimi ise soğuk geçmektedir (Arslan & Güngör, 2002). Göl çevresi, çam, sedir, ardıç, köknar ve meşe ağaçlarından oluşan zengin bitki örtüsüyle dikkat çekmekte ve orman ekosistemine sahip bir doğal alan sunmaktadır. Türkiye'nin en büyük tatlı su gölü olan Beyşehir Gölü'nün büyük bir bölümü, Beyşehir Gölü Milli Parkı sınırları içerisinde yer almaktadır. Milli park; sulak alanlar, ormanlık bölgeler, adalar ve farklı ekosistemlerden oluşan doğal bir bütünlük sergilemektedir. Göl çevresinde, büyüklü küçüklü toplam 33 ada bulunmaktadır. Bölge, zengin balık faunası ve endemik bitki türleri ile biyolojik çeşitlilik açısından da önemli bir ekolojik değere sahiptir. Bu doğal özellikler sayesinde Beyşehir Gölü çevresi; doğa yürüyüşü, bisiklet turları, kampçılık, piknik, balıkçılık ve doğa fotoğrafçılığı gibi çok sayıda doğa temelli rekreasyon faaliyetine uygun bir turizm alanı olarak öne çıkmaktadır (Ceylan, 2024).

Yöntem

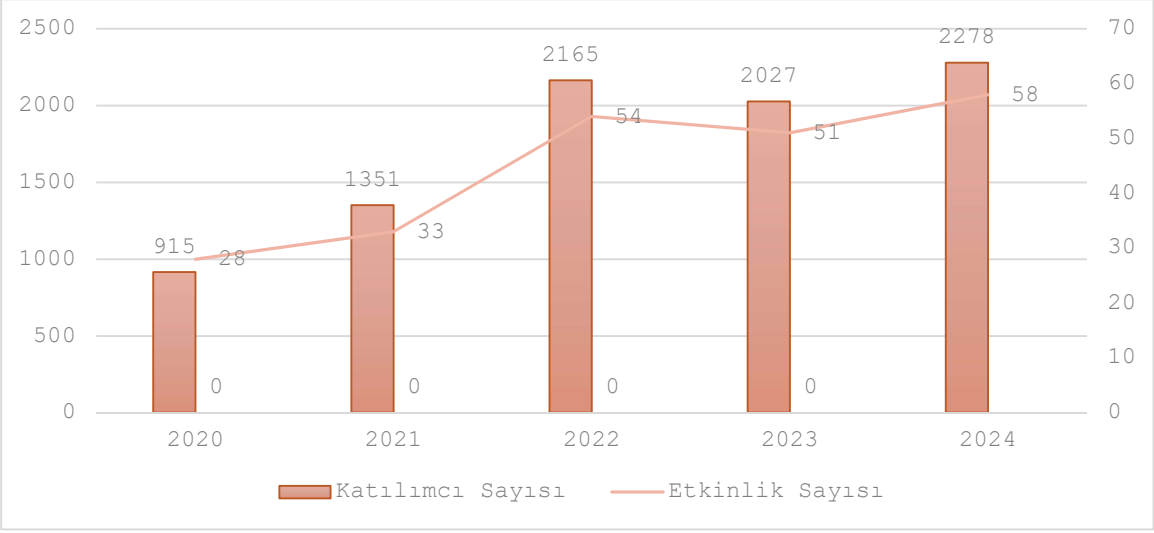
Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi temelinde yürütülmüştür. Nitel araştırmayı, "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlamak mümkündür(Topkaya, 2013).

Araştırmada, Beyşehir ilçesinde gerçekleştirilen doğa temelli rekreasyon faaliyetlerinin zaman içindeki gelişimi ve bu etkinliklere katılım düzeyleri analiz edilmiştir.
Veri toplama sürecinde, ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. İkincil veriler, mevcut bilgilerin yeniden değerlendirilmesine olanak tanırken, araştırmacıya zaman ve maliyet açısından da avantajlar sunar (Korucuk, 2024). Bu çerçevede, Beyşehir Kültür ve Turizm Derneği ile yapılan görüşmeler sonucunda son beş yıla ait rekreatif etkinlik sayıları ve bu etkinliklere katılan kişi sayıları temin edilmiştir. Elde edilen veriler tablolaştırılarak, yıllara göre düzenlenen etkinlik sayıları ile katılımcı sayıları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Bu analiz aracılığıyla bölgenin doğa temelli rekreasyon potansiyeli hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Beyşehir ilçesinde doğa temelli rekreasyon faaliyetlerine yönelik olarak çeşitli sivil toplum kuruluşları ve kulüpler tarafından yürütülen etkinlikler, bölgenin doğal kaynaklarının etkin kullanımını desteklemekte ve yerel halk ile ziyaretçilerin doğa ile etkileşimini artırmaktadır. Bu bağlamda, özellikle doğa yürüyüşü ve fotoğrafçılık gibi açık hava etkinlikleri, bölgenin rekreatif potansiyelinin ortaya konulması açısından önem arz etmektedir. Beyşehir Trekking Kulübü ve Beyşehir Fotoğraf Kulübü tarafından son beş yıl içerisinde düzenlenen etkinliklerin analiz edilmesi, doğa temelli rekreasyon faaliyetlerine olan ilginin seyri ve bu etkinliklerin sürdürülebilirliğine dair çıkarımlar yapılmasına olanak tanımaktadır. Aşağıda sunulan değerlendirmelerde, söz konusu kulüplerin 2020–2024 yılları arasında gerçekleştirdiği faaliyetler sayısal veriler ışığında ele alınmakta ve bu etkinliklerin bölgesel rekreasyon dinamiklerine katkısı incelenmektedir.

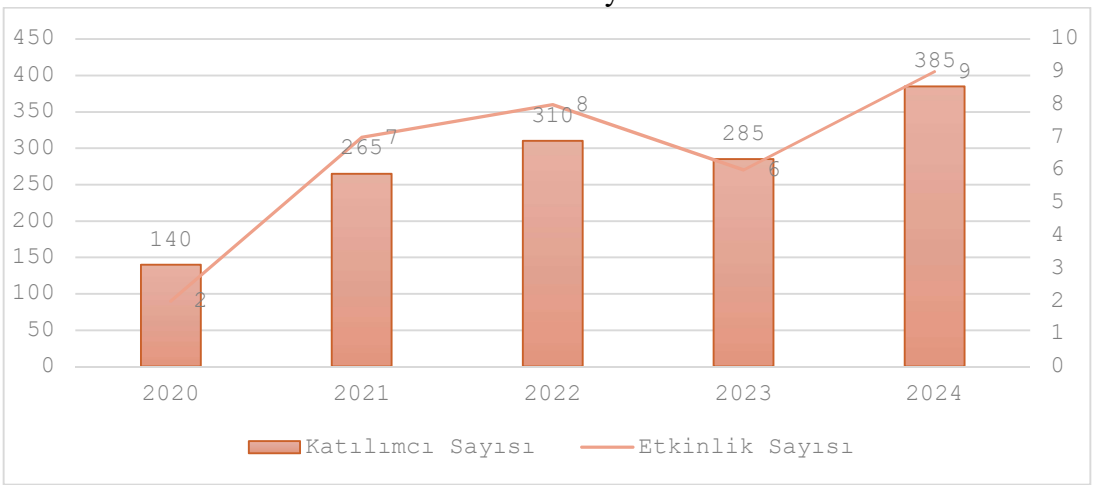
Grafik 1: Beyşehir Trekking Kulübünün Son Beş Yılda Düzenlediği Etkinlikler ve Katılımcı Sayısı



Beyşehir Trekking Kulübü'nün 2020–2024 yılları arasında gerçekleştirdiği doğa yürüyüşü etkinliklerine ilişkin veriler incelendiğinde, toplamda 224 etkinlik düzenlendiği ve bu etkinliklere toplam 8.736 kişinin katılım sağladığı görülmektedir. Elde edilen veriler doğrultusunda, son beş yıllık süreçte kulübün faaliyetlerinde genel bir artış eğilimi olduğu gözlemlenmektedir. Etkinlik sayısı ile katılımcı sayısı arasındaki paralel artış, bölgedeki doğa sporlarına olan ilginin kulüp aracılığıyla giderek arttığını göstermektedir.

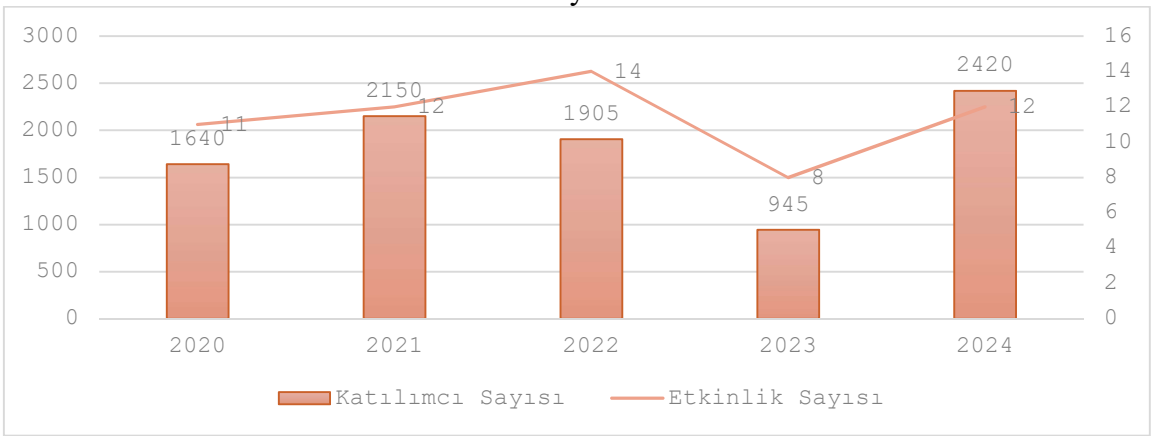
Özellikle 2021 yılı itibarıyla, COVID-19 pandemisi sonrasında doğa temelli açık alan etkinliklerine yönelik ilginin belirgin biçimde yükseldiği dikkat çekmektedir. Bu durum, bireylerin pandemi sürecinde kısıtlanan sosyal yaşamlarının ardından açık hava faaliyetlerine yönelme eğiliminde olduklarını ve doğa yürüyüşü gibi aktivitelerin alternatif bir sosyalleşme ve fiziksel aktivite aracı olarak benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Grafik 2: Beyşehir Bisiklet Topluluğunun Son Beş Yılda Düzenlediği Etkinlikler ve Katılımcı Sayısı



Beyşehir Bisiklet Topluluğu tarafından 2020–2024 yılları arasında düzenlenen toplam 32 etkinliğe, 1.363 kişi katılım sağlamıştır. Bu döneme ilişkin veriler grafiksel olarak incelendiğinde, bazı önemli bulgular ortaya çıkmaktadır. Öncelikle, topluluğun etkinlik sayılarında yıllar itibarıyla genel bir artış eğilimi olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle 2020 yılında düzenlenen etkinlik sayısının pandemi kaynaklı kısıtlamalar nedeniyle sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. Ancak izleyen yıllarda, hem etkinlik sayılarında hem de katılımcı sayılarında belirgin bir artış meydana gelmiştir. Bu artış, bölge halkının bisiklet sporuna yönelik ilgisinin giderek arttığını ortaya koymaktadır. Özellikle 2024 yılında ulaşılan 9 etkinlik ve 385 katılımcı sayısı, Beyşehir Bisiklet Topluluğu'nun sürdürülebilirliği ve yerel düzeyde bisiklet sporunun yaygınlaştırılması açısından önemli bir gösterge olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, doğa temelli açık alan etkinlikleri arasında bisiklet sporunun da bölgesel düzeyde etkin bir şekilde geliştiğini ve kurumsallaştığını ortaya koymaktadır.

Grafik 3: Beyşehir fotoğraf kulübünün Son Beş Yılda Düzenlediği Etkinlikler ve Katılımcı Sayısı



Beyşehir Fotoğraf Kulübü tarafından 2020–2024 yılları arasında toplam 57 etkinlik düzenlenmiş olup, bu etkinliklere toplam 9.060 kişi katılım göstermiştir. Yıllara göre etkinlik ve katılımcı sayılarının grafiksel olarak incelenmesi sonucunda bazı önemli bulgular ortaya çıkmaktadır. Etkinlik sayılarında zaman zaman dalgalanmalar gözlemlenmekle birlikte, katılımcı sayılarının genel olarak yüksek düzeyde seyretmesi, fotoğrafçılık faaliyetlerine duyulan ilginin güçlü olduğunu göstermektedir. Özellikle 2024 yılı verileri incelendiğinde, hem etkinlik sayısında hem de katılımcı sayısında önceki yıllara kıyasla önemli bir artış yaşandığı görülmektedir. Bu durum, Beyşehir'de doğa temelli rekreasyon kapsamında fotoğrafçılık etkinliklerine olan talebin arttığını ve bu alandaki farkındalığın giderek yükseldiğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ

Bu araştırma kapsamında, Beyşehir ilçesinde faaliyet gösteren Beyşehir Kültür ve Dayanışma Derneği çatısı altındaki etkinlik gruplarının (Beyşehir Trekking Kulübü, Beyşehir Bisiklet Topluluğu ve Beyşehir Fotoğraf Kulübü) 2020-2024 yılları arasındaki doğa temelli rekreasyon etkinlikleri ikincil veriler yoluyla incelenmiştir. Elde edilen bulgular, bölgedeki doğa temelli rekreasyon faaliyetlerinin yıllar içerisinde artan bir ivme kazandığını ve bu faaliyetlere olan katılımcı ilgisinin giderek yükseldiğini göstermektedir.

Verilere göre, Beyşehir Trekking Kulübü 224 etkinlikle en fazla organizasyon gerçekleştiren grup olmuş ve toplamda 8736 kişiye ulaşmıştır. Bu durum, doğa yürüyüşü etkinliklerinin hem kolay erişilebilir olması hem de bireyler arasında sosyal etkileşimi artırması bakımından yüksek oranda tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Etkinlik sayılarındaki artışa paralel olarak katılımcı sayısındaki artış, trekking faaliyetlerinin bölgede hem ilgi çekici hem de sürdürülebilir bir rekreasyon biçimi haline geldiğini göstermektedir.

Beyşehir Bisiklet Topluluğu ise 32 etkinlik ile toplamda 1363 kişiye ulaşmış ve bölgedeki fiziksel performansa dayalı rekreasyon faaliyetlerinin gelişim gösterdiğini ortaya koymuştur. Etkinlik sayısının daha sınırlı olmasına rağmen, katılımcı sayısı etkinlik başına yüksek bir ortalama sunmakta ve bu durum bisiklet turlarının potansiyelinin değerlendirilmeye açık olduğunu göstermektedir.

Beyşehir Fotoğraf Kulübü ise 57 etkinlikte toplam 9060 katılımcıya ulaşarak, katılımcı sayısı açısından öne çıkan grup olmuştur. Özellikle 2024 yılında belirgin bir artış gözlenmiş, bu durum fotoğrafçılık faaliyetlerine olan ilginin giderek arttığını ve görsel, estetik odaklı rekreasyon türlerinin geniş bir kitleye hitap ettiğini göstermektedir. Bu ilginin arka planında Beyşehir'in doğal peyzaj çeşitliliği, zengin flora ve faunası, kültürel miras alanları ve görsel olarak etkileyici coğrafi yapısı yer almaktadır.

Bu bulgular doğrultusunda, Beyşehir ilçesinde doğa temelli açık alan rekreasyon etkinliklerinin niceliksel olarak arttığı ve çeşitlilik kazandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Katılımcı ilgisindeki yükseliş, bireylerin doğa ile etkileşim arayışlarının arttığını ve bölgenin doğal kaynaklarının rekreatif amaçlarla kullanımında bir bilinç geliştiğini göstermektedir. Elde edilen bu bulgulara göre aşağıdaki öneriler sunulabilir:

Altyapı Geliştirme: Doğa yürüyüşü rotalarının, bisiklet yollarının ve fotoğrafçılık için uygun alanların fiziksel altyapıları güçlendirilmelidir. Yönlendirme tabelaları, dinlenme alanları, güvenlik önlemleri ve atık yönetimi sistemleri gibi unsurların iyileştirilmesi, kullanıcı deneyimini artıracaktır.

Tanıtım Faaliyetleri: Yerel ve ulusal düzeyde tanıtım faaliyetleri artırılarak Beyşehir'in doğa temelli turizm potansiyeli ön plana çıkarılmalıdır. Dijital platformlar, sosyal medya ve bölgesel tanıtım kampanyaları bu bağlamda etkin biçimde kullanılabilir.

Ekoturizm Stratejileri: Rekreasyon faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından ekoturizm ilkelerine dayalı bir yönetim planı geliştirilmelidir. Doğal kaynakların korunması ile ziyaretçi deneyiminin dengelenmesi, uzun vadeli turizm başarısı için elzemdir.
Yerel Halkın Katılımı: Yerel halkın bu etkinliklere katılımı teşvik edilerek hem ekonomik fayda yaratılması hem de toplumsal sahiplenme sağlanması önemlidir. Gönüllü rehberlik, ev pansiyonculuğu ve yöresel ürün satışları gibi mikro girişimler desteklenmelidir.
Veri Toplama ve İzleme Sistemleri: Etkinliklerin yıllık bazda daha sistematik biçimde kayıt altına alınması ve analiz edilmesi için dijital veri toplama araçları kullanılmalı, böylece gelişim süreci sürekli izlenebilir hale getirilmelidir.
Gelecekteki araştırmalar için; Beyşehir özelinde yürütülen bu tür çalışmaların farklı mevsimsel dönemler, yaş grupları veya motivasyonel etkenler bazında ayrıntılandırılması önerilmektedir. Ayrıca benzer yapıya sahip diğer Anadolu ilçeleriyle karşılaştırmalı çalışmalar gerçekleştirilerek bölgesel rekreasyonel gelişim örüntüleri ortaya konabilir. Sonuç olarak, Beyşehir'in sahip olduğu doğal ve kültürel değerler, doğa temelli rekreasyon faaliyetleri açısından önemli bir potansiyele işaret etmektedir. Bu potansiyelin sürdürülebilir bir yaklaşımla yönetilmesi, bölgenin hem yerel kalkınmasına hem de sağlıklı yaşam kültürünün yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Açiksöz, S., Topay, M., & Aydin, H. (2006). Bartın-Arıt Beldesi Trekking Potansiyelinin Belirlenmesi. *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, *8*(10).

Aksu, Ö. V. (2015). Korunan Doğal Rekreasyon Alanlarında Donatı Elemanlarının Tasarımları: Altındere Vadisi Milli Parkı Örneği. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, *15*(2), 267-278. https://doi.org/10.17475/KUOFD.07523

Arslan, M., & Güngör, S. (2002). Beyşehir Gölü Yakın Çevresinin Koruma Kullanım Kararları Açısından İrdelenmesi. Içinde *Su Havzalarinda Toprak ve Su Kaynaklarinin Korunmasi, Gelisti- rilmesi ve Yönetimi Sempozyumu. Mustafa Kemal Üniversitesi*.

Asan, H. (2018). Sivas İli Kuş Gözlem Turizmi Potansiyelinin Değerelendirilmesi. *the Journal of Academic Social Sciences*, *74*(74), 630-655. https://doi.org/10.16992/asos.13859

Aylan, F. K., & Ardıç Yetiş, Ş. (2021). Açık Alan Rekreasyon Faaliyetlerinin Destinasyon Kıyaslaması Bağlamında İncelenmesi: Nevşehir - Konya İllerinin Karşılaştırılması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, *20*(79), 1279-1297. https://doi.org/10.17755/esosder.835328

Büyük İşler, D., & Güzel, F. Ö. (2014). Tur Yönetiminde Profesyonel Turist Rehberlerinin Deneyimsel Rolü: Alman Turistlerin Kültür Turu Satın Alma Davranışına Yönelik Bir Değerlendirme. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, *19*(1), 128-138.

Caner, A. M., Demir, M., & Mesut, A. (2020). Erzincan Girlevik Şelalesi ve Yakın Çevresine Gelen Ziyaretçilerin Rekreasyonel Talep ve İsteklerinin Belirlenmesi. *Artvin Coruh University Journal of Forestry Faculty*, *21*(1), 1-12. https://doi.org/10.17474/ARTVINOFD.524207

Ceylan, S. (2024). Beyşehir Gölü ve Çevresinde Yapılan Turizm ve Rekreasyonel Aktiviteler. *Journal of Academic Tourism Studies*, *Cilt: 5 Sayı: 2*(Cilt: 5 Sayı: 2), 1-22. https://doi.org/10.29228/jatos.76473

Çelik, A., Üzümcü, T. P., & Çetin, İ. (2016). Bursa İli Gölyazı Köyü'nün Açık Hava Rekreasyon Potansiyeli. *International Journal of Social and Economic Sciences*, *6*(2), 32-40.

Çetinkaya, G. (2014). Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Sporu ve Antalya-Geyikbayırı'nın Potansiyeli. *Eastern Geographical Review*, *19*(31), 83-100. https://doi.org/10.17295/DCD.25739

Demircioğlu, A. (2023). Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonlarının İncelenmesi: Fethiye Örneği. *Journal of Applied Tourism Research*, *4*(1), 1-14.

Elveren, A., & Çelebi, M. (2024). Bisiklet Kullanımının Yaygınlaştırılmasında Ulusal Bisiklete Binme Politikalarını Oluşturan Faktörlerin İncelenmesi. *Journal of ROL Sports Sciences Cilt*, *1*, 73-98. https://doi.org/10.5281/zenodo.10877870

Garipağaoglu Uğur, N., & Akova, O. (2022). Açık Hava Rekreasyonel Aktivitelerinin Kırsal Turizme Etkisi. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, *6*(2), 111-122. https://doi.org/10.55243/ihssr.1199977

Genç, N., Bulut, Z., & Yılmaz, G. (2022). Açık Alan Rekreasyonu ve Sürdürülebilirlik Kavramlarını Bir Arada Kullanan Uluslararası Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. *Tourism and Recreation*, *4*(1), 42-49. https://doi.org/10.53601/TOURISMANDRECREATION.1130460

Gökyer, E., Öztürk, M., Dönmez, Y., & Çabuk, S. (2015). Bartın İli Dağlık Alanlarında Coğrafi Bilgi Sistemleri Kullanılarak Ekoturizm Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, *5*(12), 25-35. https://doi.org/10.16950/std.69148

Güngör, S., & Arslan, M. (2003). Beyşehir İlçesi ve Yakın Çevresinin Turizm ve Rekreasyon Kullanımına Yönelik Peyzajı. *S.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 64-73.

Gürbüz, G., & Aygül, H. H. (2021). Arayıştan Uyanışa, Şifadan Estetiğe Yeni Çağ İnançları. *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *23*(43), 19-51. https://doi.org/10.17335/SAKAIFD.872353

Karacaoğlu, S., Özdemir, C., & Yolal, M. (2016). *Doğa Etkinliklerine Katılanların Doğa Temelli Turizme Yatkınlıklarının ve Etkinliklere Katılım Güdülerinin Belirlenmesi* (O. Bahar, Ed.; ss. 1161-1171). Detay Yayıncılık.

Karaşah, B. (2017). Kentsel ve Kırsal Rekreasyon Alanlarına Yönelik Kullanıcı Tercihlerinin Belirlenmesi 'Artvin Kenti Örneği'. *Journal of Bartin Faculty of Forestry*, *19*(1), 58-69. https://doi.org/10.24011/BAROFD.291998

Kaya, C., Yıldız, S. M., & Ekici, S. (2022). Rekreasyonel Aktivitelere Katılımın Akademisyenlerin Yaşam Doyumuna Etkisinin İncelenmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, *23*(51), 249-264.

Kaya, F., & Yıldırım, G. (2020). Ekoturizm Potansiyeli Açısından Doğu Karadeniz Bölgesi'nin Değerlendirilmesi. *Tourism and Recreation*, *2*(2), 125-133.

Korkusuz, T. (2023). Yeni Bir Rekreasyon Faaliyeti Olarak Erzurum Kentinde At Biniciliği. *Journal of Literature and Humanities*, *1*(69), 131-137. https://doi.org/10.5152/AUJFL.2022.220715

Korucuk, M. (2024). Eğitim Bilimleri Odağında Türkiye'deki Üniversitelerin Değerlendirilmesi: İkincil Veri Analizi. *Journal of University Research*, *7*(3), 224-239. https://doi.org/10.32329/UAD.1482817

Mitten, D., Overholt, J. R., Haynes, F. I., D'Amore, C. C., & Ady, J. C. (2018). Hiking: A Low-Cost, Accessible Intervention to Promote Health Benefits. *American Journal of Lifestyle Medicine*, *12*(4), 302-310. https://doi.org/10.1177/1559827616658229/ASSET/IMAGES/10.1177_1559827616658229-IMG1.PNG

Morse, W. C., Stern, M., Blahna, D., & Stein, T. (2022). Recreation as a Transformative Experience: Synthesizing the Literature on Outdoor Recreation and Recreation Ecosystem Services into a Systems Framework. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, *38*. https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100492

Pehlivanoğlu, M. T. (1976). Rekreasyon ve Ormaniçi Rekreasyon Planlaması. *istanbul üniversitesi orman fakültesi dergisi*, *XXVI*(2).

Ramazanoğlu, F., Altungül, O., & Özer, A. (2004). Sportif Açıdan Rekreasyon Etkinliklerinin Değerlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, *3*(1), 199-202.

Saçli, Ç., & Özdemir Kahraman, C. (2019). Açık Alan Rekreasyonu Olarak Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonları ve Etkinlik Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Arsuzfest Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *21*(4), 1249-1269. https://doi.org/10.16953/DEUSOSBIL.498463

Sahri, S., Raharjo, B. B., Nasuka, N., Sumartiningsih, S., Fuchs, P. X., Kresnajati, S., Sugiarto, S., & Festiawan, R. (2024). Criticality of preparation and equipment in hiking and trekking activities: a systematic review. *Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, ISSN-e 1988-2041, ISSN 1579-1726, Nº. 61, 2024, págs. 210-217*, *61*(61), 210-217.

Sevinç, F., & Özel, Ç. H. (2018). Boş Zaman Aktivitesi Olarak Dalış ve Yaşam Doyumu ile İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *20*(3), 397-415. https://doi.org/10.16953/deusosbil.416816

Sezer, İ., & Öztürk, B. (2014). Boztekke Köyü'nün (Giresun Merkez İlçe) Kırsal Turizm Potansiyeli. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, *6*(11), 37-69.

Topkaya, E. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri Güncelleştirilmiş 5. Baskı. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, *2*(2), 113-118.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

AKŞEHİR'DEKİ SOMUT VE SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRASIN KENT TURİZMİNE KATKIDA ETKİN KULLANIMI

Dr. Hüsniye KOÇ
Akşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü
ORCID: 0000-0002-1515-2889

ÖZET

Tarihi eserlerin, yapıların ve kalıntıların korunması amacıyla yasaların yürürlüğe girmesi, Türkiye'de Avrupa ülkelerinden daha geç dönemlerde gerçekleştirilmiştir. Ancak son yıllarda artan çalışmalarla birlikte tüm ülkede tarihi değer taşıyan mimari yapıların korunması, tanıtılması ve yeni işlevler kazandırılması söz konusudur.

Türkiye'de, birçok ülkeden daha fazla sayıda kültürel çeşitliliğe sahip ören yerleri ve sit alanları bulunmaktadır. Akşehir de gerek somut gerekse somut olmayan kültürel mirasa sahip çıkarak bu mirası turizmi canlandıracak bir öğe olarak kullanmakta oldukça başarılı ilçelerden biridir. İlçede müzelerin yanı sıra sit alanı olarak kabul edilmiş eski Akşehir evleri de bulunmaktadır. Ulusal kimlik inşasına katkı sağlaması için söz konusu Akşehir evlerinin büyük bir kısmı KOP projesi kapsamında Akşehir Belediyesi tarafından restore edilmiştir. Yine belediye bu evlerin sokaklarında Nasreddin Hoca temalı bir mizah sokağı uygulamasına başlamıştır. 2024 yılı Uluslararası Nasreddin Hoca Şenliği kapsamında mizah yolu oluşturulmuş ve gerek şenlik gerekse yapılan mizah yolu turizm açısından kente beklenenden fazla katkı sağlamıştır. Bu evler Akşehir turizmine katkı sağlamak amacıyla farklı şekillerde kullanılmaktadır. Yöresel yemekleri ile hizmet veren Takkasızlar Konağı, Nasreddin Hoca'nın fıkralarına hayat veren Nasreddin Hoca Evi, Dünya mizahına ev sahipliği yapması için planlanmış Nasreddin Hoca Bellek Merkezi, kültür ve sanat evi olarak kullanılan Tarihi Ermeni Kilisesi, sergi alanı olarak kullanılan Yukarı Hamam bu dokunun korunması ve canlandırılması için hizmet veren mekanlardır.

Bunların yanında Akşehir'i uluslararası sahada tanıtan, 1959 yılından beri yapılmakta olan Uluslararası Nasreddin Hoca Şenliği de hem somut hem somut olmayan kültürel mirasın turizm ile tanıtılmasında çok ciddi bir role sahiptir.

Bu bildiri Konya ili Akşehir ilçesi belediyesinin son yıllarda kültürel mirasa sahip çıkmak amacı ile yaptığı faaliyetleri tanıtmak ve bu faaliyetlerin ilçenin turizm açısından tanıtılmasına katkısı ve ilçeye sağladığı faydaları sayısal veriler üzerinden aktarmak amacı ile hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Akşehir, Takkasızlar Konağı, Nasreddin Hoca, Tarihi Ermeni Kilisesi

TANGIBLE AND INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE IN AKŞEHİR EFFECTIVE USE IN CONTRIBUTING TO CITY TOURISM

ABSTRACT

The enactment of laws for the protection of historical monuments, buildings and ruins was realized in Turkey at a later period than in European countries. However, with increasing efforts in recent years, architectural structures of historical value are being protected, promoted and given new functions all over the country.

Turkey has more archaeological sites and protected areas with cultural diversity than many other countries. Akşehir is one of the most successful districts in protecting both tangible and intangible cultural heritage and using this heritage as an element to revitalize tourism.

In addition to museums, there are also old Akşehir houses that have been recognized as protected areas. In order to contribute to the construction of national identity, a large part of these Akşehir houses were restored by Akşehir Municipality within the scope of the KOP project. The municipality has also started to implement a Nasreddin Hodja-themed humor street on the streets of these houses. Within the scope of the 2024 International Nasreddin Hodja Festival, a humor road was created and both the festival and the humor road contributed more than expected to the city in terms of tourism.

These houses are used in different ways to contribute to Akşehir tourism. Takkasızlar Mansion serving local food, Nasreddin Hodja House giving life to Nasreddin Hodja's jokes, Nasreddin Hodja Memory Center planned to host world humor, Historical Armenian Church used as a culture and art house, Yukarı Hamam used as an exhibition area are the places that serve to protect and revitalize this texture.

In addition to these, the International Nasreddin Hodja Festival, which has been organized since 1959, has a very serious role in promoting both tangible and intangible cultural heritage through tourism.

This paper has been prepared with the aim of introducing the activities carried out by the municipality of Akşehir district of Konya province in order to protect cultural heritage in recent years and to convey the contribution of these activities to the promotion of the district in terms of tourism and the benefits they provide to the district through numerical data.

Keywords: Aksehir, Takkasızlar Mansion, Nasreddin Hodja, Historical Armenian Church

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

COĞRAFİ İŞARETLİ ÜRÜNLERİN YEREL DEĞERLERİN KORUNMASINA KATKISI: KONYA İLİ ÖRNEĞİ

Semih BÜYÜKİPEKCİ
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı
ORCID: 0000-0002-5617-4021

Şevval ÖZDEMİR
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ORCID: 0009-0009-4144-0372

Medine ÖZSOY
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
ORCID: 0009-0005-5946-3960

ÖZET
Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeye özgü ürünlerin kalitesini, tazeliğini ve kökenini güvence altına almak amacıyla kullanılan işaretlerdir. Bu işaretler hem üreticiler hem de tüketiciler açısından büyük bir öneme sahiptir; zira ürünün tescil edildiği bölgeye ekonomik ve kültürel değer kazandırmanın yanı sıra, ürünün menşeini koruma altına almaktadır. Günümüzde coğrafi işaretli ürünlerin bilinirliği ve farkındalığı giderek artmakta, bu durum yerel ekonomilere katkıda bulunurken kültürel mirasın da korunmasına olanak tanımaktadır. Türkiye, jeopolitik konumu, iklim çeşitliliği, verimli toprak yapısı, tarihsel geçmişi ve kültürel zenginlikleri ile coğrafi işaretli ürünlerin üretimi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu durum, belirli bölgelerde yetişen mahsullerin ve bölgesel üretim yöntemlerinin korunması yoluyla, ürünlerin özgün niteliklerini sürdürülebilir bir biçimde devam ettirebilmesine olanak sağlamaktadır. Bu çalışmanın temel amacı, coğrafi işaret kavramını açıklamak, tarihsel gelişim sürecini ortaya koymak ve günümüzde bu işaretlerin artan önemini vurgulamaktır. Aynı zamanda, Türkiye'nin coğrafi işaret tescilinde öne çıkan bölgelerinden biri olan Konya ili özelinde tescilli ürünler incelenmektedir. Çalışma, ayrıca Konya'da coğrafi işaretli ürün olma potansiyeline sahip ürünlere de değinmekte ve bu bağlamda, gelecekte yapılacak çalışmalara bilimsel katkı sağlamayı hedeflemektedir.
Anahtar Kelimeler: Konya, Coğrafi İşaret, Yerel Değer, Sürdürülebilir Kalkınma

THE ROLE OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN PRESERVING LOCAL HERITAGE: A CASE STUDY OF KONYA PROVINCE

ABSTRACT
Geographical indications (GIs) are distinctive signs that certify the quality, freshness, and origin of products associated with a specific region. These indicators play a crucial role for both producers and consumers, as they not only enhance the economic and cultural value of the region where the product is registered but also safeguard the authenticity and provenance of the product. In contemporary contexts, the growing recognition and awareness of GIs contribute significantly to local economies while preserving cultural heritage. GIs are widely regarded as a strategic instrument to ensure the sustainability of regional identity and cultural heritage by protecting the uniqueness, quality, and origin of region-specific products.Turkey's rich cultural diversity and abundant natural resources provide substantial potential for GI products to drive local development and strengthen the national economy.

This study examines the significance of GIs in safeguarding local heritage, with a particular focus on their economic, cultural, and social contributions in the province of Konya. Within this framework, the primary objective is to evaluate the role of GIs in Konya in alignment with sustainable development goals, identify products with potential for GI registration, and offer a scientific contribution to future research through the findings of this study.
Keywords: Konya, Geographical Indication, Local Heritage, Sustainable Development

1.GİRİŞ

Günümüzde turizm faaliyetleri yalnızca doğal ve kültürel varlıkların keşfiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda destinasyonun özgün yaşam biçimlerinin ve özellikle mutfak kültürünün deneyimlenmesini de içeren çok boyutlu bir yapıya dönüşmüştür. Tarihsel süreç içerisinde toplumlar; içinde bulundukları çevresel koşullar, sosyoekonomik yapı, üretim biçimleri ve kültürel etkileşimler neticesinde kendilerine özgü mutfak kültürleri geliştirmiştir (Çakıcı & Eser, 2016). Bu bağlamda mutfak kültürü, yalnızca beslenme ihtiyacını karşılayan bir olgu olmaktan öte; toplumsal kimliğin, kültürel belleğin ve geleneksel bilginin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Son yıllarda gastronomi, turizm literatüründe özel ilgi turizmi kapsamında ele alınmakta ve bu bağlamda gastronomi turizmi kavramsallaştırılmaktadır.

Gastronomi turizmi; bireylerin farklı mutfak kültürlerini tanıma, yeni lezzetleri keşfetme ve bu doğrultuda kültürel etkileşim kurma amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri ifade etmektedir (Sabur & Güneş, 2023, Çoşkun & Bişeren, vd., 2024). Seyahat eden bireylerin yeme-içme faaliyetlerinden duydukları haz ve bu deneyimlerin farklılaşma arzusu, gastronomiyi turistik deneyimlerin temel bileşenlerinden biri haline getirmiştir (Cohen, 2004). Bu durum, destinasyonların tanıtımı, imaj oluşumu ve marka değerinin artırılması açısından gastronomi unsurlarını stratejik bir konuma taşımaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) gastronomi turizmini; gastronomik niteliklere sahip destinasyonlara yönelik olarak gerçekleştirilen, eğlence temelli ve yiyecek-içecek odaklı rekreasyonel ve deneyimsel aktivitelerin bütününü kapsayan bir turizm türü olarak tanımlamaktadır (UNWTO, 2012). Bu çerçevede düzenlenen gastronomi temalı festivaller, yerel pazar ziyaretleri, yemek gösterileri ve gıda üretim alanlarına yönelik geziler hem ziyaretçilerin deneyim çeşitliliğini artırmakta hem de yerel mutfak kültürlerinin tanıtımına katkı sunmaktadır (Küçükkömürler & Şirvan, 2018). Söz konusu etkinlikler, yerel ekonomiyi canlandırmakta, kültürel mirasın korunmasına katkı sağlamakta ve destinasyonlara özgünlük kazandırmaktadır. Bununla birlikte, küreselleşme, hızlı kentleşme, endüstriyel üretim sistemleri ve tüketime dayalı yaşam tarzları, geleneksel bilgiye dayalı üretim biçimlerini ve yerel mutfak kültürlerinin özgünlüğünü tehdit etmektedir. Bu bağlamda, yerel ürünlerin korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması amacıyla geliştirilen coğrafi işaret tescil sistemi, önemli bir yasal koruma aracı olarak öne çıkmaktadır.

Türk Patent Kurumuna göre Coğrafi işaret, ‘’Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işarettir. Coğrafi işaretler, menşe adı ya da mahreç işareti olarak tescil edilir. Gıda, tarım, maden, el sanatları, sanayi ürünleri coğrafi işaret tesciline konu olabilir.’’ Şeklinde tanımlanır (TÜRKPATENT,2018). Günümüzde küreselleşme, hızlı kentleşme, endüstriyel tarım ve tüketime dayalı yaşam biçimleri, yerel üreticilerin sürdürülebilirliğini tehdit etmekte ve yerel mutfak kültürünün özgünlüğünü zedelemektedir. Bu olumsuzluklara karşın, kültürel mirasın korunması ve yerel değerlerin sürdürülebilirliği açısından coğrafi işaret tescil sistemi önemli bir yasal koruma aracı olarak öne çıkmaktadır.

Bu sistem sayesinde, belirli bir bölgeyle özdeşleşmiş, geleneksel bilgi ve yöntemlerle üretilen özgün yiyecek ve içecekler korunmakta; taklitlerin önüne geçilerek hem üretici hakları hem de tüketici güvenliği sağlanmaktadır.

Türk Patent ve Marka Kurumu'na göre coğrafi işaretler, "menşe adı" ve "mahreç işareti" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, ürünün tüm veya esas niteliklerinin belirli bir coğrafi alana özgü doğal ve beşerî faktörlerden kaynaklandığı durumlarda kullanılır; üretim ve işlemlerin tamamı bu alan içinde yapılmalıdır. Buna karşılık, mahreç işareti, ürünün belirli bir niteliği ya da ünüyle bir coğrafi alanla özdeşleştiği durumları ifade eder ve üretim aşamalarından en az birinin bu bölgede gerçekleşmesi yeterlidir (TÜRKPATENT, 2018). Bu iki temel coğrafi işaret türünün yanı sıra, menşe adı veya mahreç işareti kapsamında değerlendirilemeyen, ancak piyasada geleneksel olarak en az otuz yıl boyunca kullanılan adlar da "geleneksel ürün adı" olarak tanımlanabilmektedir. Bu tür adların geleneksel ürün adı olarak kabul edilebilmesi için ya geleneksel bir üretim veya işleme yöntemiyle ya da geleneksel hammadde ya da bileşimle ilişkilendirilmesi gerekmektedir (TÜRKPATENT, 2018).

6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu uyarınca, coğrafi işaretler; yerel ürünlerin özgünlüğünü korumak ve geleneksel bilgi ile üretim yöntemlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla hukuki koruma altına alınmıştır. Kanunun 3. kitabına göre, tescilli coğrafi işaretlerin adı, menşei ve niteliği belirli kurallarla korunmakta; izinsiz kullanım, yanıltıcı beyan ve taklit üretim cezai yaptırımlara tabi tutulmaktadır. Böylece hem üreticilerin ekonomik hakları hem de tüketicilerin güvenilir ürüne erişimi güvence altına alınmaktadır (Sınai Mülkiyet Kanunu,2017)

Konya ili, zengin gastronomik mirası ve coğrafi işaretli ürün çeşitliliğiyle Türkiye'nin önde gelen şehirlerinden biridir. Coğrafi işaret tescili, yerel ürünlerin korunması ve tanıtımı açısından önemli bir araçtır. Tescili yapılan ürünleri arasında; "Konya Etliekmek", "Konya Etli Düğün Pilavı", "Konya Peynir Şekeri", "Konya Zerdesi", "Konya İrmik Helvası", "Konya Bamya Çorbası", " Konya Yağ Somunu" gibi ürünler, coğrafi işaret tescili alarak hem yerel kimliğin korunmasına hem de gastronomi turizminin gelişimine katkıda bulunmaktadır. (Berber&Ekşi, vd.,2024).

LİTARTÜR TARAMASI

Coğrafi işaret

Coğrafi işaretler, belirli bir coğrafi bölgeyle özdeşleşmiş, ürünlerin kökenine bağlı olarak ayırt edici özellikler taşıyan ve bu özelliklerin üretim süreciyle birlikte korunmasını amaçlayan fikri mülkiyet hakları arasında yer almaktadır. Bu sistem, ürünlerin coğrafi kökenle ilişkilendirilerek tescillenmesini sağlamakta; kalite, ün ve geleneksel bilgi gibi unsurların güvence altına alınmasına katkıda bulunmaktadır (Şahin, 2013). Coğrafi işaretli ürünler bu yönüyle yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyolojik bir değer taşımaktadır. Üretim yerinin özgün özelliklerini taşıyan bu ürünler, hem yerel üreticilerin gelir düzeyini artırmakta hem de kırsal kalkınmanın desteklenmesine katkı sunmaktadır.

Coğrafi işaret sistemleri, geleneksel üretim yöntemlerinin korunarak gelecek kuşaklara aktarılmasına imkân tanımakta ve yerel kimliğin ulusal ve uluslararası düzeyde tanınırlığını artırmaktadır (Şentürk, 2011). Coğrafi işaretler; "menşe adı" ve "mahreç işareti" olmak üzere iki temel kategoriye ayrılmaktadır. Menşe adı, ürünün tüm üretim aşamalarının belirli bir coğrafi bölgede gerçekleşmesini ve bu bölgeye özgü niteliklerin ürüne doğrudan etki etmesini zorunlu kılmaktadır. Buna karşılık, mahreç işareti ürünün yalnızca belli bir özelliğinin veya ününün ilgili bölgeyle ilişkilendirilmesini ve üretim süreçlerinden en az birinin bu bölgede gerçekleşmesini yeterli görmektedir (555 Sayılı KHK).

Türkiye, sahip olduğu zengin biyolojik çeşitlilik, kültürel miras ve yöresel üretim gelenekleriyle coğrafi işaretleme açısından yüksek potansiyele sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Coğrafi işaret tescil sisteminin Türkiye'deki uygulanışı, geleneksel bilgi ve üretim tekniklerinin korunmasını sağlarken aynı zamanda kırsal bölgelerde ekonomik kalkınmayı desteklemekte ve yerel üreticilerin pazardaki rekabet gücünü artırmaktadır (Işın & Yalçın, 2020). Ulusal düzeyde coğrafi işaret tescilleri Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından yürütülmektedir ve bu kapsamda yapılan çalışmalarla birlikte tescil edilen ürün sayısında önemli artışlar yaşanmaktadır. Coğrafi işaretlerin küresel düzeyde korunmasına yönelik ilk düzenlemeler 1883 tarihli Paris Sözleşmesi ile başlamış, ardından 1891 Madrid Anlaşması ve 1958 Lizbon Anlaşması ile bu koruma daha da genişletilmiştir. 1994 yılında yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü'ne bağlı Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) ise coğrafi işaretlerin uluslararası ticaret bağlamında da önemli bir fikri mülkiyet türü olarak değerlendirilmesini sağlamıştır. Avrupa Birliği 1992 yılında yürürlüğe koyduğu düzenlemelerle PDO (Protected Designation of Origin) ve PGI (Protected Geographical Indication) sistemlerini oluşturarak coğrafi işaretlerin yasal ve ekonomik temellerini güçlendirmiştir (IP Law Mastery, 2023). Küresel ölçekte değerlendirildiğinde, Avrupa kıtası coğrafi işaretlerin en yaygın ve sistematik biçimde uygulandığı bölgedir. Fransa'da "Champagne" ve İtalya'da "Parmigiano Reggiano" gibi örnekler, yalnızca belirli bölgelerde geleneksel yöntemlerle üretildiklerinde bu adları taşıyabilmektedir. Bu sistem, ürünlerin sadece gastronomik değerini değil, aynı zamanda kırsal ekonomideki rolünü de güçlendirmektedir. Asya kıtasında ise Japonya, Hindistan ve Çin gibi ülkeler coğrafi işaretlerin ekonomik potansiyelini son yıllarda daha fazla değerlendirmektedir. Japonya'nın "Kobe Beef" ve Hindistan'ın "Darjeeling Çayı" gibi ürünleri, ulusal ve uluslararası pazarda yüksek katma değerli örnekler olarak öne çıkmaktadır. Afrika kıtasında, özellikle Güney Afrika'da "Karoo Lamb" gibi ürünler coğrafi işaret sistemleriyle koruma altına alınmakta ve bu sistemin yerel kalkınma stratejilerinin bir parçası hâline gelmesi hedeflenmektedir. Amerika kıtasında, özellikle Latin Amerika ülkeleri coğrafi işaretleri ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmakta; Kolombiya'nın "Café de Colombia" ve Meksika'nın "Tequila" ürünleri bu anlamda öne çıkan örnekler arasında yer almaktadır. Okyanusya kıtasında ise Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkeler, özellikle tarım ve gıda ürünleri bağlamında coğrafi işaret sistemlerini ihracat odaklı stratejilerle uyumlu hâle getirmiştir (FAO, 2024; SADC-EU EPA Outreach, 2017).

Türkiye'de coğrafi işaretli ürün sayısında son yıllarda belirgin bir artış yaşanmıştır. Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın (2019) tarafından yapılan çalışmada, 2019 itibariyle mahreç ve menşe işareti ile tescillenmiş 239 gıda ürünü bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak Türk Patent ve Marka Kurumu'nun (2024) verilerine göre bu sayı 1.718'e ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye'de coğrafi işaretlerin sistematik biçimde yaygınlaştığını ve bu alandaki farkındalığın arttığını göstermektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin iller bazında dağılımına bakıldığında, Bilge, Karabacak ve Ekinci (2019) çalışmalarında Gaziantep, Elâzığ ve Ankara'yı ilk üç sırada belirtmiştir. Usta ve Şengül'ün (2022) araştırması ise Gaziantep'in 69 ürün ile liderliğini koruduğunu; Konya'nın 43 ürün ile ikinci, Şanlıurfa'nın ise 32 ürün ile üçüncü sırada yer aldığını ortaya koymuştur. Bu bulgular, bazı illerin coğrafi işaret sistemini stratejik biçimde kullandığını ve bu alandaki kurumsal kapasitelerini geliştirdiklerini göstermektedir. Sonuç olarak, coğrafi işaretler yalnızca ürünlerin menşeine dayanan bir koruma sistemi değil, aynı zamanda yerel kalkınmanın desteklenmesi, geleneksel bilgi ve kültürel değerlerin korunması, üretici gelirlerinin artırılması ve kırsal istihdamın güçlendirilmesi açısından da çok yönlü bir araç niteliğindedir. Türkiye'de coğrafi işaret sistemine yönelik farkındalık ve başvuruların artması, bu alandaki potansiyelin etkin şekilde değerlendirildiğini göstermektedir.

Ancak bu sistemin daha etkin işlemesi için denetim mekanizmalarının güçlendirilmesi, tescilli ürünlerin pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir.

Konya coğrafi İşaretli Ürünleri

Konya, tarihinde çeşitli uygarlıklar yer almakta olup bu tarihinin getirdiği pek çok kültürel kaynağa sahiptir. Türkiye'nin yüz ölçümü bakımından ne büyük ili olan Konya İç Anadolu Bölgesinin merkezinde yer almaktadır. Konya'nın M.Ö. 7000'li yıllardan bu yana yerleşim yeri olduğu bilinmektedir. Tarihi süreçte Hititliler, Lidyalılar, Persler, Roma ve Bizans İmparatorlukları Konya topraklarında yaşamış medeniyetlerden bir kaçıdır (Solmaz ve Maden, vd.,2020). Konya il sınırları içerisinde yer alan Çatalhöyük Dünya üzerinde yemek kültürünün ilk oluştuğu yer olarak kabul edilmekte olup, ayrıca yerleşik hayata geçilip tarımın yapılmaya başlandığı ilk yerin de burası olduğu bildirilmektedir. Konya tarih ve kültürünün oluşmasın Selçuklu Devleti döneminde başkentlik yapmış olmasının çok büyük etkileri bulunmaktadır (Özönder, 2005).

Konya, zengin tarımsal üretimi ve köklü gastronomik mirasıyla Türkiye'nin önemli coğrafi işaret merkezlerinden biridir. Coğrafi işaretler, yerel ürünlerin kalitesini ve özgünlüğünü koruyarak hem üreticilerin ekonomik refahını artırmakta hem de bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Örneğin, Konya'nın tescilli ürünlerinden biri olan "Ereğli Beyaz Kirazı", bölgeye özgü iklim ve toprak koşulları sayesinde benzersiz bir lezzet profiline sahiptir ve bu özellik, ürünün pazarda farklılaşmasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2022). Ayrıca, coğrafi işaretlerin kültürel mirasın korunmasında da önemli bir rolü bulunmaktadır. Konya'nın geleneksel yemeklerinden "Etli Ekmek", sadece bir yiyecek değil, aynı zamanda bölgenin tarihsel ve kültürel değerlerini yansıtan bir unsurdur (Demir & Kaya, 2021). Bu tür ürünlerin coğrafi işaretle tescillenmesi, hem yerel kimliğin korunmasına yardımcı olmakta hem de gastronomi turizmini teşvik etmektedir. Sonuç olarak, coğrafi işaretler Konya için sadece ekonomik bir araç değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğin ve bölgesel kalkınmanın anahtarıdır. Bu bağlamda, coğrafi işaretlerin etkin bir şekilde yönetilmesi ve tanıtılması, Konya'nın ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet gücünü artıracaktır.

Şekil.1 Konya Coğrafi İşaretli Ürünleri



Akşehir Kirazı



Ereğli Siyah Havucu



Seydişehir Karpuzu



Ereğli Beyaz Kirazı



Etliekmek



Düğün Pilavı



Kadınhanı Tahinli Pidesi



Ahırlı Köpük Helvası



Konya Balık Cokartması



Karapınar Kavurgası

BULGULAR

Tablo:1 Kıtalar Bazında Coğrafi İşaretlerin Dağılımı (WİPO,2024)

Kıta	Tescilli Cİ Sayısı	Dünya Genelindeki Yüzde (%)
Avrupa	4.016	43,0
Asya	3.973	42,6
Afrika	205	2,2
Kuzey Amerika	428	4,6
Orta ve Güney Amerika	556	5,9
Okyanusya	138	1,5
Toplam	9.332	100

Coğrafi işaretler (Cİ), bir ürünün belirli bir coğrafi bölgeye ait olduğunu ve bu bölgenin doğal, beşerî ya da kültürel unsurlarından kaynaklanan niteliklere sahip olduğunu gösteren fikrî mülkiyet haklarıdır. Tüm dünyada tescilli toplam 9.332 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin kıtasal dağılımı hem ekonomik kalkınma düzeylerini hem de coğrafi işaret sistemine olan kurumsal ilgiyi yansıtmaktadır. En yüksek coğrafi işaret sayısına sahip kıta, 4.016 tescil ve %43'lük oranla Avrupa'dır. Avrupa Birliği ülkeleri, uzun süredir yürürlükte olan yasal düzenlemeler ve kurumsal yapılar sayesinde coğrafi işaret sistemini etkili bir biçimde uygulamaktadır. Fransa'nın Roquefort peyniri, İtalya'nın Parma jambonu, Yunanistan'ın Kalamata zeytini ve İspanya'nın Manchego peyniri, Avrupa kıtasında tescillenmiş ve uluslararası düzeyde bilinirliği yüksek ürünlerden bazılarıdır.

Asya kıtası, 3.973 tescil ile dünya genelindeki coğrafi işaretlerin %42,6'sını barındırmaktadır. Özellikle Çin, Hindistan, Japonya ve Türkiye gibi ülkelerin artan coğrafi işaret başvuruları sayesinde Asya, bu alanda Avrupa ile neredeyse eşit düzeydedir. Çin'in Longjing çayı, Hindistan'ın Darjeeling çayı, Japonya'nın Kobe bifteği ve Türkiye'nin Antep baklavası gibi ürünler, Asya'nın kültürel ve gastronomik çeşitliliğini yansıtmaktadır. Orta ve Güney Amerika, 556 tescil ile toplamın %5,9'unu oluşturmaktadır. Bu bölgedeki coğrafi işaretli ürünler daha çok tarım ürünleri ve yerel el sanatları ile sınırlıdır. Kolombiya kahvesi, Ekvador kakao çekirdeği ve Meksika'nın Tequila içkisi, bu bölgeden öne çıkan örneklerdendir.Kuzey Amerika, 428 ürün ve %4,6'lık pay ile daha düşük bir temsil oranına sahiptir. Coğrafi işaret sistemi bu kıtada Avrupa'daki kadar yaygın olmasa da özellikle Kanada ve ABD'de bazı tesciller dikkat çekmektedir. Idaho patatesi (ABD) ve Quebec javor şurubu (Kanada) bu anlamda örnek gösterilebilir. Afrika kıtası, yalnızca 205 tescil ile toplamın %2,2'sine sahiptir. Ancak son yıllarda özellikle tarım ürünleri ve yerel topluluklara özgü üretimlerin coğrafi işaret sistemiyle korunmasına yönelik farkındalık artmaktadır. Etiyopya kahvesi, Güney Afrika Rooibos çayı ve Fas argan yağı bu kıtada öne çıkan tescilli ürünlerdir. Okyanusya kıtası, 138 tescil ve %1,5'lik oran ile coğrafi işaret sistemi açısından en az temsil edilen kıta konumundadır. Ancak Avustralya'nın King Island peyniri ve Yeni Zelanda'nın Manuka balı, dünya çapında bilinen tescilli ürünler arasında yer almaktadır. Sonuç olarak, coğrafi işaretlerin kıtalar bazındaki dağılımı, bu fikrî mülkiyet aracına verilen önem, ülkelerin yasal altyapısı ve kültürel miraslarını koruma bilinçleriyle doğrudan ilişkilidir. Özellikle Avrupa ve Asya, bu alanda küresel liderliği paylaşmakta; diğer kıtalar ise bu sistemi geliştirme yönünde ilerlemektedir. Coğrafi işaretlerin yaygınlaşması hem yerel ekonomilerin güçlendirilmesine hem de kültürel çeşitliliğin korunmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Tablo 2: Dünya Genelinde Coğrafi İşaret Tescilli Ürünlerin Sınıflara Göre Dağılımı(WİPO,2024)

Ürün Sınıfı	Ortalama Dağılım (%)	Açıklama
Gıda Ürünleri	52%	Peynir, zeytin, bal, bakliyat, turşu, reçel, vb.
Tarım Ürünleri	18%	Sebze, meyve, tahıl, fındık, üzüm, vb.
İçecekler	12%	Şarap, bira, kahve, çay, likör, maden suyu vb.
El Sanatları ve Zanaat Ürünleri	10%	Seramik, halı, kilim, cam işleri, bakır işçiliği vb.
Endüstriyel ve Diğer Ürünler	5%	Sabun, doğal kozmetik, geleneksel üretim teknikleriyle üretilmiş ürünler vb.
Hayvansal Ürünler	3%	Et, süt, tereyağı, yumurta vb.

Tablo:3 Bölgelere Göre Coğrafi İşaret Ürün Sayısı

BÖLGE ADI	TESCİLLİ COĞRAFİ İŞARET SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	187
EGE BÖLGESİ	249
AKDENİZ BÖLGESİ	185
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	307
KARADENİZ BÖLGESİ	279
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	288
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	223
TOPLAM	1718

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Türkiye, zengin kültürel mirası ve tarımsal çeşitliliği sayesinde çok sayıda coğrafi işaretli ürüne ev sahipliği yapmaktadır. Türk Patent ve Marka Kurumu verilerine göre, ülke genelinde tescillenmiş toplam 1718 coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin bölgesel dağılımı incelendiğinde, önemli farklılıkların olduğu görülmektedir. En fazla coğrafi işaretli ürüne sahip bölge, 307 tescille İç Anadolu Bölgesi'dir. Bu durum, bölgenin geniş tarımsal arazileri ve geleneksel üretim yöntemlerinin korunmasına yönelik çabalarla ilişkilendirilebilir. İç Anadolu'da Kayseri pastırması, Konya etli ekmeği ve Nevşehir kabak çekirdeği gibi ürünler, bölgenin coğrafi işaretli ürünlerine örnek olarak gösterilebilir. İkinci sırada 288 ürünle Güneydoğu Anadolu Bölgesi yer almaktadır. Bu bölge, tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olup, mutfak kültürü bakımından oldukça zengindir. Gaziantep baklavası, Urfa isot biberi ve Diyarbakır karpuzu bölgenin tescilli ürünlerinden bazılarıdır.

Karadeniz Bölgesi, 279 tescilli ürünle üçüncü sırada yer almaktadır. Doğal yapısı ve iklim koşulları sayesinde farklı ve nitelikli tarım ürünlerinin yetiştirilebildiği bu bölgede, Giresun tombul fındığı, Trabzon ekmeği ve Rize çayı gibi ürünler ön plana çıkmaktadır.

Ege Bölgesi, 249 ürünle sıralamada dördüncü sıradadır. Özellikle zeytinyağı, otlar ve geleneksel hamur işleri bu bölgenin coğrafi işaretli ürün çeşitliliğini oluşturur. Örneğin, Aydın inciri, Manisa mesir macunu ve İzmir boyozu bölgenin öne çıkan ürünlerindendir. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ise 223 coğrafi işaretli ürün tescillenmiştir. Sert iklim koşullarına rağmen bölge, kendine özgü lezzetler ve doğal ürünlerle dikkat çeker. Erzurum cağ kebabı, Van otlu peyniri ve Malatya kayısısı gibi ürünler bu bölgenin özgün gastronomik mirasını yansıtmaktadır.

Marmara Bölgesi, 187 ürünle daha çok sanayi ve ticaretle ön plana çıkmasına rağmen, kırsal alanlarında geleneksel üretimin sürdüğü bir bölgedir. Edirne beyaz peyniri, Gemlik zeytini ve İnegöl köftesi, Marmara'nın tescilli ürünlerinden bazılarıdır.

Son olarak, Akdeniz Bölgesi 185 ürünle en az coğrafi işaret tesciline sahip bölgedir. Ancak bu, bölgenin kültürel ve tarımsal zenginliğinin az olduğunu değil, belki de tescil süreçlerine yönelik daha sınırlı bir başvuru yoğunluğunu işaret eder. Bölgeden örnek olarak Adana kebabı, Antalya piyazı ve Hatay künefesi verilebilir.

Sonuç olarak, coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel dağılımı, Türkiye'nin kültürel çeşitliliğini ve yerel üretim potansiyelini gözler önüne sermektedir. Bu veriler hem yerel kalkınma hem de kültürel mirasın korunması açısından stratejik öneme sahiptir.

Tablo:4 Coğrafi İşaret Tescilli Yiyecek-İçecek Ürün Grupları

Yiyecek-İçecek Ürün Grupları	Sayı	Yüzde
Yemekler ve çorbalar	476	%27,8
İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	358	%20,9
Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar	352	%20,5
Diğer ürünler	90	%5,2
Peynirler	48	%2,8
Çikolata, şekerleme ve türevi ürünler	40	%2,3
Bal	33	%1,8
İşlenmiş işlenmemiş Et Ürünleri	31	%1,8
Yiyecekler için çeşni/ lezzet vericiler, soslar ve tuz	27	%1,6
Tereyağı dâhil katı ve sıvıyağlar	26	%1,5
Peynir ve tereyağı dışında kalan süt ürünleri	23	%1,2
Alkolsüz İçecekler	19	%1,1
Biralar ve diğer alkollü içkiler	12	%0,7
Dondurmalar ve yenilebilir buzlar	4	%0,2
Toplam	**1718**	**%100**

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, (2024)

Tablo 4’ de yer alan ürün grupları içerisinde en yüksek coğrafi işaret tescil sayısının yemekler ve çorbalar grubunda olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise %20,9 oranıyla işlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar kategorisi yer almaktadır. Fırıncılık ve pastacılık mamulleri, hamur işleri, tatlılar kategorisi %20,5’lik bir oranla üçüncü sırada bulunmaktadır (Türk Patent Enstitüsi,2024).

Tablo5: Çorbalar

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Bamya Çorbası	Konya Merkez	2021	Düğünlerde vazgeçilmez olan, ekşi ve kıvamlı bir çorbadır.
Arabaşı Çorbası	Konya Merkez	2021	Hamurla birlikte tüketilen acılı tavuk çorbasıdır.
Kikirdekli Kesme Çorbası	Konya Merkez	2021	İç yağı ile yapılan ve erişteyle hazırlanan yöresel çorbadır.
Ovmaç Çorbası	Konya Merkez	2021	Un, yoğurt ve tereyağının buluştuğu geleneksel bir lezzettir.
Tutmaç Çorbası	Konya Merkez	2021	Mercimek ve erişteli, protein zengini bir Anadolu çorbasıdır.
Tarhun Çorbası	Konya Merkez	2022	Tarhun bitkisinin aromasıyla zenginleşen özel bir çorbadır.
Tandır Çorbası	Konya Merkez	2022	Tandır eti ile yapılan yoğun ve doyurucu bir çorbadır.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Türk Patent Enstitüsüne göre 2021-2022 yılında Konya iline ait coğrafi işaretli ürünler Tablo'5'te verilmiştir. Konya merkezli Bamya çorbası Arabaşı Çorbası, Kibirdekli çorbası, Ovmaç Çorbası ve Tutmaç Çorbası tescillenmiştir (Türk Patent Enstitüsi,2024).

Tablo 6: Et Yemekler

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Etli Ekmek	Konya Merkez	2017	İnce hamur üstüne kıyma serilerek fırında pişirilir.
Tandır Kebabı	Konya Merkez	2022	Kuzu etinin tandırda yavaşça pişirilmesiyle yapılır.
Etli Düğün Pilavı	Konya Merkez	2009	Düğün ve özel günlerde yapılan nohutlu ve etli pilavdır.
Tandırda Çebiç	Konya Merkez	2021	İç pilavla doldurulmuş kuzu tandırda uzun süre pişirilir.
Etli Yaprak Sarması	Konya Merkez	2022	Asma yaprağına sarılan etli iç harçla hazırlanan lezzetli bir yemektir.
Paça Yahnisi	Konya Merkez	2022	Kemik suyu ve paçayla yapılan güçlü ve besleyici bir yemektir.
Et Tiridi	Konya Merkez	2022	Et suyu ile ıslatılmış bayat ekmekten yapılan geleneksel yemektir.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Türk Patent Enstitüsüne göre Konya Merkezli Coğrafi işaret ile yıllara göre tescillenmiş ürünler tablo 6'da verilmiştir.

Tablo7: Sulu Yemekler

Ürün Adı	İlçe /Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Calla Yemeği	Konya Merkez	2022	Kemikli kuzu etiyle yapılan, güveç tarzı geleneksel yemektir.
Domalan Yemeği	Konya Merkez	2021	Domalan mantarı ile yapılan özel bir yöresel lezzettir
Ekşili Kabak	Konya Merkez	2022	Yoğurt ve limon ile hazırlanan ferahlatıcı bir sebze yemeğidir.
Ildız Kökü Yemeği	Konya Merkez	2021	Yabani bir bitki olan ıldız köküyle yapılan sulu yemektir.
Patlıcan Bayıldan	Konya Merkez	2020	Fırınlanmış kıymalı patlıcan yemeğidir.
Patlıcan Tiridi	Konya Merkez	2022	Et suyu ile yumuşatılmış patlıcan yemeğidir.
Topalak	Konya Merkez	2022	Minik köftelerle yapılan çorba tarzı doyurucu yemektir.
Vişne Tiridi	Konya Merkez	2021	Vişne ve et suyunun tatlı-ekşi buluşmasıdır.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Tablo 8: Tatlılar

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Höşmerim	Konya Merkez	2021	Süt, irmik ve şekerle hazırlanan hafif bir tatlıdır.
Sacarası	Konya Merkez	2021	İnce açılmış yufka ve şerbetle yapılan çıtır bir tatlıdır.
Konya Kağıt Helvası	Konya Merkez	2019	Kâğıt inceliğinde, şekerli bir atıştırmalıktır.
Konya Badem Helvası	Konya Merkez	2022	Kavrulmuş bademle yapılan özel bir helva çeşididir.
Ahırlı Köpük Helvası	Konya Merkez	2024	Konya'nın Ahırlı ilçesine özgü, yumurta akı, şeker ve limon suyu ile hazırlanan, hafif ve köpüksü dokusuyla bilinen geleneksel helva çeşididir.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Tablo 9: Hamur İşleri

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Konya Böreği	Konya Merkez	2021	İnce açılmış yufkalar arasına et, peynir veya ıspanak konarak yapılan geleneksel bir börektir.
Tandır Çöreği	Konya Merkez	2022	Geleneksel tandır fırınında pişirilen, dışı kıtır içi yumuşak bir çörektir
Bamya Böreği	Konya Merkez	2021	Bamya ve et karışımı ile hazırlanan geleneksel bir hamur işidir.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Tablo10: Tarım Ürünleri

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Konya Şekeri	Konya Merkez	2021	Konya'nın yüksek verimli pamuklarından elde edilen doğal ve tatlı şekerdir.
Ereğli Patatesi	Ereğli	2022	Konya'nın Ereğli ilçesinde yetişen ve yoğun nişasta içeriğiyle bilinen bir patates türüdür.
Beyşehir Balı	Beyşehir	2021	Yüksek dağ çiçeklerinden elde edilen ve doğal özellikleriyle ünlü bir baldır.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Tablo 11. El Sanatları

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Konya El İşi Yastık	Konya Merkez	2021	El emeğiyle işlenmiş, geleneksel Konya yastığıdır.
Konya Oya Yastığı	Konya Merkez	2022	Renkli ipliklerle işlemeli geleneksel yastık örtüsüdür.
Kızılkaya Çini	Konya Merkez	2021	Kızılkaya bölgesinde üretilen, özgün desenlere sahip geleneksel çinilerdir.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Tablo 12: 2025 yılında Konya'da coğrafi işaret tescili alan ürünler

Ürün Adı	İlçe / Bölge	Tescil Yılı	Açıklama
Konya Kifayesi	Konya Merkez	2025	Armutla yapılan geleneksel bir meyve tatlısıdır.
Balık Çokratması	Konya Merkez	2025	Balıkla hazırlanan geleneksel bir yemektir.
Nuzumla Yatak Halısı	Seydişehir	2025	Seydişehir'e özgü el dokuması bir halıdır.
Karapınar Kavurgası	Karapınar	2025	Karapınar ilçesine özgü kavrulmuş tahıl ürünüdür
Seydişehir Karpuzu	Seydişehir	2025	Seydişehir ilçesine özgü bir üründür.

Kaynak: https://www.turkpatent.gov.tr (2024)

Konya ili, coğrafi işaret tescilleri açısından Türkiye'nin önde gelen bölgelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. 2005–2025 yılları arasında tescillenen ürünlere bakıldığında hem menşe adı hem de mahreç işareti kapsamında birçok geleneksel ürünün koruma altına alındığı görülmektedir. Bu durum, bölgenin zengin gastronomik mirasını ve tarımsal çeşitliliğini yansıttığı kadar, yerel kalkınma ve kültürel sürdürülebilirlik açısından da önemli bir potansiyele işaret etmektedir (Berber ve Ekşi, vd., 2024)

Özellikle Akşehir Kirazı, Ereğli Siyah Havucu ve Bozkır Tahini gibi menşe işareti alan ürünler, yetiştikleri bölgenin coğrafi, iklimsel ve toprak özellikleriyle doğrudan ilişkilendirilen özgün nitelikler taşımaktadır. Menşe işareti, ürünün sadece belirli bir coğrafi alanda üretildiğini değil, aynı zamanda bu alanın ürün kalitesine doğrudan etki ettiğini ifade eder (Küçük, 2018). Bu bağlamda, Konya'nın coğrafi işaretli ürün portföyü, agro-ekolojik koşulların ürüne kattığı değerin açık bir göstergesidir.

Mahreç işareti kapsamında ise Konya Etli Düğün Pilavı, Etliekmek, Bütümet ve Haside Tatlısı gibi yemeklerin tescillenmiş olması, bu ürünlerin üretim tekniklerinin ve yöresel mutfak kimliğinin korunmasına olanak tanımaktadır. Bu tür işaretler, ürünün belirli bir coğrafi alanda üretilmesi şartı aramamakla birlikte, üretim bilgisinin o bölgeyle özdeşleşmiş olduğunu kabul eder (Erkan & Uyanık, 2021). Dolayısıyla mahreç işaretli ürünlerin bolluğu, Konya'nın geleneksel mutfak kültürünü kurumsallaştırma çabasını desteklemektedir.

Son olarak, 2021 sonrası coğrafi işaret başvurularındaki belirgin artış, yerel yönetimlerin ve üretici birliklerinin konuya artan ilgisinin bir yansımasıdır. Bu eğilim, hem yerel ekonominin canlanmasına katkı sağlamakta hem de Konya'nın gastronomik markalaşmasına olanak tanımaktadır. Dolayısıyla, coğrafi işaretler sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve sosyal boyutlarıyla da stratejik öneme sahiptir (Demir & Kara, 2022).

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma kapsamında, coğrafi işaret sisteminin yerel ürünlerin korunmasındaki rolü incelenmiş; özellikle Konya ili özelinde tescillenmiş ürünlerin ekonomik, kültürel ve sosyolojik yansımaları değerlendirilmiştir. Bulgular, Konya'nın hem menşe adı hem de mahreç işareti kapsamında geniş bir ürün yelpazesine sahip olduğunu ve bu ürünlerin bölgenin agro-ekolojik özellikleriyle sıkı bir şekilde ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Menşe işaretli ürünler, ürünün kalite ve karakteristiğini doğrudan etkileyen coğrafi koşullara işaret ederken; mahreç işaretli ürünler ise bölgeyle özdeşleşmiş bilgi ve tekniklerin korunmasına katkı sunmaktadır (Küçük, 2018; Erkan & Uyanık, 2021).

Konya ili, 2024 yılı itibarıyla 50'dan fazla coğrafi işaretli ürüne ev sahipliği yaparak, Türkiye genelinde en yüksek tescil sayılarına sahip illerden biri konumuna ulaşmıştır. Bu durum, yalnızca ürün çeşitliliğini değil, aynı zamanda Konya'nın kültürel belleğinde güçlü bir yer edinen mutfak kültürünün kurumsallaşma çabasını da göstermektedir. Özellikle "Etli Ekmek", "Haside Tatlısı", "Ereğli Beyaz Kirazı" ve "Bozkır Tahini" gibi ürünler hem yerel halkın kimliğini pekiştirmekte hem de dış pazarlarda Konya'nın marka değerini artırmaktadır (Demir & Kaya, 2021; Şen ve Aktas, 2019)

Dünya genelinde Avrupa ve Asya kıtalarının coğrafi işaret uygulamalarında öncülük ettiği görülmektedir. Türkiye'nin bu sistemdeki yükselişi, 2024 yılı itibarıyla 1.718 coğrafi işaretli ürün sayısına ulaşmasıyla somutlaşmıştır (TÜRKPATENT, 2024b). Bu bağlamda Konya'nın gösterdiği performans hem yerel yönetimlerin hem de üretici birliklerinin artan farkındalığına işaret etmektedir. Ancak, bu kazanımların sürdürülebilirliği için sadece tescil süreci değil, ürünlerin pazarlama, denetim ve uluslararası tanıtım süreçlerinin de etkin bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir (Yazıcıoğlu, Işın & Yalçın, 2019).

Sonuç olarak, coğrafi işaretler sadece ekonomik kalkınma açısından değil; aynı zamanda kültürel mirasın korunması, geleneksel bilginin yaşatılması ve yerel kimliğin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması açısından stratejik bir araçtır. Konya ili örneği, bu sistemin çok boyutlu faydalarını gözler önüne sermekte ve gelecekte yapılacak çalışmalara bilimsel bir zemin oluşturmaktadır. Ayrıca, Konya'daki ürün çeşitliliği, Türkiye'nin genel coğrafi işaret potansiyelinin de bir yansıması niteliğindedir.

Bu araştırma doğrultusunda elde edilen bulgulara dayanarak, aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

1. **Pazarlama ve Marka Yönetimi:** Coğrafi işaretli ürünlerin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımının artırılması gerekmektedir. Bu bağlamda, özellikle dijital platformlar üzerinden hedef kitleye yönelik stratejik pazarlama kampanyaları yürütülmelidir.
2. **Kooperatifleşme ve Yerel Üretici Destekleri:** Konya'daki yerel üreticilerin kooperatifleşmesi teşvik edilmeli, üretici birliklerine teknik, finansal ve eğitim destekleri sağlanarak coğrafi işaret sistemine etkin katılımları sağlanmalıdır.
3. **Denetim Mekanizmalarının Güçlendirilmesi:** Tescilli ürünlerin standartlara uygunluğunu sağlayacak şekilde izleme ve denetim mekanizmaları sistematik hale getirilmelidir. Aksi takdirde, tescilin marka değeri zayıflayabilir.
4. **Gastronomi Turizmi ile Entegrasyon:** Coğrafi işaretli ürünler, gastronomi temalı turizm rotalarıyla bütünleştirilerek hem destinasyon tanıtımı hem de ekonomik fayda açısından değerlendirilmelidir.
5. **Eğitim ve Farkındalık Çalışmaları:** Hem üretici hem tüketici düzeyinde coğrafi işaret sistemine yönelik bilinç artırıcı eğitim programları ve kamu spotları oluşturulmalı; bu sistemin işleyişi, hakları ve potansiyeli hakkında bilgi yaygınlaştırılmalıdır.
6. **Uluslararası Tescil Süreçlerine Katılım:** Konya'ya özgü bazı ürünlerin yalnızca ulusal değil, aynı zamanda AB PDO/PGI gibi uluslararası tescil sistemlerine dâhil edilmesi için gerekli adımlar atılmalıdır. Bu durum hem koruma kapsamını genişletecek hem de pazar erişimini artıracaktır.

Bu öneriler, coğrafi işaret sisteminin daha etkin işlemesine katkı sağlayacağı gibi, yerel kalkınmanın ve kültürel sürdürülebilirliğin güçlendirilmesine de hizmet edecektir.

Kaynakça

Berber, A., Gül Ekşi, G., & Naçar, A. (2024). Coğrafi İşaretin Tüketici Davranışlarına Etkisinin Analizi: Konya İli Selçuklu İlçesi Örneği. Turkish Journal of Agricultural and Natural Sciences, 11(3), 668-679. https://doi.org/10.30910/turkjans.1422476

Çakıcı, C. A., & Eser, S. (2016). Yabancı mutfak şefleri gözüyle türk mutfağına ilişkin bir değerlendirme. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies, 4*(1), 215-227.

Cohen, E. (2004). *Tourism and Gastronomy*. Edited by Anne-Mette Hjalager and Greg Richards. Routledge,238.

Coşkun, C., Bişiren, A., & Gençer, K. (2024). Coğrafi İşaretli Yiyecek ve İçeceklerin Gastronomi Turizmine Etkileri. Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi, 4(1), 203-217.

Demir, M., & Kaya, B. (2021). Konya mutfak kültürünün coğrafi işaret sistemi bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45(2), 133-148.

Erkan, B., & Uyanık, H. (2021). Coğrafi işaretlerin mahreç ve menşe kapsamında değerlendirilmesi. *Marka ve Patent Dergisi*, 9(1), 22-35.

FAO. (2024). *Geographical indications: An introduction*. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü Yayınları.

IP Law Mastery. (2023). *Geographical Indications in the European Union: Legal and Economic Perspectives*. IP Law Review Series.

Işın, A. & Yalçin, E. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi (Evaluation of Geographically Indicated Products within the Scope of Gastronomy Tourism). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, *8*(4), 2507-2522.

Karaca, D. (2021). Coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi üzerindeki etkisi: Konya örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 92-107.

Küçükkömürler, S., Şırvan, N. B., & Sezgın, A. C. (2019). Dünyada ve Türkiye'de Gastronomi Turizmi. Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi, 2(2), 78-85.

Özönder, H. (2005). *Konya: dünden bugüne* (Vol. 67). Konya Büyükşehir Belediyesi.

Sabur, D. G., & Güneş, S. G. (2023). Kayseri Bünyan ve Akkışla gilaburusu örneğinde coğrafi işaret tescili ve gastronomi turizmi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, *7*(1), 141-156.

Şahin, Y. (2013). Coğrafi işaretlerin pazarlama açısından önemi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 35(1), 295–308

Şentürk, M. (2011). Coğrafi işaretlerin kırsal kalkınmadaki rolü ve Türkiye örneği. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25(3), 215–234.

Şen, A., & Aktas, N., (2019). Konya İli Coğrafi İşaretli Gıda Ürünleri Bilim ve Teknolojide Yeni Bakışlar pp.160-172

Solmaz, S., & Maden, T. (2020). Konya'nın tarihi gelişimi ve kültürel yapısı. *Türk Kültürü ve Medeniyeti Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 144-158.

Türk Patent Ensitütüsü (2017). *Sınai Mülkiyet Kanunu No. 6769*. Türk Patent ve Marka Kurumu.

Türk Patent Enstitüsü (2024a). *Coğrafi işaretler veritabanı*. https://www.turkpatent.gov.tr Erişim Tarihi:15.03.2025

Türk Patent Enstitüsü (2024b). *Coğrafi işaretler veritabanı*. https://www.turkpatent.gov.tr Erişim Tarihi:15.03.2025

Türkiye. (2017). Sınai Mülkiyet Kanunu (Kanun No. 6769). Resmî Gazete No. 29944, 10 Ocak 2017. Erişim Tarihi:15.03.2025

Usta, S., & Şengül, S. (2022). Türkiye'deki coğrafi işaretli yiyecek-içecek ürünlerinin analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, *6*(2), 604-634.

Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., & Yalçın, E. (2019). Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, 3(4), 861-871

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ: YENİ NESİL ZİYARETÇİ ETKİLEŞİMİ

Dr. Tuğçe ERTABAK
Konya Büyükşehir Belediyesi, Müzeler Şube Müdürlüğü, Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi
ORCID: 0000-0002-9451-2941

Numan ARSLAN
Kültür ve Turizm Bakanlığı, Konya Müze Müdürlüğü
ORCID: 0009-0005-0467-4605

ÖZET
UNESCO Dünya Miras listesinde yer alan Çatalhöyük, keşfedildiği tarihten itibaren Anadolu'nun tarih öncesi dönemleriyle ilgili kapsamlı bilgiler edindiğimiz en önemli arkeolojik alanlardan birisidir. Yapılan kazı ve araştırmalar; yerleşimin birbirine bitişik geniş yayılım gösteren mimarisi, ölü gömme gelenekleri, küçük buluntu grupları ve sanatsal duvar resimleri, kabartmaları 9000 yıl öncesinin sosyal ve kültürel yaşamının zenginliğini göstermektedir.
Türkiye'nin en büyük ahşap kamu yatırımı unvanına sahip olan Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi, 28.500 metrekarelik geniş bir alan üzerine kurulmuştur. Bünyesinde bulunan 5 adet dijital sergi salonu, kafeterya, hediyelik eşya, workshop alanı ile birlikte bu merkez, Çatalhöyük Ören Yeri ile bütüncül şekilde ziyaretçi bilgilendirme odaklı olarak ülkemizin turizm potansiyeline katkı sağlamaktadır.
Bu çalışmada; mevcut durumda hizmet veren Tanıtım ve Karşılama Merkezinin, ziyaretçi üzerindeki etkisi ve turizm payına katkısı sayısal verilerle analiz edilerek değerlendirilmiştir.
Anahtar Kelimeler: Çatalhöyük, Dijital sergi, Müzeoloji, Tanıtım merkezi, UNESCO.

ÇATALHÖYÜK PROMOTION AND WELCOME CENTER: NEW GENERATION VISITOR INTERACTION

ABSTRACT
Çatalhöyük, which is on the UNESCO World Heritage List, is one of the most important archaeological sites where we have obtained comprehensive information about the prehistoric periods of Anatolia since its discovery. The excavations and research carried out; the settlement's wide-spread architecture, burial traditions, small groups of findings and artistic wall paintings, reliefs show the richness of the social and cultural life of 9000 years ago.
The Çatalhöyük Promotion and Welcome Center, which has the title of Türkiye's largest wooden public investment, was established on a large area of 28,500 square meters. With its 5 digital exhibition halls, cafeteria, souvenir shop, workshop area, this center contributes to the tourism potential of our country by focusing on visitor information in a holistic way with the Çatalhöyük archaeological site.
The purpose of this study is to evaluate the impact of the Promotion and Welcome Center, which currently provides service, on visitors and its contribution to the tourism share by analyzing it with numerical data.
Keywords: Çatalhöyük, Digital exhibition, Museology, Promotion center, UNESCO.

GİRİŞ

Dünyada bilinen en eski Neolitik yerleşimlerden biri olan Çatalhöyük (MELLAART, Excavations at Çatal Höyük, 1962), Türkiye'nin güney merkezindeki Konya ovasında, Konya şehrinin 50 km güneydoğusundaki Çumra'nın modern kasabasının yakınındaki iki höyükten oluşmaktadır. Neolitik Doğu höyüğü MÖ 7100 ile 5950 arasına tarihlenmektedir (ÇİLİNGİROĞLU, 2020). Kalkolitik Batı höyüğü ise 6. binyılın ortalarına kadar devam etmektedir (HODDER, Çatalhöyük, 2022) (Res. 1). Çatalhöyük yerleşim mimarisinde; "evler her zaman dikdörtgen planlıdır ve duvar çizgileri gözün görebildiği kadar düzdür. Depolar ve yardımcı odalar, bireysel ihtiyaçlara göre ana odaların etrafında düzenlenmiştir (MELLAART, ÇATAL HÜYÜK A Neolithic Town in Anatolia, 1967)" (Res. 2- 2a ve 2b). Günümüzden 9000 yıl öncesinde Çatalhöyük insanları, ölülerini *intramural* (bireylerin evlerin ve meskenlerin içine gömülmesi uygulaması) ölü gömme geleneğiyle, evlerinin içinde bulunan "seki" olarak adlandırılan platformların altına gömmüştür. 1958 yılında Prof. Dr. James MELLAART ve ekibi tarafından keşfedilen Çatalhöyük yaklaşık 65 yıllık bir kazı geçmişine sahiptir. Yapılan multidisipliner ve sistematik kazı çalışmaları sonucu Çatalhöyük ile ilgili dünya literatürüne katkı sağlayacak oldukça fazla bilgi edinilmiştir. Kendine özgü yerleşim mimarisi, şehirleşmenin ilk adımlarının atılması, ölü gömme adetleri, mülkiyet bilinci, buluntu grupları, sosyal yaşantısı ve sanat üslubu (BENNISON-CHAPMAN, 2016) ile Çatalhöyük, 2012 yılında UNESCO dünya miras listesi'ne kalıcı olarak girmiştir (HODDER, Çatalhöyük Leoparın Öyküsü, 2017). Bahsi geçen ve çok daha fazlasına sahip olduğu özellikleriyle Çatalhöyük'ün bilinirliğini daha çok arttırmak, daha geniş kitlelere daha verimli ve etkili biçimde aktarmak amacıyla Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi projesi hayata geçirilmiştir.

Karşılama merkezlerinin genellikle ören yerlerinde yer aldığı, gelen ziyaretçilerin ilgili yer hakkında bilgi edindikleri, dinlenme ve temel ihtiyaçlarını giderebildikleri kompleks yapılar olduğu bilinmekle birlikte; Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezinin (Res. 3) multi-sense (çok duyulu) dijital bilgilendirmeleri ile interaktif merkezler arasında fark yarattığı görülmektedir. Türkiye'nin en büyük ahşap yapı konstrüksiyonu unvanına sahip olan merkez (Res. 4), 28.500 metrekare proje alanına sahiptir. Yerel malzemenin ve kalıntıların kerpiç olduğu bir alanda, tercih edilen ahşap strüktür ve malzeme, çevresiyle incelikli bir kontrast yaratmıştır. Yapı malzemesi olarak ahşap tercih edilmesinin en önemli nedeni; ahşapın betona kıyasla sürdürülebilir olması ve uzun gelecekte yeniden farklı varyasyonlarda kullanıma uygunluk göstermesidir. Ören yeri içinde bulunan kolektif hafızanın ziyaretçinin kültürel birikimine etkisi hususunda ise sergi salonları içerikleri ve konu dağılımları her yaştan ve kitleden bireye hitap edecek şekilde özenli ve bilinçli bir prensipte tasarlanmıştır.

ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Sergi Salonları ve Sayısal Veriler

Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin 4500 metrekarelik alanı kapalı sergi salonlarını içermektedir. Giriş kısmında güleryüzlü karşılama ekibinin yönlendirdiği ziyaretçiler, alanın krokisi eşliğinde ana koridordan (Res. 5) geziye başlamaktadır.

İlk sergi salonu (Res. 6) teması "Çatalhöyük Kültür Mirası" olup; Çatalhöyük'ün keşfedilmesi, arkeolojik kazı sistematiği işleyişi ve kazı bünyesinde bulunan multidisipliner laboratuvarlar (Res. 7) hakkında detaylı bilgilendirmeleri içermektedir.

İkinci sergi salonu (Res. 8), "Antroposen'in Başlangıcı; Çatalhöyük ve Çevresi" başlığı altında; dönemin genel iklim ve çevre koşulları, faunası (hayvan topluluğu) (Res. 9), florası (bitki türleri) ile 360 derece panoramik ekran gösterimiyle yerleşimin genel görünümü ve höyük oluşumu hakkında detaylı bilgi vermektedir.

Üçüncü sergi salonu (Res. 10), "Çatalhöyük'te Yaşam" başlığı ile birlikte, ziyaretçilerin Çatalhöyük'teki gündelik hayatı, yerleşim ve mimarinin genel özelliklerini, duvar resimlerini somutlaştırarak anlamalarını kolaylaştırmakta ve Neolitik el izi bırakma/ öz çekim alanı (Res. 11) sayesinde ise 9000 yıl öncesinin hissedilmesini sağlayarak farklılık yaratmaktadır.
Dördüncü sergi salonu (Res. 12), "Ev: Yaşam ve Ölüm Bir Arada" teması içeriğinde Çatalhöyük'ün Neolitik dönem mutfak kültürü (Res. 13) ve ölü gömme adetleri (Res. 14) ile ilgili bilgilendirme yapmaktadır.
Beşinci ve son sergi salonu (Res. 15) ise "Çatalhöyük Dijital Arşivi" başlığıyla kazı çalışmalarından buluntu fotoğraflarını ziyaretçilere sunmaktadır. Ayrıca bu salonda yer alan model ev (Res. 16 a ve b) ziyaretçilerin tüm bilgilerini somutlaştırarak ören yerine daha bilgili şekilde ulaşmalarını sağlamaktadır.
Beş sergi salonuna ek olarak hediyelik eşya alanı (Res. 17) Çatalhöyük temalı ve oldukça fazla çeşitlilikte ürüne sahip olup, ziyaretçilere 9000 yıl öncesinin hislerini hatırlatmak hususunda etkili bölümlerden biri olmaktadır.
Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi bünyesinde hem açık (Res. 18) hem de kapalı (Res. 19) alanda olmak üzere iki adet etkinlik alanı bulunmaktadır. Atölye alanlarında, belirli zaman ve içeriklerde her yaştan ziyaretçinin ücretsiz katılımıyla çok sayıda etkinlik (Res. 20a-b, Res. 21a-b) yapılmaktadır. Ayrıca yine merkezde yer alan seyir kulesi (Bkz. Res. 18) sayesinde; ziyaretçiler Çatalhöyük'ü kuşbakışı görebilmekte, höyük oluşumlarını daha net anlamlandırabilme ve Çatalhöyük duvar resimlerinde bulunan ilk haritadaki Hasandağı'nı ve Konya coğrafyasını izleyebilme imkanı bulmaktadır. Seyir kulesi ve açık etkinlik alanıyla uyumlu bir kompozisyon yaratan kafeterya (Bkz. Res. 18) kısmında ise ziyaretçiler dinlenerek hoş vakit geçirebilmektedir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Ziyaretçilerle yapılan yüz yüze sözlü anketler, tamamlanan gezi sonrası-merkezden ayrılış öncesi ziyaretçilerin bizzat ilettiği geri dönütler, internet ortamında yapılan yorumlar ve Kültür ve Turizm Bakanlığı dijital verileri ile yerli ve yabancı ziyaretçilerin; *"ıslak alanların artık yeterli ve temiz olması, şimdiye kadar görülen en iyi interaktif tanıtım merkezi olması, profesyonel rehberlik hizmetinin ücretsiz şekilde verilmesi, hediyelik eşya, kafeterya, seyir kulesi, açık ve kapalı workshop alanlarının olması etkisi, 250 kişi kapasiteli çok amaçlı konferans salonu kullanımı"* etkileşimleri başlıca değerlendirme unsurları olarak tanımlanmıştır. Bu verilere ek olarak; Kültür ve Turizm Bakanlığı dijital sayı verileri **(Tab. 1)** ile özellikle Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi hizmeti sonrası; zaten sürekli artan ilgiye bağlı olarak yükselen ziyaretçi sayısında ayrıca %44.1 **(Gra. 1)** oranında ciddi bir artış olduğu gözlemlenmiş ve daha geniş kitlelere daha verimli bilgilendirme hususunda yeni nesil ziyaretçi etkileşiminin örnek teşkil edecek şekilde başarıya ulaştığı değerlendirmesi sonucuna varılmıştır.

RESİMLER



Resim 1. Çatalhöyük ören yeri, Doğu ve Batı höyükleri hava fotoğrafı, https://teget.com/project/catalhoyuk-visitor-center/ Erişim: 30.04.2025 Saat: 12.34



Resim 2. Çatalhöyük, Doğu höyükte bulunan Kuzey ve Güney kazı alanları hava fotoğrafı



Resim 2a. Çatalhöyük, Doğu höyükte bulunan Güney kazı alanı detay, Çatalhöyük Research Project Arşivi



Resim 2b. Çatalhöyük, Doğu höyükte bulunan Kuzey kazı alanı detay, Çatalhöyük Research Project Arşivi



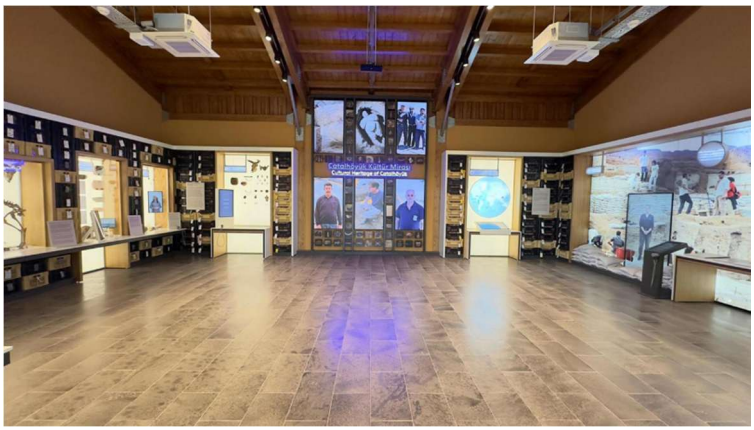
Resim 3. Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi cephe görünümü, https://teget.com/project/catalhoyuk-visitor-center/ Erişim:30.04.2025 Saat:14.12



Resim 4. Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi genel görünüm, https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi Erişim:30.04.2025 Saat:14.12



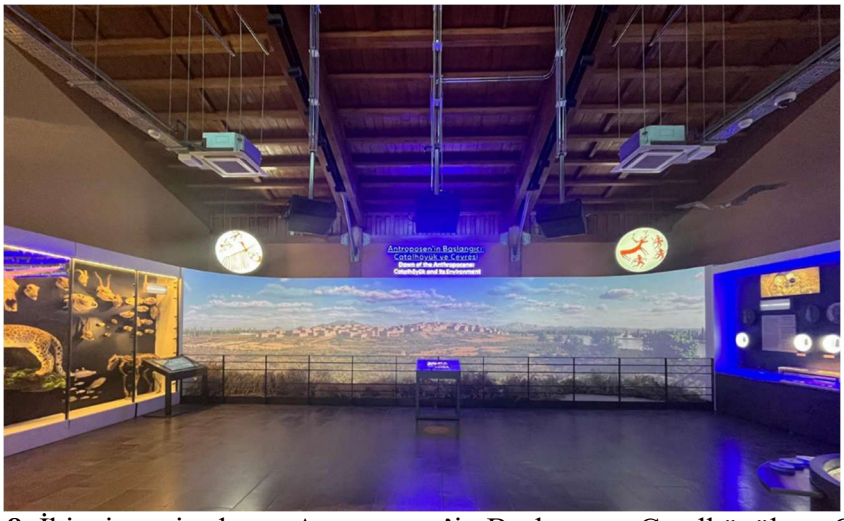
Resim 5. Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi giriş koridoru



Resim 6. Birinci sergi salonu- Çatalhöyük Kültür Mirası
https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi Erişim:30.04.2025 Saat:15.37



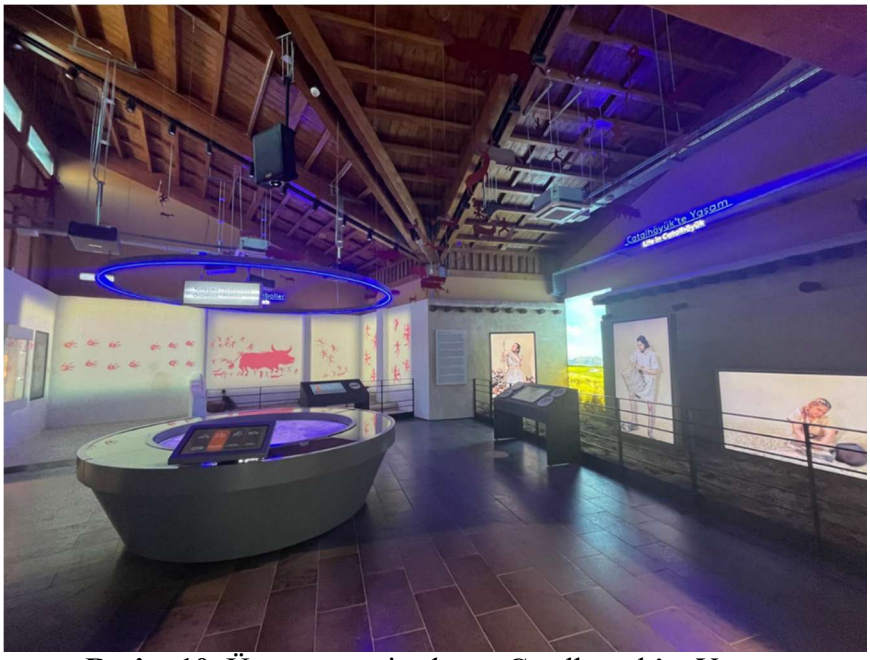
Resim 7. Birinci sergi salonu- multidisipliner laboratuvarlar detay,
https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi Erişim:30.04.2025 Saat:16.02



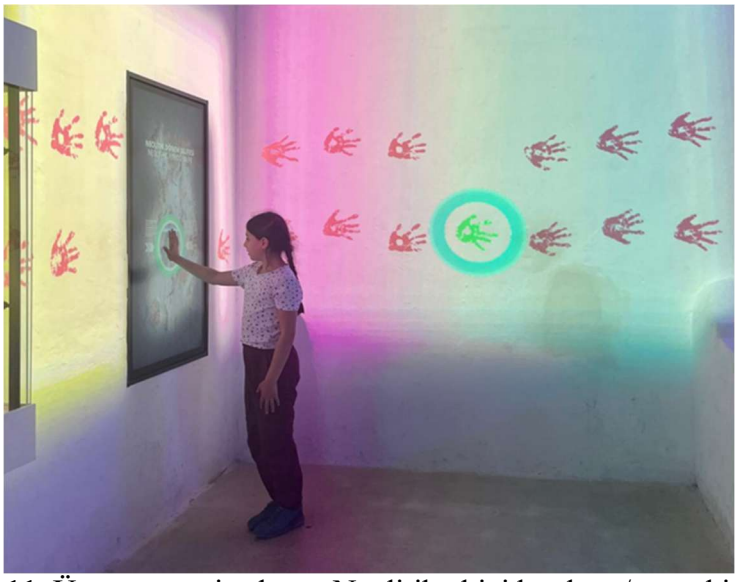
Resim 8. İkinci sergi salonu- Antroposen'in Başlangıcı; Çatalhöyük ve Çevresi



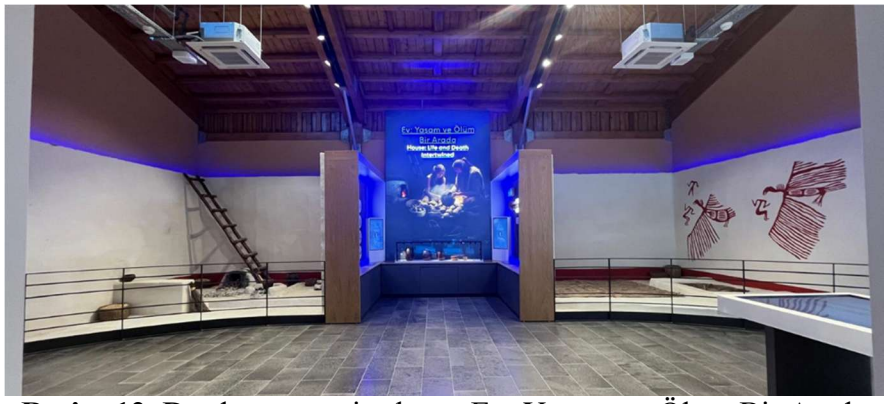
Resim 9. İkinci sergi salonu- Fauna ve Flora detay



Resim 10. Üçüncü sergi salonu- Çatalhöyük'te Yaşam



Resim 11. Üçüncü sergi salonu- Neolitik el izi bırakma/ öz çekim alanı



Resim 12. Dördüncü sergi salonu- Ev: Yaşam ve Ölüm Bir Arada



Resim 13. Neolitik dönem Çatalhöyük mutfak kültürü detay, https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi, Erişim:30.04.2025 Saat:16.56



Resim 14. Neolitik dönem Çatalhöyük ölü gömme adetleri detay, https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi, Erişim:30.04.2025 Saat:16.58



Resim 15. Beşinci sergi salonu- Çatalhöyük Dijital Arşivi



Resim 16 a(solda) ve b(sağda). Beşinci sergi salonu- Model ev detay



Resim 17. Hediyelik eşya alanı



Resim 18. Açık alanda bulunan üçgen avlulu etkinlik alanı, Seyir kulesi ve kafeterya



Resim 19. Kapalı alanda bulunan atölye odası detay




Resim 20 a(solda) ve b(sağda). Neolitik Dönem Çatalhöyük Seramik Atölyesi ve Pişirim Etkinliği




Resim 21 a(solda) ve b(sağda). Medeniyetin Beşiği Çatalhöyük Deri-Keçe Workshop Çalışmaları

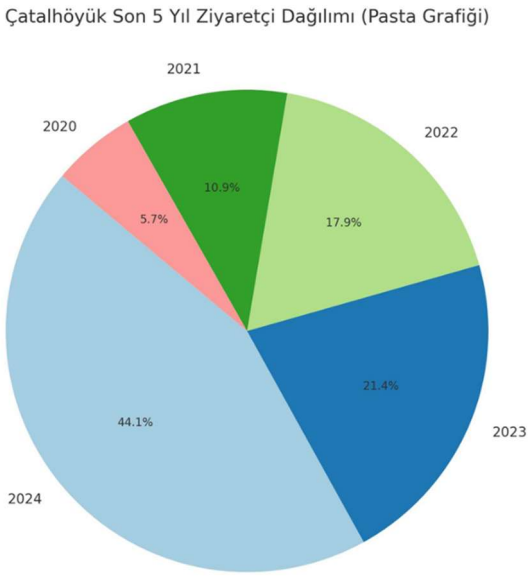
TABLOLAR

Çatalhöyük - Yıllara Göre Ziyaretçi Sayısı

Yıl	Ziyaretçi Sayısı
2024	108.844
2023	52.713
2022	44.200
2021	26.841
2020	13.979
2019	30.964
2018	4.725
2017	4.595
2016	14.596
2015	20.058
2014	20.542
2013	14.090
2012	3.025
2011	7.552
2010	9.905
2009	8.722

Tablo 1. 2009-2024 yılları arası Çatalhöyük ziyaretçi sayısı
*Mevcut verilere ek olarak; 01.01.2025- 22.04.2025 tarihleri arası güncel sayı 24.359 Kültür ve Turizm Bakanlığı dijital verileri ile hazırlanmıştır.

GRAFİKLER



Grafik 1. Çatalhöyük son 5 yıla göre ziyaretçi artış yüzdesi

Kaynakça

BENNISON-CHAPMAN, L. E. (2016). Doğu Çatalhöyük'teki Kil Objeler. *Çatalhöyük Araştırma Projesi Kazı Ekibi*, s. 88-93.

ÇİLİNGİROĞLU, Ç. (2020, Nisan). Çatalhöyük 2019 Araştırma Raporu. *Anatolian Archaeology*, s. 5-9.

HODDER, I. (2017). *Çatalhöyük Leoparın Öyküsü.* İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık A.Ş.

HODDER, I. (2022). *Anadolu Medeniyetleri Müzesi 100 Yaşında* (Cilt 2). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü.

MELLAART, J. (1962). Excavations at Çatal Höyük. *Anatolian Studies XII*, 41-45.

MELLAART, J. (1967). *ÇATAL HÜYÜK A Neolithic Town in Anatolia.* New York: McGraw-Hill Book Company.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TÜRKİYE OTEL SEKTÖRÜNDE PAZAR YOĞUNLAŞMASI: HERFİNDAHL-HİRSCHMAN ENDEKSİ İLE BİR ANALİZ

Zedef YILDIRIM
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği
ORCID: 0009-0007-8568-792X

ÖZET
20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden bir tanesi turizm sektörüdür. Turizm, çoğu zaman diğer birçok sektör gibi yerel veya ulusal kalkınma amacıyla bir araç olarak kullanılmıştır. Türkiye'ye bakıldığında turizm sektörü özellikle 1980'li yıllardan sonra çok büyük gelişim göstererek, ülkenin kalkınmasında lokomotif görevi gömüştür. Türkiye sahip olduğu tarihi geçmişi, kültürel zenginlikleri, coğrafi konumuyla turizm açısından yüksek potansiyele sahip bir ülkedir.
Bu çalışma Türkiye'deki turizm sektörünün önemli yapıtaşlarından olan otel işletmeleri özelinde destinasyonlardaki pazar yoğunlaşmasını ölçmek ve sektördeki rekabet seviyesini değerlendirmek gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya Türkiye'de en fazla turist ağırlayan ve otel işletmeleri sayısı göreceli olarak daha fazla olan Ankara, Aydın, Antalya, İstanbul, İzmir ve Muğla illeri dahil edilmiştir. Araştırmada Herfindahl-Hirschman Endeksi (H-H) yöntemi kullanılarak illerin otel işletmeleri pazar yoğunlaşması hesaplanmıştır. Araştırma verileri T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2024 yılındaki Tesis Konaklama istatistiklerinden alınmıştır.
HHI endeks hesaplaması sonuçlarına göre çalışmaya dahil edilen illerin otel işletmeleri pazar yoğunluğunun oligopol özellik taşıdığı dolayısıyla iller göreceli olarak karşılaştırıldığında otelcilik sektörü açısından birkaç ilin pazarda baskın olduğu, otelcilik sektörünün bu illerde yoğunlaştığı söylenebilir. Ayrıca Antalya illinin toplam endeks değerine katkısının yüksek olması sebebi ile 6 il içinde baskın il konumundadır. Bu bulgular konaklama işletimlerindeki rekabeti anlamaya ve turizm sektöründeki pazar yapısını yorumlamasında bundan sonra yapılacak olan araştırmalarda yol gösterici niteliktedir.
Anahtar Kelimler: Konaklama İşletmeleri, Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI), Rekabet Yoğunluğu

MARKET CONCENTRATION IN THE TURKISH HOTEL SECTOR: AN ANALYSIS WITH THE HERFINDAHL-HIRSCHMAN INDEX

ABSTRACT
Since the second half of the 20th century, tourism has been one of the fastest developing and growing sectors in the world economy. Tourism, like many other sectors, has often been used as a tool for local or national development. When we look at Turkey, the tourism sector has shown a great development especially after the 1980s and has taken a locomotive role in the development of the country. Turkey is a country with high potential in terms of tourism with its historical past, cultural richness and geographical location.
This study was conducted to measure the market concentration in hotel establishments, which are important building blocks of the tourism sector in Turkey, and to understand the level of competition in the sector. The research utilizes the data of the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Turkey and analyzes the market concentration with the Herfindahl-Hirschman Index (H-H) by looking at the total overnight stay data of Ankara, Aydın, Antalya, İstanbul, İzmir and Muğla provinces.

In our study, hotel establishments of 6 provinces operate in an area where the market is concentrated. According to the results, a Herfindahl-Hirschman Index value greater than 1800 (H-H>1800) indicates that the market is defined as a non-competitive oligopoly. This indicates that the market is under the control of a few dominant actors and competition is limited. Antalya province has a high contribution to the total index value. Therefore, when we look at the results of this study, we see that it has an oligopolistic market structure. These findings are instructive for future research in understanding the competition in hospitality businesses and interpreting the market structure in the tourism sector.
Keywords: Accommodation Enterprises, Herfindahl-Hirschman Index (HHI), Competitive Intensity

GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden birisi Turizm sektörüdür(Çimat & Bahar, 2003). II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinin ardından; turizm hareketleri özellikle günümüzde gelişmiş ülkeler olarak kabul gören batı ülkelerinde gelişmeye başlamıştır(Bahar, 2006). Dünya genelinde 210 milyonu aşkın kişiye iş olanağı sunan ve küresel istihdamın yaklaşık %7,6'sını kapsayan turizm sektörü, dünyadaki en büyük sektörlerden bir tanesidir (Soyak, 2014). Turizm faaliyetleri, oluşturduğu ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel etkileri sayesinde sürekli önem kazanan ve etkili bir politika aracı olarak değerlendirilen bir sektördür. Bu özellikleri, tüm ülkelerin turizm sektörüne öncelik vermesine neden olmaktadır (Bozgeyik & Yoloğlu, 2015).

Tarihi geçmişi, kültürel ve mimari değerleri ile coğrafi konumu sayesinde Türkiye, turizm açısından oldukça yüksek potansiyele sahiptir. Diğer pek çok ülkede olduğu gibi turizm sektörü Türkiye'de ekonomik sorunlara karşı bir çıkış yolu olarak görülmektedir. Ülke ekonomisine önemli bir döviz girdisi oluşturarak, istihdam olanakları sağlayarak işsizliğin azalmasına katkıda bulunmakta ve ödemler dengesi sorunlarının hafifletilmesinde etkili bir rol üstlenmiştir(Yıldırım & Keleş, 2022).

Konaklama, seyahat sırasında bir yerde kalmak ve geceyi orada geçirme anlamına gelir. Turizm bağlamında ise bu kavram, beslenme ve gecelemeyi birlikte ifade eder. Konaklama tehisi ise konaklama eyleminin gerçekleştirildiği mekanlara denir. Konaklama tesisleri, kişilerin seyahat ettikleri geçici olarak kalabilecekleri yerlere olan ihtiyaçtan doğmuştur. Kalıcı olarak ikamet edilen yerlerde bu ihtiyaç evlerde giderilirken, geçici konaklamalarda ise bu görev tesisler tarafından üstlenilir. Konaklama işletmelerinin temel amacı, geceleme ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bunun yanı sıra, dinlenme, yeme-içme, spor yapma, alışveriş gibi çeşitli ihtiyaçlarda giderilmektedir. Günümüzde rekabet koşullarının gelişmesiyle birlikte tesislerde müşteri memnuniyeti daha fazla önem kazanmış ve bu doğrultuda farklı hizmetlerde sunulmaya başlanmıştır(Ceylan & Yakut, 2021).

Konaklama işletmeciliğinin tarihte başlama yeri hanlar ve kervansaraylardır. Zaman içerisinde gelişen ve değişen ekonomik ve teknolojik koşullar insanların beklenti ve ihtiyaçlarında şekillendirmiştir. Bununla birlikte konaklama sektörü çeşitli konseptlerde hizmet sunarak gelişimine devam etmektedir. Turizm olgusu içerisinde yer alan yer değiştirme durumu; turistlerin ihtiyaçlarını gidermek onları mutlu etmek için; konaklama başta olmak üzere çeşitli hizmetlere olan talebi de artırmakta (Varol, 2018).

Bu çalışma Türkiye'deki turizm sektörünün önemli yapıtaşlarından olan otel işletmelerindeki pazar yoğunlaşmasını ölçmek ve sektördeki rekabet seviyesini anlamak amacıyla yapılmıştır. T.C. Kültür ve Turizm bakanlığının verilerinden faydalanarak Ankara, Aydın; Antalya, İstanbul, İzmir ve Muğla illerinin toplam geceleme verilerine bakılarak Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) ile pazar yoğunlaşma analizi yapılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Farklı sektörlerde piyasa yoğunlaşmasını analiz eden çalışmalar bulunmaktadır. Bu sektörlerde farklı pazar yoğunlaşma oranları bulunmuştur. Örneğin Tatlı (2018)beyaz eşya sektöründe bulunan 8 firmanın piyasa yoğunlaşma düzeyini 2005-2015 döneminde HHI endeksi ile ölçmüştür. 2005-2015 tarihleri arasında çıkan sonuçlar 3500'ün üzerinde yer almaktadır. Bu sonuçlara göre ilgili piyasada rekabet düzeyi düşüktür sonucunu bulmuştur. Polat (2007) Türkiye çimento piyasasındaki firmaların gelir, maliyet ve üretim ölçütlerini dikkate alarak piyasa yoğunlaşma düzeyini incelemiştir. Yapılan analiz sonucunda n-firma yoğunlaşma oranına göre Türkiye çimento piyasa yapısı monopolcü rekabet ile oligopol piyasası sınırında olduğu tespit edilmiştir. HHİ indeksine göre Türkiye çimento piyasası daha rekabetçi bir yapıya sahip olduğu bulunmuştur.

Literatürde piyasa yoğunlaşması ile firma karlılığı arasındaki ilişkiyi bulmaya yönelik araştırmalarda yapılmıştır. Örneğin Güven & Yeni (2015) tarafından yapılan çalışmada Türkiye imalat sanayii alt sektörlerine ait veriler ileri panel veri yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre yoğunlaşma oranı, hem ücretler hem de karlar üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

Literatüre baktığımızda farklı sektörlerde yapılan HHI pazar yoğunlaşması analizi gözlemlenmiştir. Literatür taramasında Türkiye'deki otel işletmelerinde piyasa yoğunlaşmasını ölçen bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Rekabet Kavramı

Rekabet kavaramı, çeşitli disiplinler tarafından farklı şekillerde tanımı yapılmış ve zaman içerisinde de değişik anlamlarda kullanılmıştır. Genel olarak rekabet; beli bir çıkar elde etmek için diğerlerini geçmek çabası ya da aynı pozisyonda olan bireylere karşı bir takım avantajlar sağlamaya yönelik olarak üstünlük sağlamak amacıyla mücadele süreci olarak ifade edilebilir(Yıldırım & Çakırli, 2020). Ekonomi literatüründe rekabet kavaramı ilk kez Adam Smith'in (1776) tarafından "Ulusların Zenginliği" Kitabında "Tam Rekabet" olarak ele alınmıştır. Uluslararası rekabet gücünün belirlenmesinde en etkili modellerden biri ise Miceheal E. Poter (1990) tarafından geliştirilen "Elmas Modeli"dir. Rekabet kavramının farklı alanlarda kullanılması bu kavarama ilişkin kesin bir tanımın yapılmasını zorlaştırmaktadır (Bozdemir & Şengül, 2023).

Rekabet yarışında turizm sektörü ve konaklama işletmelerinde başlangıçta benzer türde hizmetlerin müşterilere sunulduğu bilinmektedir. 1980'li yıllara kadar yapılan her konaklama yatırımı kolaylıkla alıcı bulabilmiştir. Ancak zamanla arz ve talep dengesinin bozulması ve sektördeki rekabetin giderek artmasıyla birlikte, konaklama işletmeleri arsında müşteri sadakati oluşturma çabaları ön plana çıkmış ve bu alanda ciddi bir savaş başladığı görülmüştür (Özdemir Güneren & Yilmaz, 2016).

Rekabetin Yoğunluğu

Çoğu sektörde rekabetin yoğunluğu, endüstrinin rekabet edebilirliğinin temel unsurlarından biridir. İşletmeler arasındaki rekabet genel itibariyle fiyat düşürme, yeni ürünlerin pazara sunulması ve müşteri hizmetlerini iyileştirilmesi şeklinde olmaktadır. Birden fazla rakibin sektörde baskı oluşturması ya da mevcut konumlarının genişletme fark etmeleri sonucu rekabeti oluşturmaktadır(Yıldırım & Çakırli, 2020). Eğer rekabet oldukça yüksek düzeyde yaşanıyorsa, bu durum sektör karlılığını olumsuz yönde etkiler. Rekabetin yoğunluğu, birbiri üzerinde etkili olan çeşitli unsurların neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu unsurlar aşağıda sıralanmıştır (Porter, 2010).

- Sayıca fazla olan ve birebirine denk olan rakiplerin varlığı,

- Sektördeki gelişimin yavaş olması,
- Sabit maliyetlerin ve depolama maliyetinin yüksek olması,
- Geçiş maliyeti ile ürün/hizmet farklılaştırmanın mevcut olmaması,
- Kapasitenin çok fazla artırılması,
- Rakiplerin çeşitlilik göstermesi,
- Sektörden yüksek çıkış engelleri

METREYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, illerdeki otel işletmeleri pazar yoğunlaşmasını ölçmek ve sektördeki rekabet durumunu incelmektir. Çalışmanın incelme alanı, Ankara, Aydın, Antalya, İstanbul, İzmir ve Muğla illerinin toplam geceleme verilerine bakılarak pazar yoğunlaşmasını ölçmektir. Çalışmadaki turist geceleme sayıları 2024 Yılı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tesis Konaklama istatistiklerinden Türkiye'deki en yüksek geceleme sayılarının olduğu 6 il tercih edilmişti.

Literatürde destinasyonlara göre pazar yoğunlaşması ile ilgili bir çalış-maya rast-lanılamamıştır. Bu çalışama yatırımcılara yatırım konusunda tavsiye verme niteliğindedir. Yatırımcılar yatırım yaparken HHI endeksi ile yoğunlaşmayı ölçüp yatırım yaparlarsa, almış olduğu riski minimize edebilirler. Çalışmanın verileri 6 ilin yıllık otel geceleme sayılarından oluşmaktadır. Yoğunlaşma ölçütü olarak yıllık otel geceleme sayıları kullanılmıştır.

Çalışmaya dahil edilen illerin yıllık geceleme verileri 2024 yılını kapsamaktadır. İllerin yıllık geceleme sayılarına ilişkin veriler T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının https://www.ktb.gov.tr/ web adresinden alınmıştır.

Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI): HHI indeksi, piyasadaki yoğunlaşmayı ölçen genel bir istatistiki ölçü birimidir. Firma piyasa paylarının karelerinin toplamından oluşur. Doğrudan sektör paylarını (si) dikkate alan bir endeks olması sebebiyle, diğer yoğunlaşma göstergelerine temel teşkil etmektedir(Sezgin & Erkal, 2012).

$$HHI = \sum_{i=1}^{n} s_i^2$$

HHI değerleri ile ilgili yapılan sınıflandırmalar aşağıdaki gibidir(Yaşar & Kasım, 2018).

$0 \leq HHI < 2000$ → Yoğun olmayan pazar,

$2000 \leq HHI < 4000$ → Orta yoğunlukta pazar,

$4000 \leq HHI \leq 10000$ → Yoğun pazar.

Yukarıdaki sınıflandırmadan farklı olarak elde edilecek sonuçları H - H indeksi 1000'den küçük olan piyasalarda (H - H < 1000) tam rekabet, 1000 - 1800 arasındaki piyasalarda (H - H; 1000 - 1800) monopolcü rekabet ve 1800'den büyük piyasalarda (H - H > 1800) ise rekabetçi olmayan oligopolcü bir piyasa yapısından söz edilebilir(Polat, 2007). Literatürde bu tür sınıflandırılmış çalışmalarda mevcuttur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Türkiye'deki 2024 için otel geceleme sayıları tablo 1'de gösterilmiştir. Antalya ilinde 2024 yılı için toplam otel geceleme sayısı 84.416.970 iken Ankara ilinde bu sayı 3.863.542'dir. 2024 yılında 6 ilin toplam otel geceleme sayısı 128.764.932'dir.

Tablo 1: 2024 Yılı T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 6 İl İçin Yılık Geceleme Sayıları

TÜRÜ	SINIFI	GECELEME					
		Ankara	**Antalya**	**Aydın**	**İstanbul**	**İzmir**	**Muğla**
OTEL	5 Yıldızlı	142928	67 588 258	2 483 252	11 113 214	1 896 616	5 346 372
	4 Yıldızlı	1 205 005	13 601 875	1 333 544	7 602 731	1 431 293	3 610 121
	3 Yıldızlı	940 729	2 874 486	433 639	2 756 236	507 634	981 793
	2 Yıldızlı	263 368	262 771	88 830	443 786	117 229	214 654
	1 Yıldızlı	24 912	89 580		112 006		11 470
	TOPLAM	**3 863 542**	**84 416 970**	**4339 265**	**22 027 973**	**3952 772**	**10 164 410**

Kaynak: (*T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı*, n.d.)

Tablo 2'de toplam geceleme sayılarına bölünen 6 ilin geceleme sayıları bize illerin pazar paylarını vermiştir.

Tablo 2: 6 İlin Pazar Payları

İller	**Pazar Payları %**	**Pazar Payları Karesi**	**Pazar Paylarının Karesi*10000**
Ankara	0,030004613	0,000900277	9,00
Antalya	0,655589753	0,429797925	4297,98
Aydın	0,033699121	0,001135631	11,35
İstanbul	0,171071212	0,02926536	292,65
İzmir	0,030697582	0,000942342	9,42
Muğla	0,078937719	0,006231163	62,31

Tablo 2'de bulunan pazar paylarının karelerinin toplamını alalım:
HHI: 9,002768234+4297,979246+11,35630744+292,6535963+9,423415126+62,31163457=
HHI=4682,73
Çıkan sonuç HHI: 4682,72 olduğundan bu pazar oldukça yoğunlaşmış bir piyasa olarak kabul edilir. Aynı zamanda HHI değerinin HHI>1800 den büyük olması, piyasanın rekabetçi olmayan oligopol olarak tanımlandığını gösterir. Bu durum piyasada birkaç büyük aktörün hakimiyet kurduğu ve rekabetin sınırlı olduğunu gösterir. 6 ilin endekse katkısı incelendiğinde Antalya ilinin 4297,979246 gibi bir değere sahip olması pazardaki baskın konumunu gösterir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, Türkiye'nin en çok ziyaret edilen altı iline ilişkin geceleme sayıları üzerinden otel işletmelerine ait pazar yoğunluğu Herifndahl-Hirschman Endeksi (HHI) ile analiz edilmiştir. Elde edilen 4682,72 sonucu, pazarda yüksek düzeyde yoğunlaşma olduğunu ve rekabetçi olmayan bir oligopol yapının hakim olduğunu gösteriyor. Bu bulgu, pazarda birkaç ilin daha baskın konumda olduğunu, çalışmadaki diğer illerin ise düşük paylara sahip olduğu ve bu nedenle daha sınırlı rekabet gücüne sahip olduklarını gösteriyor. Özellikle Antalya ilinin geceleme sayılarındaki baskın payı, piyasadaki yoğunlaşmayı belirgin bir şekilde artırmaktadır. İstanbul, İzmir, Muğla gibi illerin ise Antalya iline kıyasla daha düşük pazar paylarına sahip olduğu görülmektedir. Buda Türkiye'de konaklama sektörünün geceleme sayıları bakımından dengesiz bir şekilde geliştiğini ve turistik talebin belli başlı bölgelerde yoğunlaştığını göstermektedir.
Bununla birlikte, analizde sadece altı ile ait verilere ulaşılmış ayrıca otel işletmelerinin sayısına dair verilerin olmaması çalışmanın önemli bir sınırlılığıdır. Bu sonuçlar, geceleme sayılarına göre hesaplanan pazar paylarına dayanmaktadır.

Gelecek çalışmalarda tesis türleri, yatak kapasitesi, işletme sayısı ve doluluk oranları gibi daha ayrıntılı yapılacak analizler, sektörün daha sağlıklı anlaşılmasını sağlayacaktır.
Elde edilen bu bulgulara göre aşağıdaki öneriler sunulabilir:
Bölgesel turizm yatırımların teşviki: Antalya ili gibi yüksek geceleme sayılarına sahip bölgelerin dışında kalan illerde de turizm faaliyetlerinin farklılaştırılması ve konaklama altyapısının güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun için kamu destekli büyük yatırım teşviklerinin bölgesel olarak yaygınlaştırılması, vergi avantajları, kredi kolaylıkları ve hibe destekleri sağlanması önerilmektedir.
Turizm ürün ve destinasyon çeşitliliğinin artırılması: Antalya'nın sahil turizmine dayalı yapısına muadil olarak, doğa turizmi, kültür turizmi ve gastronomi turizmi gibi çeşitli turizm türleri teşvik edilmelidir. Bunun sayesinde hem yıl boyu sürdürülebilir bir yapı oluşturulabilir hem de farklı sektörlerden daha fazla destek sağlanabilir.
Yerel yönetimlerin daha etkin rol üstlenmesi: Turizm planlaması yalnızca hükümet düzeyinde değil, yerel düzeyde de etkin olarak planlanmalı; yerel aktörler altyapı yatırımları, reklam çalışmaları ve tanıtım çalışmaları ve markalaşma çalışmaları ile sürece dahil edilmelidir. Böylece yerinden yönetim ile daha dengeli bir turizm gelişimi sağlanabilir.
Veri altyapısının geliştirilmesi: Turizm sektörüne ilişkin karar alma ve planlama süreçlerinin daha sağlıklı yürütülebilmesi için, güncel, detaylı ve herkese açık veri setlerinin oluşturulması hayati önem taşımaktadır. Özellikle konaklama tesisleri ile ilgili yatak kapasiteleri doluluk oranları ve hizmet türleri gibi veriler, pazar yapısının daha gerçekçi biçimde analizini sağlayacaktır. Bununla birlikte sektörel gelişimler yakından izlenilebilecek ve hem yerel hem de ulusal düzeyde daha yatırım kararları alınabilecektir.
Sonuç olarak Türkiye'de konaklama sektöründeki yoğunlaşma, turizmin bölgelere daha dengeli ve kapsayıcı bir yapıya kavuşması için yeni planlamalara ihtiyaç olduğunu gösteriyor. Türkiye'nin turizm potansiyelin değerlendirilmesi ve rekabetin artırılması için planlı ve kapsayıcı yatırımlar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, *13*(2), 137–150.

Bozdemir, E., & Şengül, S. (2023). Kış turizminde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin rekabet ve konumlandırma stratejileri: Türkiye örneği. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *26*(49), 335–360. https://doi.org/10.31795/BAUNSOBED.1253236

Bozgeyik, Y., & Yoloğlu, Y. (2015). Türkiye'de turizm gelirleri ile GSYH arasındaki ilişki: 2002-2014 dönemi. *Journal of International Social Research*, *8*(40), 627–640. https://doi.org/10.17719/JISR.20154013945

Ceylan, M. A., & Yakut, M. E. (2021). Türkiye'de Turistik Konaklama Türlerine ve Dağılışına Coğrafi Bir Bakış. *Turkish Academic Research Review*, *6*(2), 697–724. https://doi.org/10.30622/TARR.931416

Çimat, A., & Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, *3*(6), 1–18.

Güven, A., & Yeni, O. (2015). Türkiye İmalat Sanayiinde Yoğunlaşma, Karlılık Ve Ücret İlişkisi: Yeniden. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *31*(2), 95–115. https://doi.org/10.17065/huniibf.103645

Özdemir Güneren, E., & Yilmaz, V. (2016). Konaklama İşletmelerinin Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Nevşehir İlinde Bir Uygulama. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, *1*(1), 61–80. https://doi.org/10.31822/JOMAT.288709

Polat, Ç. (2007). Yoğunlaşma ve piyasa yapısı ilişkisi çerçevesinde Türk çimento sektörünün yapısal analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *7*(2), 97–116.

Porter, M. (2010). *Rekabet üzerine* (K. Tanrıyar, Trans.). Optimist Yayınları.

Sezgin, F. H., & Erkal, Ö. (2012). Rekabet Endeksine İstatistiksel Yaklaşım: İmkb'de İşlem Gören Sanayi Firmaları İçin Bir Uygulama. *MSGSÜ Sosyal Bilimler(5)*, *5*, 81–92.

Soyak, M. (2014). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye'de turizm politikalarının evrimi. *The Journal of Marmara Social Research*, *4*(4), 1–18.

Tatlı, H. (2018). Piyasa yoğunluğunun ölçülmesi: Beyaz eşya sektörü üzerine bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, *16*(1), 64–84. https://doi.org/10.11611/yead.441971

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (n.d.). Retrieved March 26, 2025, from https://www.ktb.gov.tr/

VAROL, F. (2018). KONYA'NIN KONAKLAMA SEKTÖRÜ ARZ YAPISI VE GELİŞİMİ. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, *5*(31), 4742–4749. https://doi.org/10.26450/JSHSR.959

Yaşar, M., & Kasım, K. (2018). Dünya pazarlarında piyasa yapısı: Havayolu sektöründe rekabetin ampirik olarak analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, *14*(3), 731–744. https://doi.org/10.17130/IJMEB.2018343120

Yıldırım, G., & Keleş, Y. (2022). Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, *25*(2), 145–169. https://doi.org/10.55931/ahbvtfd.1177326

Yıldırım, Y., & Çakırli, H. (2020). Konaklama İşletmelerinde Rekabet Avantajı Kaynakları: Bodrum Örneği. *IBAD Journal of Social Sciences*, *7*, 207–221. https://doi.org/10.21733/IBAD.673061

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

EŞREFOĞLU CAMİİ'NİN MİMARİ VE SANATSAL DEĞERİ

Doktor Öğretim Üyesi Elif Merve ERTURAN
Konya Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü
ORCID: 0000-0003-1484-7870

ÖZET
Anadolu Selçuklu dönemi mimarisinin en özgün örneklerinden biri olan Eşrefoğlu Camii'ni tarihî, mimarî ve sanatsal açıdan oldukça önemli bir yere sahiptir. 1299 yılında Beyşehir'de Eşrefoğlu Süleyman Bey tarafından inşa ettirilen bu cami, özellikle ahşap direkli yapısıyla Orta Çağ İslam dünyasında benzeri az bulunan bir mimari tipin temsilcisidir. Cami, toplam 42 adet sedir ağacından yapılmış ahşap sütun üzerine inşa edilmiştir. Bu direkler, zamanın ötesinde bir mühendislikle günümüze kadar sağlam kalabilmiş, üstelik orijinalliğini büyük ölçüde korumuştur. Anadolu'nun Türk-İslam mimarisi açısından en etkileyici yapılarından biri olan Eşrefoğlu Camii, gerek mimarî özgünlüğü gerekse sanatsal detaylarıyla dikkat çeken nadide bir eserdir. Direkler hem yapının taşıyıcı sistemi için hem de mekân estetiği için temel bir unsurdur. Ahşap direklerin üzerine oturan kirişli tavan sistemi, merkezî bir açıklıkla taçlandırılmış, bu açıklık kar örtüsünün içeri alınmasına ve caminin doğal yollarla nemli kalmasını sağlamaktadır. Bu da ahşabın korunmasına katkı sağlayan çok özgün bir çözümdür. Caminin en dikkat çekici unsurlarından birisi de çini kaplı mihrabıdır. Selçuklu çini sanatının özelliklerini yansıtan mihrap, renkli sır tekniğiyle yapılmış ve geometrik ile bitkisel motiflerle süslenmiştir. Bu çalışma, 13. yüzyılın sonlarına doğru Anadolu Selçuklu Devleti'nin dağılma sürecinde kurulan beyliklerden biri olan Eşrefoğulları'nın inşa ettirdiği bu camiyi mimari, tarihî ve sanatsal açıdan incelemeyi amaçlamaktadır. Eşrefoğlu Camii, yalnızca bir ibadet mekânı olarak değil, aynı zamanda dönemin kültürel ve sanatsal birikiminin bir temsili olarak değerlendirilmektedir.
Anahtar Kelimeler: Eşrefoğlu Camii, Beyşehir'de mimari miras, Beyşehir Eşrefoğlu Camii.

ARCHITECTURAL AND ARTISTIC VALUE OF EŞREFOĞLU MOSQUE

ABSTRACT
Being one of the most original examples of Anatolian Seljuk architecture, Eşrefoğlu Mosque has a very important place in terms of history, architecture and art. Built in Beyşehir in 1299 by Eşrefoğlu Süleyman Bey, this mosque is a representative of a rare architectural type in the Middle Ages Islamic world, especially with its wooden pillared structure. The mosque was built on a total of 42 wooden pillars made of cedar. These pillars have survived to the present day with engineering beyond their time, and have largely preserved their originality. Being one of the most impressive structures in terms of Turkish-Islamic architecture in Anatolia, Eşrefoğlu Mosque is a rare work that draws attention with both its architectural originality and artistic details. Pillars are a basic element both for the load-bearing system of the structure and for the aesthetics of the space. The beamed ceiling system sitting on the wooden pillars is crowned with a central opening, which allows the snow cover to enter and the mosque to remain naturally moist. This is a very original solution that contributes to the preservation of the wood. One of the most striking elements of the mosque is its tile-covered mihrab. Reflecting the characteristics of Seljuk tile art, the mihrab was made with a colored glaze technique and decorated with geometric and plant motifs.

This study aims to examine this mosque, which was built by the Eşrefoğulları, one of the principalities established during the dissolution of the Anatolian Seljuk State towards the end of the 13th century, from an architectural, historical and artistic perspective. Eşrefoğlu Mosque is evaluated not only as a place of worship, but also as a representation of the cultural and artistic heritage of the period.

Keywords: Eşrefoğlu Mosque, architectural heritage in Beyşehir, Beyşehir Eşrefoğlu Mosque.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMİDE ULTRA İŞLENMİŞ BESİNLERİN TÜKETİMİ

Öğr. Gör. İbrahim AKDAĞ
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
ORCID: 0000-0002-4779-6056

ÖZET
Geçmişten bu yana insanların yeme içme alışkanlıklarının sürekli değişim gösterdiği ve bu değişimlerinde günümüz beslenme biçimlerini ortaya çıkardığı görülmektedir. Yeme içme tarihine bakıldığında beslenme biçimlerinin ilk olarak besinlerin daha uzun süreyle saklanabilmesi için çeşitli besin işleme yöntemlerinin (ateş, tuz ve hava ve suyun kullanılması, fermantasyon ve tütsüleme vb.) kullanıldığı bilinmektedir. Gastronomi kavramı ile bu besin işleme yöntemleri daha da farklılıklar göstererek günümüz beslenmesinde sınıflandırma yoluna gidilmektedir. Bu sınıflandırmaların; işlenmemiş ya da minimum düzeyde işlenmiş besinler, işlenmiş katkılı besinler, yarı işlenmiş ya da işlenmiş besinler ve ultra işlenmiş besinler olmak üzere dört gruba ayrıldığı ifade edilmektedir. Gastronomi açısından özellikle sağlıklı beslenmeye yönelik üzerinde durulması gereken en önemli sınıflandırmanın ultra işlenmiş besinler olduğu görülmektedir. Ultra işlenmiş besinler içerik olarak; mikro besin ögeler, biyoaktif bileşikler ve lifler açısından fakir besinler iken; şeker, yağ ve sodyum açısından ise zengin besinleri kapsamaktadır. Ultra işlenmiş besinleri oluşturan karışımların çoğu tatlandırıcılar, renklendiriciler, koruyucular, çözücüler, emülgatörler, stabilizatörler ve duyusal özellik arttırıcılar gibi gıda katkı içeren maddelerdir. Yemeye ve ısıtılmaya hazır işlenmiş ürünler, ekstraktı et ve tavuk içerikli ürünler, paketli atıştırmalıklar, işlenmiş et ürünleri, katkı maddeli meşrubatlar, gazlı içecekler, aromalı paket sütler vb. ürünler ultra işlenmiş besinleri oluşturmaktadır. Ultra işlenmiş besinlerden özellikle saf şeker içerikli besinlerin aşırı tüketilmesi vücuda boş enerji alımına neden olduğundan bir kısım besin ögelerinin alımında yetersizliğe sebep olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan bu besinlerin günlük diyet içerisindeki enerji yoğunluğunu, şeker, doymuş yağ ve trans yağ asidi seviyelerini arttırdığı ifade edilmektedir. Bu doğrultuda yüksek enerji yoğunluklu beslenme ve yetersiz posa alımı düzeni; insanların vücut ağırlıklarında artışa, obeziteye bağlı olarak diyabete, kardiyovasküler hastalıklara, hipertansiyona, böbrek, kolon ve kanser gibi kronik hastalıklara neden olmaktadır. Bu çalışmada gastronomi kavramı ile küresel yiyecek içecek sektörünün gelişmesine karşın ülkelerin kendi ulusal politikalarını geliştirmelerine ve toplum sağlığı için ultra işlenmiş besinlerin tüketimini azaltıcı çalışmalar yapmalarına yönelik literatür taramalarının incelenmesi amaçlanmıştır.
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Sağlıklı Beslenme, Ultra İşlenmiş Besinler.

CONSUMPTION OF ULTRA PROCESSED FOODS IN GASTRONOMY

ABSTRACT
It is seen that people's eating and drinking habits have been constantly changing since the past and these changes have created today's nutrition styles. When we look at the history of eating and drinking, it is known that various food processing methods (fire, salt, air and water, fermentation and smoking, etc.) were used in order to preserve food for longer periods of time. With the concept of gastronomy, these food processing methods show even more differences and today's nutrition is classified.

These classifications are stated to be divided into four groups as unprocessed or minimally processed foods, processed foods with additives, semi-processed or processed foods and ultra-processed foods. In terms of gastronomy, it is seen that the most important classification that should be emphasized especially for healthy nutrition is ultra-processed foods. Ultra-processed foods are foods that are poor in terms of micronutrients, bioactive compounds and fibers, while they include foods that are rich in sugar, fat and sodium. Most of the mixtures that make up ultra-processed foods contain food additives such as sweeteners, colorants, preservatives, solvents, emulsifiers, stabilizers and sensory enhancers. Ready-to-eat and heat-processed products, products containing meat and chicken extracts, packaged snacks, processed meat products, soft drinks with additives, carbonated drinks, flavored packaged milks, etc. constitute ultra-processed foods. It is known that excessive consumption of ultra-processed foods, especially those containing pure sugar, causes the body to take in empty energy and causes inadequacy in the intake of some nutrients. On the other hand, it is stated that these foods increase the energy density, sugar, saturated fat and trans fatty acid levels in the daily diet. In this direction, high energy density nutrition and inadequate fiber intake pattern; causes increase in body weight of people, obesity-related diabetes, cardiovascular diseases, hypertension, chronic diseases such as kidney, colon and cancer. In this study, it is aimed to examine the literature reviews regarding the development of the global food and beverage sector with the concept of gastronomy and the development of countries' own national policies and studies to reduce the consumption of ultra-processed foods for public health.

Keywords: Gastronomy, Healthy Nutrition, Ultra Processed Foods.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

BESLENME VE RUH SAĞLIĞI

Doç. Dr. Kasım TATLILIOĞLU
Bingöl Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Psikoloji
ORCID: 0000-0001-5964-4343

ÖZET
İnsan beyni, merkezi sinir sisteminin en önemli organıdır ve yüksek bir metabolik hızla çalışmaktadır. Duygu durumunun kontrolünde merkezi sinir sistemimizin çok önemli görevleri vardır. Bilinen her vitamin ve mineralin yetmezliğinde vücutta pek çok olumsuz belirtiler baş göstermektedir. Bundan başka, duygu durumu da bireyin ne tür besinleri tüketeceği yönündeki seçimlerini ve kararlarını etkilemektedir. Beslenme, çok yönlü bir durumdur. Sadece fizyolojik değil, psikolojik, duygusal, bilişsel ve sosyal yönleri de olan bir olgudur. Tüketilen besinler vücudun metabolik enerji gereksinimini sağlamakla birlikte zihin ve bilişin de dâhil olduğu birçok beyin fonksiyonlarını etkilerler. Beslenme ve ruhsal sağlığı arasındaki ilişki ise iki yönlüdür. Kişinin beslenme şekli ruh sağlığını etkiler. Diğer taraftan ruhsal durumu da beslenmesine yön verir. Tüketilen besinler, beynin kimyasal kompozisyonunu oluşturur. Besin öğeleri nörotransmitterlerin öncü maddesidir. Besin tercihleri ve seçimi, çevresel, kültürel, genetik, sosyal ve duyusal değişkenlerle karmaşık bir etkileşim gösterir. Yaşamı sağlıklı sürdürmek için sadece fizyolojik gereksinimleri karşılayacak besinlerin tüketilmesi yeterli değildir. Bu gereksinim yanında, genel olarak psikolojik ve sosyolojik olarak gruplanan pek çok başka gereksinimlerimiz vardır. Tüketilen besinler ruh, davranış ve beynin fonksiyonlarını etkilemektedir. Bu çalışmada, ruh sağlığı ile beslenme arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu bağlamda literatür taraması yapılmıştır.
Anahtar Kelimeler: Ruh sağlığı, ruhsal durum, beslenme.

NUTRITION AND MENTAL HEALTH

ABSTRACT
The human brain is the most important organ of the central nervous system and operates at a high metabolic rate. Our central nervous system has very important functions in controlling emotional states. In case of deficiency of any known vitamin and mineral, many negative symptoms occur in the body. Furthermore, the individual's emotional state also affects his or her choices and decisions about what kind of food to consume. Nutrition is a multifaceted situation. It is a phenomenon that has not only physiological but also psychological, emotional, cognitive and social aspects. Consumed foods provide the body's metabolic energy needs and affect many brain functions, including mind and cognition. The relationship between nutrition and mental health is two-way. A person's diet affects their mental health. On the other hand, their mental health also directs their nutrition. Food preferences and selection exhibit complex interactions with environmental, cultural, genetic, social and sensory variables. Consumed foods form the chemical composition of the brain. Nutrients are the precursors of neurotransmitters. In order to maintain a healthy life, it is not enough to consume foods that meet only physiological needs. In addition to this need, we have many other needs that are generally grouped as psychological and sociological. Consumed foods affect the mood, behavior and brain functions. In this study is discussed the relationship between mental health and nutrition. In this context a literature review.
Keywords: Mental health, nutrition, mental state.

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ-WHO), 1948 yılında sağlığı, "yalnızca bedenen değil, ruhsal ve sosyal yönden de tam bir iyilik hali" olarak tanımlamıştır (Baysal, 2015). Sağlığın önemli belirleyicilerinden olan beslenme sadece fizyolojik değil, psikolojik, duygusal ve sosyal-kültürel yönü olan çok yönlü bir olgudur. Beslenme ve mental durum arasındaki ilişki iki yönlüdür. Karşılıklı olarak birbirlerini etkilerler. Kişinin beslenme şekli ruhsal durumunu etkilerken, aynı zamanda ruhsal durumu da beslenmesini etkiler. Besin tercihleri ve seçimi, çevresel, genetik, sosyal- kültürel ve duyusal değişkenlerle etkileşim halindedir. Besin seçimi sonradan öğrenilmiş bir davranıştır. Bu nedenle kronik hastalıkların oluşumunun önlenmesinde, sağlıklı beslenmeye yönelik davranış değişikliği, anahtar bir rol oynamaktadır. Tüketilen spesifik bazı besinler, bireyin beslenme biçimi, beynin kimyasal kompozisyonunu oluşturur. Bu kimyasal moleküller sinir iletimi boyunca, bir sinir hücresinden bir diğerine iletilirler. Bu iletilerin düzeyine bağlı olarak mental sağlık, ruh hali, uyku düzeni ve düşünme kapasitesi değişir. Beyin, metabolik aktivitesi yoğun olan bir organdır ve dinlenme anında bile günlük alınan enerjinin %20-30 kadarını kullanır. Dünyada genelinde ortalama %4,4 oranında depresif bozukluk, %3,6 oranında ise anksiyete bozukluğu olduğu tahmin edilmektedir (WHO, 2017). Bu oran her geçen yıl daha da artış göstermektedir. Abur-cubur, Fast-food türü besinler, işlenmiş/rafine ürünler ve içerdiği trans yağ nedeniyle depresyon için risk faktörleridir. Diyette fazlaca yer alan trans yağların inflamasyona yol açarak depresif semptomları tetiklemektedir (Beyhan ve Taş, 2019: 31).

Bir kişinin beslenme durumunun değerlendirilmesinde öncelikle hastanın yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, mesleği, hekim tarafından tanısı konmuş hastalıkları, ilaç kullanma durumu, besin-bitkisel destek kullanma durumu vb. tanımlayıcı bilgilerinin alınması önem taşımaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2017). Sağlık politikalarının temel hedefi ve önceliği sağlıklı bireylerden oluşan sağlıklı bir toplumdur. Özellikle hızlı sosyal ve kültürel değişimler, nüfusun yaşlanması, kentleşme oranında artış, fiziksel aktivitede azalma, sağlıksız yaşam tarzı ve davranış biçimleri gibi nedenlere bağlı olarak ortaya çıkan mental ve fiziksel hasta birey sayısı her geçen gün artmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Beslenme Nedir?

Beslenme, farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu tanımlardan genel olanı; *"insanın büyüme, gelişme, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşaması için gerekli olan besin öğelerini yeterli miktarda alıp vücudunda kullanmasıdır*". Bir Fransız Fizyoluğu olan Cluse Bernard (1813-1873) "*içsel ortamın (mileyö) istikrarlılığı, özgür yaşam için gerekli koşuldur*" demiştir. Bu ifade, organizmaların onları oluşturan hücrelere düşman olan çevrede var olabilenler için ne yapmaları gerektiğini ifade etmektedir (Carlson, 2019: 302).

Beslenme ile ilintili bazı mental sorunlar ve nedenleri aşağıda Tablo 1'de gösterilmiştir:

Beslenme ile ilintili mental sorunlar	Nedenleri
1. Anoreksiya Nervoza	İleri düzeyde kilo takıntısı
2. Bulimia	Yeme bozukluğu, diyet takıntısı
3. Pika	Besin olmayan maddelerin yenmesi - demir eksikliği
4. Hiperaktivite	Gıda katkıları ve boyaları
6. Obsesif Kompulsif Bozukluk	Bakır, manganez vb. kimyasalların dengesizliği
7. Şizofreni 8. Epilepsi	Bakır, civa, manganez, kadmiyum toksitesi Dengesiz beslenme

Tablo 1. Beyhan ve Taş (2019: 31).

2.2. Ruh Sağlığı Üzerinde Etkili Olan Besinler

Mental (ruh) sağlığı etkileyen birçok besin ögesi vardır. Bunlar; karbonhidratlar, proteinler, yağlar, vitaminler ve minerallerdir (Lim, at al., 2016). Vücut ağırlığının düzenlenmeli, yiyecek alımı, ve harcanan enerji arasında bir denge gerektirir. Eğer yakabileceğimizden daha fazla kalori alırsak, kilo alırız. Obozite, ciddi tıbbi sonuçları olan oldukça yaygın bir problemdir. ABD2de de erkelerin %67'si, kadınalrın %62'si aşırı kiloludur ve beden kütle indeksinin (BKİ) 25'in üzerinde olduğu belirtilmiştir. Çevresel ve fizyolojik pek çok uyaran yemeyi başlatabilir. (Carlson, 2019: 312). Diğer bozukluklarda olduğu gibi, yeme bozukluklarına da tek bir etmeninin neden olması mümkün değildir. Çeşitli alanlardaki güncel araştırmalar, -genetik, nörobiyoloji, zayıf olmakla ilgi sosyokültürel baskılar, kişilik, ailenin rolü, ve çevresel stresin rolü – kişinin hayatında birçok etkinin birleşmesiyle yeme bozukluklarının görüldüğünü ortaya koymaktadır (Kring, Johnson, Davison ve Neale, 2015: 341). Çok az ya da çok fazla oluşu çeşitli nörolojik ve psikiyatrik sorunlara yol açabilir. Dopamin ve Norepinefrin içeren kimyasal maddelerin, ruhsal bozukluklar ve şizofreni gibi psikolojik hastalıkların oluşumu ve yok edilmesi açısından çok önemli yeri olduğu kanıtlanmıştır (Silliote ve Vogel, 2008; Southwick ve ark., 2005). Norepinefrinin depresyonun bazı türleriyle ilişkili olduğu gözlenmiştir. Bu nörotransmitterlerin beyindeki düzeyini yükselten ilaçlar ruh halini iyileştirir ve depresyona engel olur. Buna karşılık, şizofrenik hastaların beyinlerinde dopamin düzeyinin normalden daha yüksek olduğu saptanmıştır (Gerrring ve Zimbardo, 2017: 66).

2.2.1.Karbonhidratlar

İnsan vücudunun temel enerji kaynağı karbohidratlardır. Beyin enerji gereksinimini, kesintisiz olarak sadece glikozdan sağlamaktadır. İşlevsel olabilmesi için cinsi ve miktarı önemlidir. Uzun süreli düşük miktarda karbonhidrat tüketimi durumunda beyin enerjisiz kalır. Ekmek, makarna, pirinç, meyveler, sebzeler, şeker, vb. besinler karbonhidrat kaynaklarıdır. Rafine un yerine tam tahıl unu, tahıl; rafine şeker yerine meyve kurusu gibi doğal tatlı besinler daha sağlıklıdır. Kompleks karbonhidratları içeren tam tahıllar, kuru baklagiller ve sebzeler iyi karbonhidrat kaynaklarıdır.

Karbonhidratların ruhsal durumu önemli ölçüde etkilediğine ilişkin mekanizmalar metabolik olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Yüksek miktarlarda rafine karbonhidrat tüketimi durumunda, kan şekeri yükselir, bunun sonucunda insülin ve triptofan düzeyinde artış görülür. Triptofan, beyindeki serotonin düzeyinin artmasına yol açar ve bu da ruh halini etkiler, sedatif etki yapar ve uyku hali görülür. Çocuklarda ise yüksek şeker tüketiminin dikkat eksikliği ve hiperaktivite (DEHB) bozukluğuna neden olabileceği ileri sürülmektedir.

2.2.2. Proteinler

Proteinleri oluşturan aminoasitler vücudun yapıtaşları olup, büyüme ve gelişme için en önemli besin öğeleridir. Bağışıklık sistemimizi korur ve güçlendirir. Vücutta enerji kaynağı olarak kullanılır**.** Kan, kemik ve kas hücrelerimizi oluşturur Diğer taraftan proteinler, hücrelerin yenilenmesi için önemlidir. Protein kaynakları: Süt ve süt ürünleri, et, yumurta, balık, kuru baklagiller, zengin ve kaliteli protein kaynağıdır. Aminoasitler, beyindeki nörotransmitterlerin sentezinde önemli role sahiptirler. Aminoasitlerin eksikliğinde beyindeki bu nörotransmitterler düşük seviyede olur. Eğer triptofan yetersizse, vücutta beyin hasarı ve mental defektler meydana gelebilir. Yeterince alınmazsa büyüme durur, vücut direnci azalır, hastalıklara karşı direnç azalır.

2.2.3. Yağlar

En çok enerji veren besin öğesidir. Vücudu darbelere karşı korur. Vücut ısısını kontrol eder. Depo besin olarak görev yapar. Yetersiz yağ alımı büyüme ve gelişmeyi yavaşlatır. Beynin yapısının %60'ı yağdan oluşmaktadır. Dolayısıyla yağın miktarı ve çeşidi ruh hali regülasyonu ve beyin fonksiyonunda önemli rol oynar. Omega-3 yağ asitleri beyin fonksiyonları için çok önemlidir; bipolar hastalıklar, alzheimer ve streste etkili olduğu bilinmektedir. Kolesterol açısından durum incelendiğinde, bilindiği gibi düşük kolesterollü diyetler kardiyovasküler hastalık riskini azaltmaktadır. Ancak, çok düşük kolesterollü bir beslenme ile kandaki kolesterolün düşük düzeylerde olmasının, beyin serotonin seviyesinin azalmasına yol açarak; ruh hali değişiklikleri, öfke ve agresif davranışlara da neden olabilecektir. Trans yağ tüketimi arttığında, serum kolesterol düzeyi yüksek olduğunda, damarlarda plak oluşumu riskleri nedeniyle, beyne giden kan akımı yavaşlar ve daha ileri durumlarda inme/felç görülür. Katı yağlar yerine zeytinyağı gibi sağlıklı sıvıyağların tüketiminin arttırılması uygundur. Damar sağlığı açısından zeytinyağı, balık yağları ve ceviz, keten tohumu, badem, fındık, fıstık gibi yağlı tohumlar koruyucu besinlerdir. Yağlı sığır ve koyun etleri, bazı katı yağlar, tam yağlı süt, peynir ve tereyağı çok fazla tüketildiklerinde yüksek kolesterol ve doymuş yağ içerikleri nedeniyle damar sağlığı için risk oluşturabilir. Mısırözü, ayçiçeği ve soya yağı kolesterol içermez ancak kızartılarak kullanıldıklarında damar hastalığı riskini arttırırlar (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2016).

2.2.4. Vitaminler

B Grubu Vitaminler

B grubu vitaminleri enerji metabolizmasının önemli ko-enzimlerinden biridir. Zararlı maddelerin etkilerinin azaltılmasında yardımcıdırlar. Vitaminler genellikle bitkilerden alınır, sindirilmeden kana karışırlar. Vücudun direncini artırır, hastalıklardan korur. Kalsiyum ve fosfor gibi minerallerin kemik ve dişlere yerleşmesine yardımcıdır.

- **Tiamin:** Tahıllar, yağlı tohumlar ve organ etlerinde yüksek miktarda bulunur. Glikoz metabolizmasında önemli rol oynayarak, beynin temel enerji kaynağını sağlar. Tiamin aynı zamanda çeşitli transmitterlerin sentezi için de gerekli olduğu ve eksikliğinde konfüzyon, mental değişiklikler, dengesizlikler ve hafıza kaybı görüldüğü bildirilmiştir.
- **B12 vitamini:** Et, süt ve deniz ürünleri ile yumurta gibi hayvansal kaynaklı besinlerde bulunan B12 vitamini, sinir hücrelerinin miyelin tabakasının oluşmasında görev almaktadır. Beyinde yetersiz miyelin oluşumu durumunda, beyinde hasar ve fonksiyon bozuklukları görülür. Uzun süre yetersizliği durumunda ise sinir hasarı, demans ve beyinde geri dönüşsüz atrofilere neden olur.
- **Folik Asit:** Karaciğer, organ etleri, kuru baklagiller ve yeşil yapraklı sebzelerde bulunur. Protein/aminoasit metabolizmasında (özellikle metionin aminoasidi) folik asitin önemli rolü vardır. Düşük folik asit düzeyi, metionin sentezinde azalmaya neden olur, kan homosistein düzeyi artar, artan homosistein ise kalp hastalıkları ve inme/felce yol açar.

Folik asit yetersizliği aynı zamanda beyin serotonin düzeyinde de azalmaya neden olarak, mental hastalıklara, depresyona yol açabilir.

- **Niasin:** Et, karaciğer ve diğer organ etleri, balık, buğday embriyosu ve fıstıklarda bulunan niasin, aynı zamanda vücut tarafından elzem olan triptofan aminoasidinden sentezlenir. Enerji metabolizmasında ko-enzim olarak rol alır. Düşük niasin düzeyi, irritabilite, baş ağrısı, hafıza kaybı, uyku bozukluğu ve emosyonel dengesizliklere yol açar.
- **B6 vitamini:** Pek çok bitkide, hayvansal besinde bulunan B6 vitamini, beyin transmitterlerinin sentezi için gereklidir. Yetersizliğinde yorgunluk/tükenmişlik, sinirlilik, irritabilite, depresyon, uykusuzluk, baş dönmesi ve nöral değişiklikler oluşur. Hem yetersizliği, hem de aşırı alımı mental sağlığın bozulmasına neden olur.
- **C Vitamini:** Başta turunçgiller olmak üzere, sebze ve meyvelerde bulunur. C vitamininin, yaşlanma, beyin yaşlanması, alzheimer ile ilişkisi olduğu bilinmektedir. C vitamini güçlü bir antioksidan vitamin olması nedeniyle, beynin sağlıklı yaşlanmasını sağlar.
- **D vitamini:** D vitamini yetersizliği nedeniyle ortaya çıkan bedensel hastalıklarda psikiyatrik bozukluklarında daha sık görülmesi bu ilişkiyi destekler niteliktedir. D vitamini sinir sistemi için önemli bir biyokimyasal madde olup koruyucu işlevleri olan nörotrofik faktörlerin sentezlenmesinde görev aldığı ve antioksidanları artırdığı gösterilmiştir. Monoaminlerin sentezlenmesinde rolü olduğundan hem duygudurumun düzenlenmesinde hem de bilişsel işlevler üzerinde etkisinin olması beklenen bir durumdur. D vitamini beyin gelişiminde çok önemli bir vitamindir. Düşük D vitamini düzeyinin şizofreni riski oluşturduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur (Aydın ve Oral, 2012: 104).

2.2.5. Mineraller

Sebze, meyve, süt, et grubu zengin kaynaklardır. Hücre korunması; sağlıklı diş, kemik, cilt yapısı için önemlidir. Kalp ritmi, kan basıncı gibi düzenleyici fonksiyonlarda rol oynar. Vücut suyunun dengede tutulmasını sağlar. Kalsiyum, bakır, iyot, demir, çinko, fosfor, sodyum, vb.

- **Demir:** Organ etleri, kırmızı et, tavuk, zenginleştirilmiş tahıl ürünleri, kuru baklagiller, yağlı tohumlar, koyu yeşil yapraklı sebzeler ve kuru meyveler demirin önemli kaynaklarıdır. Vücutta pek çok önemli fonksiyonlarının yanı sıra demirin aynı zamanda beyinde oksidasyon sürecindeki rolü ve aminoasit metabolizmasında yer alan triptofan hidroksilaz, vb. pek çok enzimin ko-faktörü olması nedeniyle nörotransmitterlerin sentezi üzerinde olumlu etkilidir. Demir yetersizliği olan kişilerde depresyon görülme sıklığı daha yüksek bulunmuştur.
- **Çinko:** Et, yumurta, karaciğer, deniz ürünleri, kuru baklagiller ve tam tahıllar olan çinkonun, yaklaşık 100 enzim sisteminde görevi vardır. Bu etkileri ile çinko, beynin nörotransmisyon fonksiyonlarında ve vücudun antioksidan savunma mekanizmaları dâhil olmak üzere, pek çok enzimin ko-faktörü olması nedeniyle önemli bir mineraldir. Depresyon durumu ile çinko düzeyi arasında ters ilişki bulunmaktadır (Akbulut, 2015).
- **Selenyum:** Selenyumun yetersizliğinde depresyon riskini tetiklemektedir. Selenyum alımı yeterli olan kişilerde depresif belirtiler, düşük selenyum alan kişilerden daha az görülmektedir. Doğum sonrası depresyonun önlenmesinde de selenyumun önemli bir rolü vardır ve doğum öncesinde selenyum alımının depresif belirtilere karşı koruyucu etkileri olabileceği gösterilmiştir (Beyhan ve Taş, 2019: 33; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2016).

3. PSİKOLOJİK SAĞLIK NEDİR?

Sağlık; kişinin kendisini bedenen, psikolojik ve sosyal açıdan iyi hissetmesi halidir. Psikolojik sağlığımız da en az beden sağlığımız kadar önemlidir. İyi oluş halimiz bir bütündür, beden sağlığımızın iyi olmasının yanı sıra psikolojik sağlığımızın da iyi olması gündelik yaşamımızı sağlıklı ve iyi bir biçimde sürdürebilmemize olanak tanır (https://sgdd.org.tr/mhpss).

3.1. A. Maslow'a Göre Psikolojik Sağlığı Yerinde İnsanın Özellikleri

- Gerçeği yeterli ölçüde algılamak.
- Gerçekle rahat ilişki kurabilmek.
- Doğayı, kendini ve diğer insanları var olduğu gibi kabul etmek.
- İçinden geldiği gibi davranabilmek.
- Daha derin kişiler arası ilişkiler kurabilmek.
- Yalnız kalabilme
- Kendi başına düşünme gücüne sahip olmak
- Günlük yaşamla ilgili coşkuyu yaşayabilmek
- İnsanlara karşı sempati ve saygı duyabilmek
- Demokratik bir kişiliğe sahip olmak
- Amaç ve araçları ayırt edebilmek
- Kırıcı olmayan bir nüktedanlığa sahip olmak
- Düşünce, duygularında akıcı bir rahatlık içinde olmak.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Beden sağlığın korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için olduğu kadar, mental sağlığın korunması ve sürdürülmesinde de bireyin besin seçimi ve uygulamaları önemli rol oynar. Bu nedenle sağlıklı beslenme ilkeleri doğrultusunda bireyin yaşı, cinsiyeti, aktivite düzeyi göz önüne alınarak, yeterli ve dengeli beslenmesinin sağlanması hem bedenen, hem de ruhsal yönden iyi durumda olmasını sağlaması açısından önemlidir (Beyhan & Taş, 2019). Yeme bozuklukları, "zayıf olma saplantısı, bulimiya, beden memnuniyetsizliği, yetersizlik, mükemmeliyetçilik, kişiler arası güvensizlik, içsel farkındalık, ve olgunlaşma korkusu" gibi nedenlerden kaynaklanabilmektedir (Gardner ve ark., 1983: Akt: (Kring, Johnson, Davison ve Neale, 2015: 334). Ergenlik, sağlıkla ilgili davranışların kazanılmasında önemli bir dönemdir. Kötü sağlık alışkanlıkları ve yetişkin yıllarındaki erken ölümler ergenlik sırasında başlar. Kötü ve sağlıksız beslenme, spor ve gezersiz yapmama ve yetersiz uyku kaygı sorunlarına yol açmaktadır. Yeme bozuklukları, ergenlerde önemli ölçüde artış göstermektedir. Muntazam spor yapma, yağlı ve kolesterolü düşük yemekler tercih etme gibi sağlıklı davranışlarhem ergene faydalıdır hem de yetişkinlikteki rahatsızlıkları ve kalp, felç ve kanserden ölümü geciktirir (Santrock, 2011: 363). Pehlivan'ın (2023) yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre, optimal beslenme durumuna sahip olmak ile yeterli enerji ve besin ögelerini almak kistik fibrozisin tedavi başarısını etkileyen ve sağ kalımı artıran önemli faktörlerden biri olduğu tespit edilmiştir.

Dünyada ve ülkemizde de düzensiz beslenme ve buna bağlı mental ve fiziksel hastalıklar hızla artmaktadır. Bu artış ile birlikte psikolojik hastalıklar, diyabet, kardiyovasküler hastalıklar, kanser vb. kronik hastalıkların görülme sıklığı da artış göstermektedir. Bireyin besin tüketimi, beslenme alışkanlıkları, sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerinin yanı sıra yaşam tarzı ve/veya alışkanlıkları arasında yer alan fiziksel aktivite düzeyi de hastalıkların oluşumu ve gelişiminde oldukça etkilidir. Sağlıklı bir yaşam, kaliteli bir yaşam sürdürmek için gereklidir. Özellikle standart bir beslenme tedavisi protokolünün oluşturulması; hastaların takibi, plan ve politikaların oluşturulması açısından önem taşımaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2017; Aydın, 2019).

Öneriler:

- **"**Fast Food" Ürünlerden uzak durun.
- Kahvaltının çok önemli bir öğün olduğunu unutmayın.

- Bir öğünde her besin grubundan tüketmeliyiz.
- Kişisel hijyene önem gösterin.
- Hareketli olun, spor yapın.
- Düzenli ve yeterli uyuyun.
- Teknolojinin zararlarından korunun.
- Stresten uzak durun.
- Bağımlılıktan korunun.

KAYNAKLAR

Aydın, N. ve Oral, E. (2012). D vitamini ve psikiyatrik hastalıklar. *Türkiye Klinikleri Journal of Pediatric Sciences.* 8(2), 104-109.

Akbulut, G. (2015). Psikiyatrik ve mental hastalıklarda beslenme tedavisi. Ankara: Nobel Tıp Kitabevleri.

Aydın, S. (2019). Adölesanlarda video ile yapılan beslenme eğitimi ile geleneksel beslenme eğitiminin beslenme bilgi düzeyine etkisinin karşılaştırılması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yeditepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı.

Baysal, A. (2015). Beslenme. (15. Baskı). Ankara: Hatiboğlu Yayınevi.

Beyhan, Y. & Taş, V. (2019). Mental sağlık ve beslenme. *Zeugma Sağlık Araştırmaları Dergisi,* 1(1), 31-36.

Carlson, N. R. (2019). Fizyolojik psikoloji - Davranışın fizyolojik temelleri. (8. Basım). (Çev.: Muzaffer Şahin). Ankara: Nobel Yayınları.

Gerrring, R.J. ve Zimbardo, P. G. (2017). Psikolojiye giriş – Psikoloji ve yaşam. (19. Baskı). (Çev.: Gamze SART).

Kring, A.M., Johnson, S. L., Davison, G. ve Neale, J. (2015). Anormal psikolojisi – Psikopatoloji (12. Basım). (Çev.: Muzaffer Şahin). Ankara: Nobel Yayınları.

Lim SY, Kim EJ, Kim A, et al. (2016). Nutritional factors affecting mental health. *Clinical Nutrition Research,* 5(3), 143-152.

Pehlivan, M. (2023). Pediyatrik kistik fibrozisli hastaların beslenme durumlarının saptanması ve beslenme eğitiminin beslenme durumları üzerindeki etkisinin incelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Medipol Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Ana Bilim Dalı.

Santrock, J. W. (2011). Yaşam Boyu Gelişim – Gelişim psikolojisi (11. Basım). (Çev. Ed. Galip Yüksel). (11. Bölüm: Ergenlikte fiziksel ve zihinsel gelişim, ss. 348-380). Ankara: Nobel Yayınları.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2016). Türkiye Beslenme Rehberi 2015. Yayın No:1031. Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı (2017). Diyetisyenle için hasta izlem rehberi. Sağlıklı beslen, sağlık için hareket et. Yayın no:1081. Ankara.

World Health Organization (WHO) (2017). Depression and other common mental disorders: global health estimates, Geneva.

Çevrimiçi kaynaklar:

https://sgdd.org.tr/mhpss/psikolojik sağlik nedir? Erişim tarihi: 03.05.2025.

https://www.memorial.com.tr/saglik-rehberi/dopamin nedir? Erişim tarihi: 04.05.2025.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

FONKSİYONEL GIDALARLA SAĞLIKLI ATIŞTIRMALIK ÜRETİMİ: HAMBELES VE TÜRK KAHVESİ İLE ALTERNATİF PESTİL

Talha KUĞU
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0008-2749-342X

Şule İpek BAŞBAYRAKTAR
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Bölümü
ORCID: 0009-0005-3915-727X

ÖZET
Araştırma, geleneksel gıdaların fonksiyonel özellikleriyle yeniden yorumlanarak sağlıklı bir atıştırmalık geliştirilmesini amaçlamaktadır. Akdeniz bölgesinde doğal olarak yetişen Hambeles (Myrtus communis L.) meyvesi**,** Türk kahvesi, üzüm pekmezi ve pirinç unu ile birleştirilerek rafine şeker ve gluten içermeyen alternatif bir pestil üretilmiştir. Ürün geliştirme sürecinde, Hambeles meyvesinin çekirdeklerinin acı tat bırakması nedeniyle çekirdekler çıkarılmış ve pestilin doku, tat ve besin değerinin optimize edilmesine yönelik formülasyonlar denenmiştir. Ürünün tüketici kabulünü değerlendirmek amacıyla 20 eğitimli panelistin katılımıyla duyusal analiz gerçekleştirilmiş ve genel beğeni skoru 5 üzerinden 4,3 olarak belirlenmiştir. Panelistler, ürünün özellikle dokusu, aromatik profili ve doğallığını olumlu değerlendirmiştir**.** Araştırmanın bulguları, geleneksel pestilin fonksiyonel bir gıda olarak yeniden yorumlanabileceğini ve doğal bileşenlerle sağlıklı atıştırmalık alternatifi oluşturulabileceğini göstermektedir. Araştırma, geleneksel pestilin modern mutfakta sağlıklı bir alternatif olarak yeniden yorumlanabileceğini ortaya koymaktadır. Bu yenilikçi ürün, yerel gastronomi değerlerini modernleştirerek sağlıklı beslenmeye katkıda bulunma potansiyeli taşımaktadır.
Anahtar Kelimeler: Fonksiyonel gıda, Hambeles, Türk kahvesi, Pestil

HEALTHY SNACK PRODUCTION WITH FUNCITIONAL FOODS: ALTERNATIVE PESTİL WITH HAMBELES AND TURKISH COFFEE

ABSTRACT
This study aims to reinterpret traditional foods with functional properties to develop a healthy snack. A sugar-free and gluten-free alternative pestil was produced by combining Hambeles (Myrtus communis L.), naturally grown in the Mediterranean region, with Turkish coffee, grape molasses, and rice flour. During the product development process, the seeds of the Hambeles fruit were removed due to their bitter taste, and formulations were tested to optimize the texture, taste, and nutritional value of the pestil. To evaluate consumer acceptance, a sensory analysis was conducted with 20 trained panelists, and the overall liking score was determined as 4.3 out of 5. Panelists particularly appreciated the product's texture, aromatic profile, and natural quality. The findings indicate that traditional pestil can be reinterpreted as a functional food and that a healthy snack alternative can be created using natural ingredients. This research demonstrates that traditional pestil can be modernized as a healthy alternative in contemporary cuisine. This innovative product has the potential to modernize local gastronomic values while contributing to healthy eating habits.
Keywords: Functional food, Hambeles, Turkish coffee, Pestil

GİRİŞ

Gıda bilim ve teknolojisindeki gelişmeler, insanların sağlık durumlarını olumlu yönde destekleyebilecek ürünlerin geliştirilmesine olanak sağlamıştır. Bu bağlamda, fonksiyonel gıdalar, bireyin sadece beslenme ihtiyacını karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda bireylerin sağlık ve refah düzeylerini arttırabilen ürünler olarak dikkat çekmektedir. Fonksiyonel gıda kavramı, ilk olarak 1980'li yıllarda Japonya'da ortaya çıkmış ve bu gıdaların sağlık üzerindeki olumlu etkileri bilimsel olarak kanıtlanmış ürünler olarak literatürde yer bulmuştur. Özellikle fitokimyasalların biyolojik etkileri, fonksiyonel gıdaların araştırılmasında etkili olmuştur. Ancak bu alandaki birçok doğal bileşik henüz yeterince araştırılmamıştır.

Türkiye'nin kültürel mirasları ve yerel florasının çeşitliliği, fonksiyonel gıdaların geliştirilmesi bakımından büyük bir potansiyel sunmaktadır. Hambeles (Myrtus communis L.), Anadolu'nun Akdeniz bölgesinde yayılım gösteren ve biyolojik özellikleri bakımından oldukça dikkat çeken bir bitki türüdür. Anti-inflamatuar, antimikrobiyal ve antioksidan özelliklerini taşıyan bu bitki, zengin fitokimyasal içeriği ve geleneksel kullanımlarıyla öne çıkmaktadır. Aynı şekilde, Türk kahvesi de uzun yıllardır kültürel, sosyal ve ekonomik değerini koruyarak, biyoaktif özellikleri sayesinde sağlık açısından önemli bir gıda olarak literatürde yerini almıştır.

Son yıllarda sağlıklı ve doğal atıştırmalıklara olan tüketici ilgisi hızla artmaktadır. Özellikle rafine şeker ve gluten içermeyen ürünler, sağlıklı beslenme trendleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, geleneksel pestil gibi gıdaların modern tüketim alışkanlıklarına uygun hale getirilmesine yönelik bilimsel araştırmalar sınırlıdır. Bu çalışma, Hambeles ve Türk kahvesi içeren alternatif bir pestil geliştirme sürecini ele alarak, fonksiyonel gıdaların modern mutfak uygulamalarındaki potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ürün geliştirme süreci, geleneksel gastronomi uygulamaları ile gıda biliminin bir araya getirilmesine olanak sağlamıştır.

1) Fonksiyonel Gıda

Fonksiyonel gıda kavramı ilk olarak 1980'lerde Japonya'da fizyolojik olarak etkili özel gıdalar (FOSHU) kapsamında kullanılmıştır. Bu gıdaların, besleyici özelliklerinin yanı sıra kişilerin sağlık, fiziksel performans ve ruhsal durumları üzerinde olumlu etkiler sağlayan gıdalar olarak belirtilmiştir. Fonksiyonel gıdalar; bir veya daha fazla etkili bileşen sayesinde, sağlığı düzenleyici, koruyucu ve/veya hastalık riskini azaltıcı etkileri bilimsel ve klinik olarak kanıtlanmış gıdalar olarak tanımlanabilir (TBMM, 2004).

Wildman (2000), fonksiyonel gıdaları, bir veya daha fazla hastalığın önlenmesi ya da tedavisinde etkili olduğu tespit edilen veya fizyolojik performansı iyileştirmek suretiyle insan sağlığını olumlu yönde etkileyen maddeler olarak tanımlamıştır. Örneğin, C ve E vitaminleri gibi antioksidan olarak işlev gören vitaminler bu gruba dahil edilebilir. Fonksiyonel gıdaların kalp damar rahatsızlıkları, kanser, kolesterol, yüksek tansiyon, diyabet, ülser ve ishal gibi çeşitli hastalıkların oluşma risklerini azalttığı bilinmektedir. Bunun yanı sıra, bu gıdalar bağışıklık, sinir, hormon, solunum, dolaşım ve sindirim sistemlerine faydalı etkiler sağlamaktadır (Sanders, 1998: Akt. Seçim, 2018).

Son yıllarda yapılan çalışmalar, düzenli olarak tam tahıl ve meyve, sebze tüketiminin kardiyovasküler hastalıklar, kanser, tip 2 diyabet ve yaşa bağlı fonksiyonel düşüş gibi birçok kronik hastalık riskini azalttığını belirtmiştir. Bu besinler, mikro besin elementleri, vitaminler, diyet lifi, folat, potasyum, karotenoidler ve diğer fenolik fitokimyasallar açısından zengindir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO), dünya nüfusunun %70-80'inin birincil sağlık hizmetlerinde geleneksel, ağırlıklı olarak bitkisel, tıbbi uygulamalardan faydalandığını belirtmektedir.

1983-1994 yılları arasında kanser, bulaşıcı ve iltihaplı hastalıklar için geliştirilen ilaçların %60-75'inin temelinin doğal bileşiklere dayalı olduğu raporlanmıştır. Ancak dünya genelinde 250.000 bitki türü tarafından sentezlenen fitokimyasalların büyük bir kısmı henüz yeterince araştırılmamıştır. Bu bağlamda, bitkisel ürünlerin sunduğu geniş kimyasal çeşitliliğin keşfi ve araştırılması büyük önem taşımaktadır. Meyve, sebze, tıbbi ve aromatik bitkilerin yaprak, kök, çiçek, bakliyat ve tahıl gibi ürünlerde doğal savunma mekanizmalarının bir parçası olarak fitokimyasallar bulunur. Bu bileşikler bitkilere renk, aroma ve zararlılara karşı doğal koruma gibi özellikler sunmanın yanı sıra biyolojik aktiviteleriyle de dikkat çeker. Ancak, fitokimyasallar temel besin maddeleri olmayıp besleyici olmayan ikincil metabolitler arasında yer alır. Bu bileşiklerin sağlık üzerindeki olumlu etkileri, antioksidan, anti-inflamatuar ve antimikrobiyal aktiviteler gibi çeşitli biyolojik özelliklerine dayandırılmaktadır (Kayımu, 2017).

2) Hambeles (Myrtus Communis L.)

Hambeles (Myrtus Communis L.), Myrtaceae familyasına ait, yaz-kış yeşil kalan ve çalı formunda büyüyen bir bitkidir. Çoğunlukla boyu kısa olmasına rağmen, bazı durumlarda 1-5 metre yüksekliğe kadar ulaşabilir (Mahboubi, 2016; Özcan ve Akbulut, 1998). Türkiye'de genellikle "Mersin “olarak bilinir ve özellikle güney sahillerinde "Murt", "Hambeles" veya "Adi Mersin" gibi isimlerle de tanınmaktadır (Özcan ve Akbulut, 1998; Aydın ve Özcan, 2007: Akt. Bakar, 2020).

Hambeles (Myrtus Communis L.), Türkiye'nin Akdeniz bölgesinde doğal çam ormanları, nehir yatakları ve özellikle Toros Dağlarının deniz seviyesinden 500-600 metre yükseklikteki alanlarında doğal olarak yetişir. Bitki, yaz aylarında beyaz renkli, yıldız şeklinde çiçekler açar. Sonbahara doğru olgunlaşan meyveleri sarımsı beyaz ya da lacivert tonlarında olabilir. Bu durum, hambelesin adaptasyon kapasitesini ve biyolojik çeşitliliğini yansıtmaktadır (Kayımu, 2017).

Doğal olarak yetişen Myrtus communis L., Akdeniz ülkeleri başta olmak üzere Türkiye, İtalya, Yunanistan ve Tunus gibi bölgelerde bulunur. Tıbbi ve aromatik bitki olarak kullanılan bu meyvenin siyah ve beyaz olmak üzere iki ana formu vardır. Siyah meyveler genellikle kurutulmuş şekilde tüketilirken, beyaz meyveler taze olarak tüketilmektedir (Bakar, 2020).

Mersin (Myrtus communis L.) meyvesi, siyah ve beyaz olmak üzere iki farklı formda bulunmaktadır. Beyaz meyveler genellikle taze olarak tüketilirken, siyah meyveler kurutularak kullanılmaktadır. Bu çeşitlilik, bitkinin hem tüketim hem de kullanım şekilleri açısından geniş bir yelpazeye sahip olduğunu göstermektedir (Bakar, 2020).

Tohumları, bu meyveyi tüketen hayvanlar tarafından doğada yayılmaktadır (Traveset ve ark, 2001; Aronne ve Micco, 2004). Meyve ve çekirdekleri hambelesin yenilebilir kısımlarıdır. Meyvesi çiğ ya da olgunlaştıktan sonra tüketilebilir ve hoş kokusu ile lezzeti sayesinde özellikle Orta Doğu’da kurutularak aromatik besin katkı maddesi olarak kullanılmaktadır. Ayrıca, asitli içkiler ve şarap yapımında da değerlendirilmektedir. İtalya’da çiçek tomurcukları da tüketilirken, çiçekleri tatlı lezzetlerinden dolayı salatalarda kullanılmaktadır (Aleksic ve Knezevic, 2014). Meyvesinin buruk tadı nedeniyle baharat olarak biber yerine kullanılabildiği gibi, zengin tanen içeriği sayesinde tanenlerin kullanıldığı tüm alanlarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Aydın ve Özcan, 2007). Anadolu’da ise hambelesin meyve ve yaprakları, dokuma halı ve kilimlerin boyanmasında kullanılmakta, meyvesi karakteristik koyu kahverengi bir renk vermektedir (Doğan ve ark, 2003: Akt. Kayımu, 2017).

Hambeles (Myrtus communis L.) bitkisinin çiçekleri, yaprakları ve meyveleri, yara iyileştirme, cilt hastalıkları, dizanteri, idrar yolları enfeksiyonları ve saç dökülmesi gibi birçok hastalığın tedavisinde kullanılmaktadır.

Ayrıca, kan şekerini düşürmek, sindirimi kolaylaştırmak gibi faydalarının yanı sıra asıl olarak solunum problemlerinin tedavisinde kullanılmaktadır (Berka-Zougali vd., 2010; Aydın ve Özcan, 2007). Bitkinin içerdiği yağ bileşenleri, ülser başta olmak üzere çeşitli mide rahatsızlıklarında ve antimutajenik özellikleri sayesinde DNA hasarlarının önlenmesinde etkili olmaktadır (Mahboubi, 2016; Mimica vd., 2010: Akt. Bakar, 2020).
Türkiye'de yetişen beyaz mersin meyvesinin %71.53 nem, %3.4 ham yağ, %3.16 protein, %19.03 ham lif, %7.56 indirgen şeker, %2.066 ham kül, %0.1332 asitte çözünmeyen kül ve %48.89 suda çözünür ekstrakt içerdiği belirlenmiştir. Meyveye burukluk kazandıran tanen miktarının 82.19 mg/100 g, malik ve sitrik asitten oluşan asit miktarının %0.14, meyve lezzetini oluşturan uçucu yağların %0.14 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, mersin meyvelerinin A, B, C, D, E ve F vitaminlerini içerdiği ve fenolik bileşikler açısından zengin olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur (Söke ve Elmacı, 2015).

3) Türk Kahvesi

Türk kahvesi, ortaya çıkışından bu zamana kadar 500 yılı aşkın bir süredir sosyal, kültürel ve ekonomik hayatın vazgeçilmez bir unsuru olarak yer almaktadır. Bugün üç kıtada yaklaşık yetmiş ülkede kahve üretilmesine rağmen, Osmanlı toprakları içerisinde kahve yetişmemiştir. Fakat pişirme, servis ve içme usullerine özgü yöntemleri sayesinde "Türk kahvesi" adını almış ve başta Avrupa olmak üzere tüm dünyada Türk adıyla anılan tek içecek olmuştur (Beyter ve Yüceer, 2023).
Dekoksiyon yöntemi, Türk kahvesi, kaynatılmış kahve, perkolatör kahve ve vakum kahve gibi yöntemleri içermekte olup, bu yöntemde öğütülmüş kahve partikülleri belirli sıcaklıktaki suyun içinde çözünme işlemini artıracak kadar süreyle bırakılmaktadır. Bu yöntemde suyun kaynama sıcaklığına ulaşmasına gerek yoktur, ancak katı ve sıvının uzun süreli teması esastır. Türk kahvesi, kavrulmuş ve ince öğütülmüş kahve çekirdeklerinin oda sıcaklığındaki su ile cezve içinde karıştırılarak, ateşte köpürme noktasına kadar pişirilmesiyle hazırlanır. Köpüklenme ve baloncukların ortaya çıkmasından sonra ateşten alınır. Kaynatma işlemi yapılmaz. Hazırlanan kahve, kendine özgü olan fincana üst kısımdaki köpük formunu bozmadan, kahve partikülleriyle birlikte dökülerek servis edilir. Köpürme sırasında sıcaklığın 93-95°C arasında tutulması, köpüklenme sürecinin üç dakika içerisinde bitirilmesi ve cezvenin ısı iletkenliğinin doğru seçilmesi, lezzet ve sağlık açısından önemlidir (Gök, 2021).
Türk kahvesi, polifenoller açısından zengin olması nedeniyle nöroprotektif ve metabolik hastalıkları önleyici özellikler taşımaktadır (Gök ve Yıldırım, 2022).

4) Diğer İçerikler

Pekmez, şeker içeriği yüksek birçok meyveden yapılabilmesine rağmen, yaygın olarak üzümden elde edilmektedir. Türkiye'de üzüm üretimi oldukça fazladır ve 2014 yılı verilerine göre 4.175.356 ton üzüm üretilmiştir (TÜİK, 2014). Türk Gıda Kodeksi Üzüm Pekmezi Tebliği'ne (2015) göre üzüm pekmezi; Fermente edilmeyen taze veya kuru üzüm ekstraktının uygun asitliğinin azalması ve durultulmasının ardından, uygun tekniklerle açıkta ya da vakum altında koyulaştırılmasıyla elde edilen kıvamlı bir üründür (Yiğit, 2016).
Pestil; özellikle kış aylarında tüketilen vitamin ve mineral değerleri açısından zendin içeriğe sahip bir gıdadır. İçeriğinde bulunan meyve şırası ve meyve pekmezinin enerji verici özelliğinden dolayı enerji ihtiyacına sahip bireylerin tüketmesi tavsiye edilir. Aynı zamanda besleyici değeri olmayan hazır gıdalar yerine tercih edilmesi tavsiye edilir. Geleneksel gıda olarak üretimi küçük işletmelerce yapılan pestil ile ilgili yapılan çalışmalar yeterli değildir. Bu durum geleneksel olarak üretilen ürünün tanıtılmasında yeterli değildir (Batu vd., 2007: Akt. Kaymul, 2021).

MATERYAL VE YÖNTEM

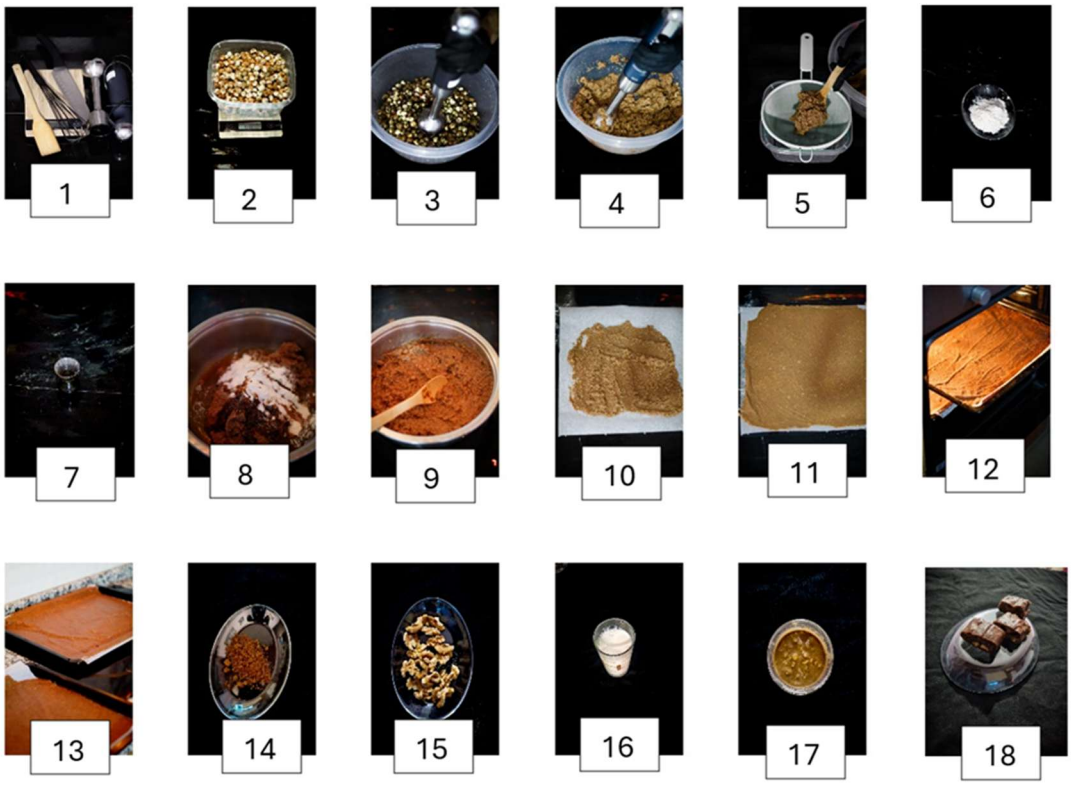
Çalışma tüketicilerin sağlıklı besinlere olan taleplerinin son zamanlarda giderek artmasından kaynaklı fonksiyonel besinleri kullanarak yeni bir sağlıklı atıştırmalık geliştirmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma deneysel tasarıma sahip olmakla birlikte veriler geliştirilen ürünün kalite kriterleri açısından beğenilirliğini incelemek üzere duyusal analiz tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmada ilk olarak hambeles, fonksiyonel gıda, üzüm pekmezi ve Türk kahvesi hakkında literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın ikinci kısmında ise elde edilen bilgiler çerçevesinde sağlıklı bir atıştırmalık olarak tüketime sunmak üzere fonksiyonel bir gıda olan hambeles meyvesinden pestil yapılarak içerisine Türk kahveli sos eklenmiş ve yeni bir ürün elde edilmek üzere denemeler yapılmıştır. İlk denemede hambeles meyvesinin içerisinde bulunan çekirdeklerin ürüne acımtırak bir tat bıraktığı tespit edilerek nihai ürünün yapım aşamasında çekirdekler üründen çıkartılmıştır. Denemeler sonucu elde edilen nihai ürünün beğenilirlik düzeyinin değerlendirilebilmesi için duyusal analiz yöntemlerinden 5 ifadeli hedonik yanıt formu "Altuğ ve Elmacı (2005)'in" kitabında 64. Sayfada bulunan Abbott (1973)'nın kendi çalışmasında kullanmış olduğu tek örnekli değerlendirme hedonik skala testi üzerinde değişiklikler yaparak yeni bir hedonik skala testi hazırlanmış, form aracılığıyla konu ile ilgili eğitimli ve herhangi bir sağlık problemi olmayan 20 paneliste (n=5) sunulmuştur. Beğeni derecelendirme testi (1= hiç beğenmedim, 5= çok beğendim şeklinde hazırlanan) 5'li derecelendirme ile ölçülmüştür. Duyusal analiz sırasında panelistlerden, pestilin tat, koku, doku ve genel beğeni kriterlerini değerlendirmeleri istenmiştir. Hazırlanan panelde, geliştirilen ürün hakkında detaylı kriterlere yer verilerek katılan panelistler tarafından etkili ve net bir sonuç elde edilmesi amaçlanmıştır. Elde edilen veriler incelenerek geliştirilen ürünün eksik yönleri tespit edilmiş ve bu eksikliklerden çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında bahsedilerek ürünün daha iyi bir sonuç elde edilmesi için öneriler verilmiştir.

Geliştirilecek Ürünün Yapım Aşamaları

Araştırmada fonksiyonel bir gıda olan hambeles yemişinin geleneksel yöntemler kullanarak pestil haline getirilmesi ve içerisine Türk kahvesi ile hazırlanan sosun eklenmesi ve hazırlanacak ürünün tüketici beğenirliği açısından kabul görülebilmesi ve tavsiye edilebilmesi amacıyla nihai üründe rafine şeker ve glutenin üründen çıkarılması uygun görülmüştür. Fonksiyonel gıdaların tüketiminin arttırılması ve sağlıklı gıdaların çeşitliğinin sağlanabilmesi için seçilen ürünler üzerinde denemeler yapılmıştır. Ürün geliştirme aşaması için araştırmacının kendi ev mutfağı kullanılmıştır. Ürün geliştirme aşamaları aşağıda verilen şekil 1'de, araştırmacı tarafından çekilen fotoğraflar ile gösterilmiştir:

1. Aşama: Geliştirilecek olan ürünün yapım aşamasında kullanılacak olan araç-gereçler kullanılmak üzere hazır hale getirilmiştir (Fotoğraf 1).
2. Aşama: Hassas terazide tartılan bir kilogram hambeles yıkanarak temizlenir (Fotoğraf 2).
3. Aşama: yıkanıp temizlenen 1 kilogram hambeles büyük bir kaba alınarak el blenderi yardımıyla püre haline getirilir (Fotoğraf 3-4).
4. Aşama: püre haline getirilmiş hambeles yemişi tel süzekten geçirilerek çekirdeklerinden ayrılması sağlanır (Fotoğraf 5).
5. Aşama: pestil yapmak için 25gr pirinç unu ve 50ml üzüm pekmezi ölçülerek tezgâha alınır (Fotoğraf 6-7).
6. Aşama: elde edilen hambeles püresi, pirinç unu ve üzüm pekmezi geniş bir tencereye eklenerek ocağa alınır. Karışım orta ateşte tahta kaşık yardımıyla 5 dakika boyunca karıştırılarak yoğun bir kıvam alması sağlanır (Fotoğraf 8-9).
7. Aşama: Isıl işlem görmüş karışım yağlı kâğıt serilmiş fırın tepsisine alınır, tahta spatula yardımıyla ince bir şekilde fırın tepsisine karışımın yayılması sağlanır (Fotoğraf 10-11).

8. Aşama: önceden ısıtılmış 200 santigrat derece fırında 10 dakika pişirilen karışım yoğunlaşarak pestil formuna getirilir ve soğuması için tezgâha alınır. (Fotoğraf 12-13).
9. Aşama: geliştirilen üründe sos olarak kullanılacak olan Türk Kahvesi 25 gram, laktozsuz süt 200 ml, 10 gram pirinç unu ve 50 gram ceviz hassas terazide tartılarak sos tenceresinde kısık ateşte pişirilerek sos haline getirilerek soğuması için bir kaba aktartılır (Fotoğraf 14-15-16-17).
10. hazırlanan pestilin üzerine soğuyan Türk kahveli sos eklenir, pestil rulo haline getirilerek dilimlere ayrılarak servise hazır hale gelir (Fotoğraf 18).



BULGULAR

Araştırmada, geliştirilen ürünün duyusal analizi için konu ile ilgili eğitimli ve herhangi bir sağlık problemi olmayan panelistlere (20 kişilik) geliştirilen ürünün beğenilirliği ile ilgili sorular sorulmuştur. Belirlenen panelistlerin 11 tanesi kadın, 9 tanesi erkek katılımcıdan oluşmaktadır. Panelistler değerlendirdikleri ürünü 1 ile 5 arasında puanlamıştır. Geliştirilen ürün, belli bir düzen olmadan panelistlere ayrı ayrı verilmiş ve bireysel değerlendirmeleri sağlanmıştır. Duyusal analiz formunun sonunda ürünün genel beğenisi ve ürün hakkında genel düşünceleri hakkında soru sorularak cevaplamaları istenmiştir.
Yapılan duyusal analiz formunda, panelistler tarafından yapılan değerlendirmeler sonucunda elde edilen puanlar değerlendirilerek aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.
Ürünün genel beğenisine yönelik sorulan soruya, panelistlerin onu 5 puan vererek çok beğendiklerini ifade ederken, yedisi 4 puan vererek beğendiklerini, üçü ise 3 puan vererek ürünü orta derece beğendiklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçların ortalaması alındığında genel beğeni 4,3 puan almıştır. Bu puan sonucunda ürünün genel beğenisinin iyi olduğu anlaşılmaktadır.

Duyusal analiz formunun sonunda sorulan tadım sonrası genel düşünceler (ürünü beğendiyseniz neden beğendiniz, beğenmediyseniz neden beğenmediniz?) sorulan soruya panelistlerin altısı ürünün kokusunun güzel olduğundan dolayı beğendiklerini, on iki tanesi ürün dokusunun ağızda bıraktığı hissin farkı olduğu için beğendiklerini belirtirken, panelistlerin üçü tadının alışılmışın dışında olduğundan dolayı ürünü beğenmediklerini belirtmişledir.
Sorulan sorulara verilen cevaplar dışında, panelistlerden biri ürünün yapım aşamasında ürüne eklenen kuruyemişlerin önceden suda bekletilmesini belirtmiştir. Panelden elde edilen tüm sonuçlara ait veriler tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Hambeles pestili örneği duyusal analiz sonuçları

Kriterler/Panelist	Çok Beğendim	Beğendim	Orta Derecede Beğendim	Az Beğendim	Hiç Beğenmedim
P1	**x**				
P2			**x**		
P3	**x**				
P4		**x**			
P5	**x**				
P6		**x**			
P7	**x**				
P8		**x**			
P9			**x**		
P10	**x**				
P11		**x**			
P12	**x**				
P13	**x**				
P14			**x**		
P15	**x**				
P16		**x**			
P17		**x**			
P18	**x**				
P19		**x**			
P20	**x**				

SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde sağlıklı atıştırmalıklara artan talep doğrultusunda fonksiyonel besinlerden faydalanarak yeni bir sağlıklı atıştırmalık hazırlanmıştır. Özel gereksinimli bireylerinde taleplerini dikkate alarak gıda hassasiyetleri doğrultusunda oluşturulan üründe rafine şeker ve gluten bulunmamaktadır.
Geliştirilen ürünün değerlendirilmesini yapmak için belirlenen yirmi eğitimli paneliste nicel araştırma yöntemlerinden olan tek örnekli duyusal analiz formu teslim edilmiştir. Duyusal analiz formu ile geliştirilen ürün hakkındaki elde edilen bulgular tablo halinde değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda aşağıda belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır.
İlk Geliştirilen üründe temel malzeme olarak kullanılan hambeles meyvesinin çekirdeklerinin vermiş olduğu acı tadın yoğunluğu sebebiyle nihai ürünün yapımında meyvenin çekirdekleri üründen çıkartılarak hazırlanmıştır.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda geliştirilen nihai ürün 5 puan üzerinden 4,3 puanı alarak beğenilirliği belirlenmiştir.

Araştırma, kahvenin kahveyle yapılan ürünlerin vejetaryen mutfakta başarılı bir şekilde kullanılabileceğini ve kahvenin mutfakta kullanım alanlarının genişletilebileceğini ortaya koymuştur. Panelistlerden elde edilen geri bildirimler doğrultusunda ürünün bazı yönlerinin (koku, doku) geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Araştırma, yöresel fonksiyonel gıdaların çeşitli pişirme işlemlerinden sonra sağlıklı aperatifler olarak tüketimde daha fazla yer bulabileceğini ortaya koymuştur. Panelistlerden elde edilen geri bildirimler sonucunda üründe bazı değişikliklerin yapılabileceği belirtilmiştir. Genel olarak, yapılan ürünün duyusal analiz sonucu, hambeles yemişinin sağlıklı gıda kapsamında inovatif bir şekilde kullanılabileceğini ve tüketiciler tarafından beğenilebileceğini göstermektedir.

Duyusal analizden elde edilen sonuçlar doğrultusunda ürünün ileriki zamanlarda tekrardan yapılması doğrultusunda içerisine eklenecek olan yemişlerin çeşitleri ve miktarları değiştirilebilir.

Türk kahvesi yerine diğer kahvelerle ürün geliştirmeleri yapılarak farklı damak zevkine uygun olan tüketicilerde ürünün tercih edilmesi sağlanabilir.

KAYNAKÇA

Altuğ, T., & Elmacı, Y. (2005). Hedonik skalalar. *Gıdalarda duyusal değerlendirme* (s. 64). Meta Basım Matbaacılık.

Bakar, B. (2020). *Hambeles meyve (Myrtus communis L.)'lerindeki vitaminler, bazı peptitler ve malondialdehit miktarları ile toplam antioksidan kapasitelerinin araştırılması* (Yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). YÖK Tez Merkezi.

Gök, İ. (2021). Kavurma işlemi, demleme/pişirme yöntemlerinin kahvenin biyoaktif bileşenlerine etkisi: Fonksiyonel içecek olarak insan sağlığına faydaları. Food and Health, 7(4), 311-328. https://doi.org/10.3153/FH21032

Kaymul, M. (2021). *Bazı meyvelerin pestillerin işlenmesi ve bazı fizikokimyasal özelliklerinin tespiti* (Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı). YÖK Tez Merkezi.

Kayımu, H. (2017). *Hambeles (Myrtus communis L.) meyvesinin biyoaktif özelliklerinin araştırılması* (Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü). YÖK Tez Merkezi.

Seçim, Y. (2018). Türk mutfağında kullanılan bazı fonksiyonel gıdalar ve özellikleri. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi, 2*(1), 1-9.

Söke, P., & Elmacı, Y. (2015). Siyah ve beyaz mersin (*Myrtus communis L.*) meyvelerinin şekerlemeye işlenmesi. *Akademik Gıda, 13*(1), 35-41.

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM). (2004). *Gıdaların üretimi, tüketimi ve denetlenmesine dair kanun hükmünde kararnamenin değiştirilerek kabulü hakkında kanun* (Sayı: 5179). Resmî Gazete.

Yüceer, M. B. (Ed.). (2023). Moleküler gastronomi teknikleri ile ürün geliştirme denemeleri: Türk kahveli süt helvası örneği 66. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10*(66), 98-118.

Yiğit, M. (2016). *Üzüm, dut ve keçiboynuzu pekmezlerinin 5-hidroksimetilfurfural ve bazı mineral içeriklerinin belirlenmesi* (Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü). YÖK Tez Merkezi.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TÜRKİYE'DE MEVCUT TURİST REHBERLİĞİ EĞİTİMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Doç. Dr. Yüksel GÜRSOY
Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
ORCID: 0000-0002-4469-4572

ÖZET
Gezi süresince yerli veya yabancı bir turistin en uzun süre beraber olduğu ve en çok etkilendiği kişi turist rehberidir. Bir turist rehberin görevi bir destinasyonun kültür, tarih, çevre, turizm, doğa, gastronomi ve sosyal değerlerini uygun bir kültür ve turizm politikası dâhilinde tanıtarak gezdirmesidir. Destinasyon ile ilgili izlenimde oluşacak imajda turist rehberin etkisi büyüktür. Turistin memnun ayrılmasında en etkili olan faktörlerden biri, turist rehberinin yabancı dil, mesleki bilgisi, becerisi, tutum ve davranışıdır. Dolayısıyla nitelikli turist rehberlerinin seçimi, eğitilmesi hassas ve ciddi bir biçimde ele alınması gereken bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de turist rehberi yetiştiren Ön Lisans, Lisans ve Yüksek Lisans eğitiminin yapısı incelendiğinde ihtiyaca uygun nitelikli turist rehberi yetiştirilmesinin önünde birçok engellerin olduğu görülmektedir. Bu sorunların başında turist/turizm rehberi bölümlerinde sadece İngilizce dilinden rehber yetiştirilmesi veya mezunların yabancı dil bilgisinin yetersizliği, yabancı dil eğitimindeki yanlışlıklar ve yabancı dil sınavlarındaki başarısızlıklar, Turist Rehberliği Meslek Kabul Sınavında yer alan derslerin eğitim yapısında olmaması, turist rehberi olabilmeye yönelik dörtlü (Bakanlığın Sertifika Programı, Ön Lisans, Lisans ve Yüksek Lisans) yapının çözülememesi gelmektedir. Ülke ekonomisine ve destinasyon imajı için bu kadar önem arz eden bir meslekte karşılaşılan sorunların acilen tespit edilip çözümler üretilmesi, mesleğin geleceği ve gelişimi için önem arz etmektedir.
Bu çalışmada bu sorunları detaylandırarak turist rehberliği eğitiminde yeni standart bir eğitim modeli ortaya konmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Turizm Rehberliği, Turist Rehberliği, Turist Rehberliği Eğitimi, Yükseköğretim

A STUDY ON CURRENT TOURIST GUIDE EDUCATION IN TÜRKİYE

ABSTRACT
The tourist guide is the person that a local or foreign tourist stays with the longest and is most impressed with during the trip. The duty of a tourist guide is to introduce the culture, history, environment, tourism, nature, gastronomy and social values of a destination within the scope of an appropriate culture and tourism policy and to show them around. The tourist guide has a great effect on the image that will be formed in the impression about the destination. One of the most effective factors in a tourist leaving satisfied is the foreign language, professional knowledge, skills, attitude and behavior of the tourist guide. Therefore, the selection and training of qualified tourist guides emerges as a subject that needs to be handled sensitively and seriously. When the structure of Associate, Bachelor and Master's degree education that trains tourist guides in Turkey is examined, it is seen that there are many obstacles to training qualified tourist guides that are suitable for the need.

The main problems are that only English language guides are trained in tourist/tourist guide departments or graduates have insufficient foreign language knowledge, mistakes in foreign language education and failures in foreign language exams, the absence of courses in the Tourist Guide Profession Admission Exam in the educational structure, and the inability to solve the four-part structure (Certificate Program of the Ministry, Associate Degree, Bachelor's Degree and Master's Degree) for becoming a tourist guide. It is important for the future and development of the profession to urgently identify the problems encountered in a profession that is so important for the country's economy and the image of the destination and to produce solutions.
This study details these problems and presents a new standard education model in tourist guide education.
Keywords: Tourism Guidance, Tourist Guidance, Tourist Guidance Education, Higher Education

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana, bireylerin gezme, görme ve farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurma ihtiyacı, günümüzde özellikle gençler için önemli bir motivasyon kaynağı olmaya devam etmektedir. Bu sosyolojik ve psikolojik gereksinim, turizm sektörünün sürekli gelişen bir endüstri haline gelmesine katkı sağlamıştır. Bu bağlamda, turist rehberliği mesleği, yüksek gelir potansiyeli ve dinamik çalışma koşulları nedeniyle giderek daha fazla talep gören bir meslek dalı olarak öne çıkmaktadır. Ancak, sektörün beklentilerinin artmasıyla birlikte, rehberlerden yalnızca temel dil becerilerine değil, aynı zamanda derinlemesine kültürel birikim, tarihsel perspektif ve etkili iletişim yetkinliklerine sahip olmaları da beklenmektedir. Turist rehberliği eğitiminde yabancı dil öğretiminin önemi sıklıkla vurgulanmaktadır. Yaygın kanı, yabancı dilde eğitim almanın hem dil becerilerini geliştirdiği hem de eğitimin genel kalitesini artırdığı yönündedir. Bu görüş, kısmen geçerli olsa da, özellikle Türkiye gibi turizm potansiyeli yüksek olan ülkelerde, yabancı dil eğitiminin tekdüze yapısı bazı sorunları beraberinde getirmektedir. Ahipaşaoğlu'nun 1997 yılında Türkiye'deki turist rehberi ihtiyacına yönelik yaptığı araştırma, İngilizce, Fransızca ve Almanca bilen rehber sayısında belirgin bir fazlalık olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşılık, Çince, Japonca, İspanyolca veya Arapça gibi dillerde uzmanlaşmış rehberlerin sayısı oldukça sınırlıdır. Bu durum, mevcut eğitim politikalarının piyasanın ihtiyaçlarıyla tam olarak örtüşmediğini göstermektedir. Dahası, yabancı dil eğitiminin ağırlıklı olarak İngilizce üzerinden yürütülmesi, öğrencilerin düşünme ve analiz yeteneğini sınırlandırabilmektedir. Zira, öğrencilerin kavramsal ve teorik bilgileri, ana dillerinden farklı bir dilde öğrenmeleri, derinlemesine bir anlayış geliştirmelerini engelleyebilir. Bu durum, eğitimin yüzeysel kalmasına ve mesleki yeterliliklerin tam olarak kazanılamamasına yol açabilmektedir.
Turist rehberliği programlarında yoğun bir şekilde yabancı dil, ikinci ve hatta üçüncü yabancı dil derslerine yer verilmesi, temel mesleki derslerin öğretimini olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin, arkeoloji, sanat tarihi, mitoloji, Anadolu uygarlığı, turizm coğrafyası ve kültürel antropoloji gibi alanlarda verilmesi gereken dersler, dil eğitiminin ağırlığı nedeniyle yeterince derinlemesine işlenememektedir. Oysa ki, bir turist rehberinin başarısı, yalnızca dil becerilerine değil, aynı zamanda bu alanlardaki uzmanlığına da bağlıdır. Turist rehberliği eğitiminde yabancı dil öğretiminin önemi yadsınamaz, ancak mevcut müfredatların yeniden gözden geçirilerek daha dengeli bir hale getirilmesi gerekmektedir. Özellikle az bilinen dillerin teşvik edilmesi ve temel mesleki derslerin daha kapsamlı bir şekilde öğretilmesi, sektörün ihtiyaçlarına daha uygun bir eğitim modelinin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Ayrıca, uygulamaya yönelik staj ve saha çalışmalarının artırılması, öğrencilerin teorik bilgilerini pratiğe dökme becerilerini geliştirecektir. Bu değişikliklerin hayata geçirilmesi, turist rehberliği mesleğinin hem akademik hem de profesyonel anlamda daha nitelikli bir seviyeye ulaşmasını sağlayacak ve Türkiye'nin turizm sektöründeki rekabet gücünü artıracaktır.

Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitiminin Mevcut Durumu

Türkiye'de turist rehberliği mesleğini yasal olarak icra edebilmek için belirli akademik ve mesleki yeterliliklerin karşılanması gerekmektedir. Bu kapsamda, üniversitelerin Turist/Turizm Rehberliği ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmak temel şarttır. Bununla birlikte, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu ile birlikte alternatif yollar da mevcuttur:

- Arkeoloji ve Sanat Tarihi lisans mezunları, yeterli yabancı dil bilgisine sahip olmaları durumunda,
- Çince ve Uzakdoğu dillerde en az ön lisans düzeyinde eğitim almış olanlar,
- Nadir konuşulan dillerde diğer lisans bölümlerinden mezun olup, Turizm Bakanlığı'nın onayı, TUREB ve TÜRSAB ile ilgili meslek birliklerinin önerileri doğrultusunda, sektör ihtiyaçları göz önünde bulundurularak düzenlenen ülkesel veya bölgesel turist rehberliği sertifika programlarını başarıyla tamamlayanlar da bu mesleği yapabilmektedir. Bu sertifika programları, Bakanlığın gözetim ve denetimi altında, yönetmelikle belirlenen kurs ve sınav esaslarına göre yürütülmektedir. Bu durum, turist rehberliği mesleğinin disiplinler arası bir yapıya sahip olduğunu ve farklı akademik geçmişlerden gelen bireylerin bu alana yönelmesine olanak tanıdığını göstermektedir. Turist rehberliği eğitimine kabul edilecek öğrencilerin, mesleğin gerektirdiği temel kişisel ve mesleki özellikleri taşıması beklenmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir:

a) Kişisel Özellikler:

- Dış görünüş ve hitabet yeteneği: Turist rehberleri, sürekli insanlarla iletişim halinde olduğundan, profesyonel bir görünüm ve etkili konuşma becerisi önemlidir.
- Disiplinli, dakik ve titiz çalışma alışkanlığı: Rehberlik, zaman yönetimi ve detaylara hâkimiyet gerektiren bir meslektir.
- Problem çözme yeteneği: Seyahat sırasında ortaya çıkabilecek aksaklıklara hızlı ve pratik çözümler üretebilmek kritik bir beceridir.
- Kültürlerarası iletişim becerisi: Farklı milletlerden insanlarla etkileşim kurabilme ve kültürel hassasiyetlere saygı gösterme.

b) Akademik ve Mesleki Yeterlilikler:

- Ana dil ve yabancı dil hâkimiyeti: Rehberlik yapılacak dilde akıcılık ve terminolojik bilgi. (YDS en az 75 veya eşdeğerliği kabul edilen herhangi bir sınavda eşdeğer puan almak)
- Geniş kültürel ve tarihsel birikim: Türkiye'nin arkeolojik, sanatsal ve kültürel mirasına hâkimiyet.
- Topluluk önünde etkili konuşma: Gruplara hitap ederken açık, anlaşılır ve ilgi çekici bir anlatım tarzı.

Bu niteliklerin bir kısmı (örneğin, tarih bilgisi veya yabancı dil becerisi) eğitim sürecinde kazanılabilirken, kişisel özelliklerin (öz disiplin, iletişim becerisi gibi) başlangıçta öğrencide bulunması beklenir. Ayrıca, öğrencinin öğrenme kapasitesinin bu mesleğin gerekliliklerine uygun olması da önem taşımaktadır. Son yıllarda, üniversitelerin Turist/Turizm Rehberliği bölümlerine olan talep, öğrenci tercihleri ve puan analizleri açısından incelendiğinde çeşitli eğilimler gözlemlenmektedir.

Tablo 1 ve 2'de görüleceği üzere, son dört yılda (2021-2024) bu programların taban puanları ve başarı sıralamaları değişkenlik göstermektedir. Özellikle bazı üniversitelerde kontenjanların dolmadığı, bu durumun da sektörün ihtiyaçları ile eğitim programlarının uyumuna dair tartışmaları beraberinde getirdiği görülmektedir. Bu durumun olası nedenleri şunlar olabilir:

- Mesleğin zorluğu ve sorumluluklarına dair algı,
- Yabancı dil eğitiminin yoğunluğu ve öğrencilerin bu alanda yetersiz kalması,
- Bazı üniversitelerde müfredatın sektör ihtiyaçlarıyla tam olarak örtüşmemesi.

Türkiye'de turist rehberliği eğitimi, yasal düzenlemeler ve mesleki standartlar açısından belirli bir olgunluğa ulaşmış olsa da, eğitim kalitesi, öğrenci seçim süreçleri ve sektör ihtiyaçları arasındaki uyumun artırılması gerekmektedir. Özellikle:

- Nadir dillerde uzmanlaşmış rehber yetiştirilmesi,
- Uygulamalı eğitimlerin artırılması,
- Öğrenci kabulünde kişisel yetkinliklerin daha fazla dikkate alınması,
- Üniversite-sektör iş birliğinin güçlendirilmesi,

Bu gibi adımlar, turist rehberliği mesleğinin geleceği açısından kritik öneme sahiptir. Bu değerlendirmeler ışığında, Türkiye'nin turizm potansiyelini en iyi şekilde değerlendirebilmek için, turist rehberliği eğitim sisteminin sürekli gözden geçirilmesi ve güncellenmesi gerektiği sonucuna varılabilir.

Turist / Turizm Rehberliği Programlarının Akademik Verileri

Tablo 1'deki Turist Rehberliği programına ilişkin veriler, ÖSYM ve YÖK Atlas resmi kaynaklarından temin edilmiştir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye genelinde 51 üniversitede Turist Rehberliği programı bulunmaktadır. Bu programlar, TYT puan türüyle öğrenci kabul etmektedir. İki yıllık Turist Rehberliği önlisans programlarına ait taban puan ve başarı sıralamaları, üniversiteler bazında aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Tablo, son dört yıllık (2021-2024) dönemi kapsayan karşılaştırmalı veriler içermektedir.

içermektedir.
2025 Yılı Taban Puanları:
• En düşük taban puan: 172,77766
• En yüksek taban puan: 407,3861
2025 Yılı Başarı Sıralamaları:
• En düşük sıralama: 131.606
• En yüksek sıralama: 13.837

Tablo 1. Turist Rehberliği Ön lisans Programı

Üniversite	Bölüm Adı	Yıl	Kont.[1]	Yer.	Taban Puan	Başarı Sıra
İstanbul Topkapı Üni. Plato MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	9 8 9 9	9 8 9 9	407,3861 423,31558 401,80626 378,45767	170.646 131.601 182.743 100.471
Kapadokya Üni. Kapadokya MYO (Nevşehir) (Vakıf)	Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	26 21 24 23	26 21 24 23	383,28856 382,62171 383,05555 335,42256	247.856 255.407 242.899 205.990
İstanbul Gelişim Üni. İstanbul Gelişim MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İÖ) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	5 6 10 8	5 6 10 8	358,38022 349,64086 302,97305 260,83146	362.713 426.979 768.999 671.399
İstanbul Arel Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İÖ) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	4 4 10 8	4 4 10 8	353,53408 354,31181 322,59721 288,60706	390.496 397.255 584.545 431.090
Muğla Sıtkı Koçman Üni. Ortaca MYO (Devlet)	Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim)	2024 2023 2022 2021	70 70 71 60	72 72 72 62	349,54635 356,80492 329,74605 256,61983	415.032 382.429 528.157 716.975
İstanbul Topkapı Üni. Plato MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	7 7 6 6	7 7 6 6	349,49233 355,71325 336,98593 262,84327	415.403 388.798 476.426 650.243
Marmara Üni. Sosyal Bilimler MYO (İstanbul) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	60 61 62 61	348,23409 350,80145 343,44476 287,91374	423.546 419.392 434.169 435.872
Kapadokya Üni. Kapadokya MYO (Nevşehir) (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	10 10 9 9	10 10 9 9	343,93411 340,1423 341,27087 281,44381	452.496 494.097 447.813 483.472
İstanbul Aydın Üni. Anadolu Bil MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İngilizce) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	10 9 9 8	10 9 9 8	341,32059 361,92699 359,17275 294,12812	470.953 353.133 345.527 394.582
İstanbul Gelişim Üni. İstanbul Gelişim MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	6 6 10 10	6 6 10 10	341,30736 338,04568 311,6399 239,72291	471.044 510.021 682.048 914.957
İstanbul Nişantaşı Üni.	Turist Rehberliği	2024	8	8	338,70088	490.455

[1] Kontenjan = Genel + Okul Birincisi + Şehit-Gazi Yakını + 34 Yaş Üstü Kadın + Depremzede Aday olarak verilmiştir

MYO (Vakıf)	(Burslu)	2023 2022 2021	8 — —	8 — —	348,81373 — —	432.508 533.186 —
Antalya Belek Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	3 2 — —	3 2 — —	338,29592 340,00667 — —	486.223 495.154 852.290 —
İstanbul Arel Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	4 4 5 8	4 4 5 8	337,10385 343,67267 319,19566 264,38143	502.497 468.147 613.315 634.738
İstanbul Esenyurt Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Burslu)	2024 2023 2022 2021	3 3 5 6	3 3 5 6	333,66046 353,66414 307,04303 238,06406	529.549 401.171 726.816 934.069
Pamukkale Üni. Denizli Sosyal Bilimler MYO (Denizli) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	30 30 30 30	31 31 31 31	323,17502 303,22521 284,42661 217,04243	623.009 844.656 983.969 1.202.806
İstanbul Topkapı Üni. Plato MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	54 55 51 54	54 55 51 54	309,58849 319,87413 292,76312 221,62371	766.462 667.365 881.957 1.141.631
Muğla Sıtkı Koçman Üni. Marmaris Turizm MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	62 62 62 62	304,86823 296,50689 287,63435 237,59677	822.011 925.146 943.699 939.454
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni. Ürgüp Sebahat ve Erol Toksöz Turizm MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	80 80 80 80	82 82 82 82	303,55309 299,9448 278,0708 226,74235	838.147 883.278 1.068.234 1.073.030
Akdeniz Üni. Demre Dr. Hasan Ünal MYO (Antalya) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	62 62 61 62	300,53556 290,77092 285,63984 230,88802	875.747 998.175 968.523 1.019.985
Muğla Sıtkı Koçman Üni. Ortaca MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	50 50 50 50	52 52 52 52	297,56924 288,58961 276,88335 216,82191	914.248 1.026.721 1.084.572 1.205.747
Kocaeli Üni. Kartepe Turizm MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	62 62 62 62	295,25729 283,24484 275,45779 217,65072	945.263 1.099.136 1.104.366 1.194.727
Ankara Üni. Beypazarı MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	65 65 65 65	67 67 67 67	291,61066 279,79797 264,79297 210,36104	994.611 1.147.329 1.262.509 1.295.890
Çanakkale Onsekiz Mart Üni. Ayvacık MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	62 62 62 62	290,22088 274,43285 261,27328 207,88406	1.014.118 1.224.432 1.318.608 1.332.669
Bursa Uludağ Üni. İznik MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	50 50 50 50	52 52 52 52	290,18653 278,92334 265,70832 210,37655	1.014.590 1.159.776 1.248.325 1.295.669

Van Yüzüncü Yıl Üni. Van MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	45 45 45 45	47 47 47 46	285,61951 282,66848 271,55345 215,14358	1.079.564 1.106.993 1.160.322 1.228.411
Kıbrıs İlim Üni. Uygulamalı Bilimler MYO (Kktc-Girne) (Kktc)	Turist Rehberliği (İngilizce) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	5 4 3 2	5 4 3 2	274,81863 292,63481 266,07868 209,81667	1.242.422 973.673 1.242.729 1.303.853
Isparta Uygulamalı Bilimler Üni. Yalvaç MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	40 40 40 40	41 41 41 24	274,75409 255,14302 229,83739 172,00153	1.243.419 1.527.236 1.924.612 Dolmadı
Kütahya Dumlupınar Üni. Kütahya Sosyal Bilimler MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	60 60 60 60	62 62 62 15	270,56916 247,19801 226,24778 191,17848	1.309.394 1.662.792 2.008.388 Dolmadı
Selçuk Üni. Beyşehir Ali Akkanat MYO (Konya) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	40 40 40 40	41 41 41 21	266,91583 244,95966 222,07937 179,90957	1.368.283 1.702.256 2.108.383 Dolmadı
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üni. Yeşilova İsmail Akın Turizm MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	35 35 — —	36 36 — —	263,06699 243,72717 — —	1.430.754 1.724.095 2.009.002 —
Bingöl Üni. Bingöl Sosyal Bilimler MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	20 20 20 20	21 21 21 13	261,57406 259,56297 237,74686 184,5664	1.455.628 1.454.464 1.752.316 Dolmadı
Karabük Üni. Safranbolu Şefik Yılmaz Dizdar MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	40 35 35 35	41 36 36 36	254,73941 270,38586 245,96725 184,41743	1.571.164 1.284.983 1.588.308 1.611.496
Kapadokya Üni. Kapadokya MYO (Nevşehir) (Vakıf)	Turist Rehberliği (Uzaktan Öğretim) (%25 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	170 136 136 127	170 136 136 106	252,12405 277,4985 259,86723 182,18523	1.615.937 1.180.268 1.341.594 Dolmadı
İstanbul Nişantaşı Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	47 47 — —	47 47 — —	252,10251 269,56699 — —	1.616.324 1.297.276 1.711.130 —
Selçuk Üni. Silifke Taşucu MYO (Konya) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	50 50 50 50	52 52 52 30	250,246 241,74355 227,99944 183,87889	1.648.332 1.759.614 1.967.301 Dolmadı
Selçuk Üni. Akşehir MYO (Konya) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	40 40 40 40	41 41 41 13	250,18775 235,57148 222,24251 192,9243	1.649.391 1.873.037 2.104.541 Dolmadı
Harran Üni. Halfeti MYO (Şanlıurfa) (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	30 30 30 30	31 31 31 15	248,16517 245,33065 233,1223 172,35701	1.684.587 1.695.710 1.851.116 Dolmadı
Kütahya Dumlupınar Üni. Çavdarhisar MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	30 25 25 25	31 26 26 3	248,0676 239,0599 230,52845 193,24583	1.686.336 1.808.627 1.908.944 Dolmadı

Kapadokya Üni. Kapadokya MYO (Nevşehir) (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	68 68 51 51	68 68 51 26	245,35816 254,68757 238,50278 175,78956	1.733.971 1.534.902 1.736.433 Dolmadı
Antalya Belek Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	12 13 — —	12 13 — —	243,32127 236,77526 — —	1.766.511 1.850.719 Dolmadı —
Erzincan Binali Yıldırım Üni. Turizm ve Otelcilik MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	30 25 24 24	31 26 25 7	242,52628 233,82877 223,02583 174,34155	1.784.144 1.905.699 2.085.493 Dolmadı
Malatya Turgut Özal Üni. Kale Turizm ve Otel İşletmeciliği MYO (Devlet)	Turist Rehberliği	2024 2023 2022 2021	35 35 34 25	36 36 35 10	242,16562 241,4631 233,8376 193,28517	1.790.633 1.764.740 1.835.586 Dolmadı
İstanbul Nişantaşı Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (Ücretli)	2024 2023 2022 2021	1 1 — —	1 1 — —	238,22404 268,29098 — —	1.861.401 1.316.874 1.782.205 —
İstanbul Arel Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İÖ) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	25 25 20 42	25 25 20 10	224,40049 221,27496 217,12504 193,07247	2.115.478 2.149.067 2.230.971 Dolmadı
İstanbul Topkapı Üni. Plato MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	42 42 38 34	42 42 38 8	215,08549 230,59151 217,78992 189,37129	2.278.817 1.966.953 2.214.543 Dolmadı
İstanbul Gelişim Üni. İstanbul Gelişim MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İÖ) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	37 41 30 42	37 41 30 1	198,84553 210,40133 200,2155 176,44572	2.556.260 2.369.645 2.634.524 Dolmadı
İstanbul Gelişim Üni. İstanbul Gelişim MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	42 40 30 55	42 40 30 9	193,2938 215,19121 221,19766 175,7009	2.627.587 2.272.168 2.129.859 Dolmadı
İstanbul Aydın Üni. Anadolu Bil MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (İngilizce) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	63 59 51 45	63 59 51 34	193,04255 244,89091 229,08112 176,26227	2.630.525 1.703.449 1.942.118 Dolmadı
İstanbul Esenyurt Üni. MYO (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	17 17 20 34	17 17 20 0	191,46274 216,59034 197,44203 —	2.647.671 2.243.861 2.689.502 Dolmadı
Kıbrıs İlim Üni. Uygulamalı Bilimler MYO (Kktc-Girne) (Kktc)	Turist Rehberliği (İngilizce) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	18 19 20 13	16 13 6 0	185,77623 138,38543 173,56733 —	Dolmadı Dolmadı Dolmadı Dolmadı
İstanbul Arel Üni. Meslek Yüksekokulu (Vakıf)	Turist Rehberliği (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	25 25 25 41	24 25 25 4	172,77766 213,49753 212,36196 201,06247	Dolmadı 2.306.941 2.349.995 Dolmadı

Kaynak: 2021-2024-ÖSYS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 2'deki Turizm Rehberliği bölümüne ait veriler resmi kaynaklar olan ÖSYM ve YÖK Atlas sistemlerinden temin edilmiştir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye genelinde 48 üniversitede dört yıllık lisans düzeyinde Turizm Rehberliği programı bulunmaktadır. Turizm Rehberliği lisans programlarının taban puan ve başarı sıralamaları, üniversiteler bazında aşağıdaki tabloda sunulmuştur.
Tablo hem örgün öğretim hem de ikinci öğretim (akşam) programlarını kapsamaktadır, ayrıca 2024 yılında ikinci öğretim (akşam) programlarını kapatılmıştır (URL-1).
2025 Yılı Taban Puanları:
• En düşük taban puan: 231,62552
• En yüksek taban puan: 406,96486
2025 Yılı Başarı Sıralamaları:
• En düşük sıralama: 93.721
• En yüksek sıralama: 13.382

Tablo 2. Turizm Rehberliği Bölümü

Üniversite	Bölüm Adı	Yıl	Kont.[2]	Yer.	Taban Puan	Başarı Sıra
YAŞAR ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İZMİR) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (İngilizce) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	3+0+1+0+1 4+0+1+0+1 3+0 3+0	4 6 3 3	419,83758 426,15810 431,18460 395,54575	17.184 18.202 14.028 13.721
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİ. İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi (İSTANBUL) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Fakülte) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	3+0+0+0+1 5+0+1+0+1 5+0 5+0	4 5 5 5	405,69099 406,40289 400,86808 352,86774	22.298 25.750 23.555 26.520
AKDENİZ ÜNİ. Turizm Fakültesi (ANTALYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	55+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	58 52 52 52	402,99615 403,51540 391,92300 362,24193	23.320 26.882 26.690 23.539
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İSTANBUL) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	6+0+1+0+1 6+0+1+0+1 5+0 5+0	7 7 5 5	401,73805 408,28418 404,34969 359,24231	23.842 24.970 22.347 24.478
ANADOLU ÜNİ. Turizm Fakültesi (ESKİŞEHİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	45+2+0+2+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	47 41 41 41	393,9898 393,89136 389,11062 356,45474	27.028 30.880 27.680 25.369
EGE ÜNİ. Çeşme Turizm Fakültesi (İZMİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	55+2+0+0+0 55+2+0+2+0 55+2 55+2	57 57 57 57	391,96091 393,76034 382,79152 346,77124	27.841 30.940 30.003 28.461

[2]Kontenjan = Genel + Okul Birincisi + Şehit-Gazi Yakını + 34 Yaş Üstü Kadın + Depremzede Aday olarak verilmiştir.

İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İSTANBUL) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (Ücretli)	2024 2023 2022 2021	1+0+0+0+0 1+0+0+0+0 1+0 1+0	1 1 1 —	387,72874 304,80520 258,77663 Dolmadı	29.633 71.872 81.076 Dolmadı
İZMİR KATİP ÇELEBİ ÜNİ. Turizm Fakültesi (İZMİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	67 62 62 62	382,28696 385,98397 372,50306 336,09414	31.917 34.228 33.753 31.953
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİ. Turizm Fakültesi (MUĞLA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	30+1+0+1+0 30+1+0+1+0 30+1 30+1	31 31 31 31	380,3286 377,03966 359,85621 313,59879	32.800 38.078 38.486 39.134
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİ. Turizm Fakültesi (Kuşadası) (AYDIN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	53 52 52 52	373,54577 375,11100 362,93729 324,99083	35.872 38.893 37.318 35.490
AKDENİZ ÜNİ. Manavgat Turizm Fakültesi (ANTALYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	60+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	62 62 62 62	371,4179 373,70662 360,83476 325,39346	36.824 39.528 38.112 35.367
PAMUKKALE ÜNİ. Turizm Fakültesi (DENİZLİ) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	60+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	62 63 62 62	366,10075 361,43471 347,43213 308,22361	39.288 44.904 43.256 40.819
BALIKESİR ÜNİ. Turizm Fakültesi (BALIKESİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	69 62 62 62	356,93231 349,91313 338,94191 300,62394	43.629 50.135 46.632 43.228
MERSİN ÜNİ. Turizm Fakültesi (MERSİN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	60+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	62 62 62 62	354,01822 348,46069 337,79354 298,36891	45.041 50.805 47.068 43.957
KAPADOKYA ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (NEVŞEHİR) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (Burslu)	2024 2023 2022 2021	5+0+1+0+1 5+0+1+0+1 — —	6 6 — —	353,15665 362,76918 — —	45.462 44.307 — —
ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİ. Turizm Fakültesi (ANKARA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	69 64 62 15	348,47153 267,72339 265,10673 Dolmadı	47.796 689.235 705.210 Dolmadı
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİ. Turizm Fakültesi (BOLU) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	41 41 41 41	347,98178 341,97436 330,67113 286,43685	48.013 53.776 49.902 47.869

SELÇUK ÜNİ. Turizm Fakültesi (KONYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	30+1+0+1+0 30+1+0+1+0 30+1 30+1	31 31 31 31	340,41538 338,13787 320,54948 275,35116	51.755 55.516 54.026 51.629
ONDOKUZ MAYIS ÜNİ. Turizm Fakültesi (Bafra) (SAMSUN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	52 52 52 52	337,87443 332,88866 321,97845 279,76025	53.043 58.009 53.462 50.058
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİ. Turizm Fakültesi (NEVŞEHİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	54 52 52 52	337,28572 331,60572 312,15396 272,99469	53.313 58.607 57.539 52.462
SAKARYA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİ. Turizm Fakültesi (Sapanca) (SAKARYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	67 62 62 62	336,41155 330,44369 321,39719 279,74829	53.775 59.145 53.681 50.062
ERCİYES ÜNİ. Turizm Fakültesi (KAYSERİ) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	60+2+0+0+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	62 62 62 62	329,16454 320,27712 314,08966 263,09046	57.431 63.998 56.734 55.950
ISPARTA UYGULAMALI BİLİMLER ÜNİ. Turizm Fakültesi (Eğirdir) (ISPARTA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	45+2+0+2+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	47 42 41 41	327,84613 324,08273 315,10640 274,26282	58.127 62.105 56.290 51.996
AFYON KOCATEPE ÜNİ. Turizm Fakültesi (AFYONKARAHİSAR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	52 52 52 52	321,07171 318,52068 305,78364 261,40205	61.577 64.920 60.142 56.548
KIRKLARELİ ÜNİ. Turizm Fakültesi (KIRKLARELİ) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 40+1 40+1	52 52 41 41	318,64069 314,58080 305,18775 260,43210	62.799 66.898 60.377 56.879
YAŞAR ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İZMİR) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (İngilizce) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	20+0+0+0+0 24+0+0+0+0 18+0 18+0	20 24 18 16	317,78987 332,69514 298,59943 Dolmadı	63.233 58.110 63.128 Dolmadı
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİ. Turizm Fakültesi (KONYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	50+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	52 52 52 52	317,48128 310,75918 298,74213 253,45479	63.396 68.821 63.074 59.441

ZONGULDAK BÜLENT ECEVİT ÜNİ. Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi (ZONGULDAK) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	41 41 41 41	315,79753 306,25121 294,03384 241,80780	64.346 71.129 65.071 63.844
BİLECİK ŞEYH EDEBALİ ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Fakültesi (BİLECİK) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	41 41 41 41	311,21924 301,29707 277,76542 238,89599	66.831 73.668 72.200 64.955
SELÇUK ÜNİ. Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi (KONYA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	41 41 41 41	306,34051 299,20572 287,29448 241,40897	69.540 74.793 68.064 63.988
SİNOP ÜNİ. Turizm Fakültesi (SİNOP) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 60+2 60+2	67 63 62 62	303,21746 290,85764 275,40854 232,78232	71.272 79.368 73.254 67.185
KARABÜK ÜNİ. Safranbolu Turizm Fakültesi (KARABÜK) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	35+1+0+1+0 30+1+0+1+0 30+1 30+1	36 31 31 31	298,50231 301,91167 285,93261 241,04423	73.842 73.340 68.635 64.113
AKSARAY ÜNİ. Turizm Fakültesi (AKSARAY) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	45+2+0+2+0 40+1+0+1+0 40+1 40+1	47 41 41 41	297,43494 295,02714 284,34717 235,60145	74.438 76.997 69.314 66.159
İSKENDERUN TEKNİK ÜNİ. Turizm Fakültesi (HATAY) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	35+1+0+1+9 30+1+0+1+8 30+1 30+1	46 39 31 31	294,73428 291,66829 305,97981 246,87722	75.979 78.892 60.072 61.929
KASTAMONU ÜNİ. Turizm Fakültesi (KASTAMONU) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	65+2+0+2+0 60+2+0+2+0 50+2 50+2	67 62 52 46	289,5589 277,78525 263,19611 Dolmadı	79.016 86.588 78.915 Dolmadı
MARDİN ARTUKLU ÜNİ. Turizm Fakültesi (MARDİN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 30+1+0+1+0 30+1 30+1	41 32 31 31	280,22338 289,79498 270,86416 230,80377	84.373 79.977 75.327 67.863
ATATÜRK ÜNİ. Turizm Fakültesi (ERZURUM) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	100+3+0+0+0 100+3+0+3+0 100+3 30+1	103 103 103 31	279,22094 274,96020 265,54539 244,76882	85.020 88.181 77.834 62.732
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİ. Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu (ÇANKIRI) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul)	2024 2023 2022 2021	55+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	57 52 52 24	274,33712 266,28465 247,74988 Dolmadı	88.034 93.382 86.518 Dolmadı

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Fakültesi (KARAMAN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte) (Ermenek)	2024 2023 2022 2021	35+1+0+1+0 — — —	36 — — —	267,83547 — — —	92.108 — — —
GÜMÜŞHANE ÜNİ. Turizm Fakültesi (GÜMÜŞHANE) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	55+2+0+2+0 50+2+0+2+0 50+2 50+2	57 52 52 32	262,02687 259,70955 252,34154 Dolmadı	95.752 97.433 84.264 Dolmadı
HARRAN ÜNİ. Turizm Fakültesi (ŞANLIURFA) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	45+2+0+2+11 40+1+0+1+10 40+1 40+1	58 51 41 26	258,18039 262,02100 243,98657 Dolmadı	98.284 96.014 88.401 Dolmadı
BATMAN ÜNİ. Turizm Fakültesi (BATMAN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	40+1+0+1+0 35+1+0+1+0 35+1 —	41 36 36 —	256,24001 254,79359 243,40957 —	99.550 100.539 88.683 —
ADIYAMAN ÜNİ. Turizm Fakültesi (ADIYAMAN) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte)	2024 2023 2022 2021	45+2+0+2+11 40+1+0+1+10 40+1 40+1	58 51 41 25	254,06151 257,44643 257,09595 Dolmadı	100.994 98.892 81.875 Dolmadı
YAŞAR ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İZMİR) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (İngilizce) (Ücretli)	2024 2023 2022 2021	3+0+0+0+0 4+0+0+0+0 2+0 2+0	3 4 2 1	211,81167 293,96280 276,88324 Dolmadı	131.606 77.578 72.629 Dolmadı
ANADOLU ÜNİ. Turizm Fakültesi (ESKİŞEHİR) (Devlet)	Turizm Rehberliği (Fakülte) (KKTC Uyruklu)	2024 2023 2022 2021	1+0+0+0+0 1+0+0+0+0 1+0 1+0	— — 1 —	Dolmadı Dolmadı 327,93416 Dolmadı	Dolmadı Dolmadı 51.026 Dolmadı
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİ. İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi (İSTANBUL) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Fakülte) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	17+0+0+0+0 34+0+0+0+0 25+0 31+0	16 19 25 15	Dolmadı Dolmadı 253,53777 Dolmadı	Dolmadı Dolmadı 83.671 Dolmadı
İSTANBUL NİŞANTAŞI ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (İSTANBUL) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	40+0+0+0+0 35+0+0+0+0 27+0 24+0	26 35 27 16	Dolmadı 293,50965 261,92601 Dolmadı	Dolmadı 77.863 79.528 Dolmadı
KAPADOKYA ÜNİ. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (NEVŞEHİR) (Vakıf)	Turizm Rehberliği (Yüksekokul) (%50 İndirimli)	2024 2023 2022 2021	34+0+0+0+0 25+0+0+0+0 — —	24 25 — —	Dolmadı 192,57840 — —	Dolmadı 140.760 — —

Kaynak: 2021-2024-ÖSYS Yerleştirme Sonuçlarına İlişkin Sayısal Bilgiler kullanılarak oluşturulmuştur

BULGULAR ve TARTIŞMA

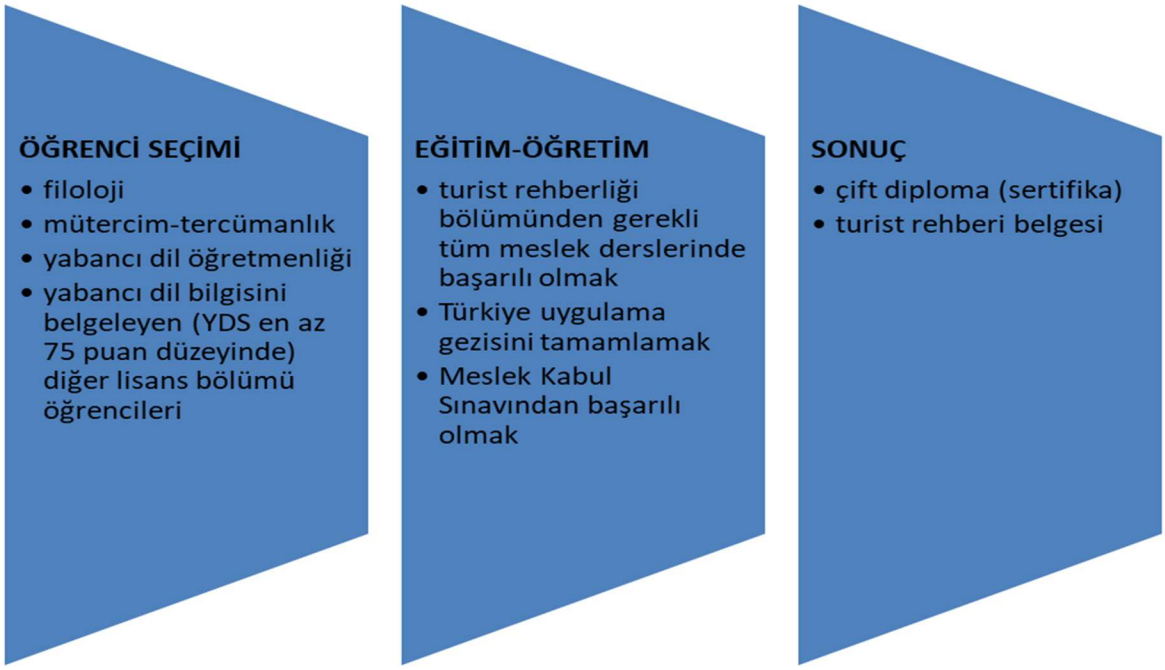
Turist Rehberliği ön lisans programı ve Turizm Rehberliği lisans bölümü olan talebin, ülkenin turizm potansiyeli ve sektörün ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiği görülmektedir. Programlar arasındaki puan farklılıkları, eğitim kalitesi ve mezunların kariyer olanakları konusunda önemli göstergeler sunmaktadır. Veriler, 2021-2024 akademik yılı ÖSYM yerleştirme sonuçlarına göre güncel olarak derlenmiştir. Taban puanlar ve sıralamalar, üniversitelerin bulunduğu şehirler, programın eğitim kalitesi ve mezunların istihdam oranları gibi faktörlere bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Fakat ideal bir aday seçme ölçütü, yabancı dil bilgisini ölçen yazılı sınav (YDS), mesleğe yatkınlığı olan bir lisans bölümünde eğitim görmesidir. Mevcut rehberlik programına giriş koşulları, üniversite sınavına girip istenilen puan türünden belirli bir puan almak ve belirtilen koşullara uygun olmaktır. Yapılan sınavlarda başarılı öğrencileri mevcut programa alamadığınız için, öğrenci 2 veya 4 yılın sonunda istenilen seviyeye, yani turist rehberi olabilecek düzeye ulaşamayacak ve doğal olarak turizmin farklı alanlarına yönelmek zorunda kalacaktır (Günay & Akıncı, 2017: 13-15). Turizm alanında yabancı dilde eğitim yapmanın, daha önce de belirttiğimiz gibi, yabancı dili geliştirdiği ve eğitimin niteliğini artırdığı görüşü savunulmaktadır. Bunun kısmi doğruluk payı olabilir; lakin yabancı dil eğitimi genellikle İngilizce ve bazı üniversitelerde Almanca, Arapça ve Rusça dillerinde yapılmaktadır. Turist rehberi ihtiyacımız sadece bu dillerle sınırlı değildir. Temel dillerde eğitime geçilirse, nadir dillerde yabancı dil eğitimi nasıl sağlanacaktır? Ülkemize gelen turistler sadece İngilizler, Ruslar, Araplar veya Almanlar değildir (URL-2). Bu uygulamada dikkat edilmesi gereken konu, ülkede genel bir standart sağlanmasıdır. Bu soruna çare olabilmek için, 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu gereğince hazırlanan Meslek Yönetmeliği'nin "Tanımlar" başlıklı 3'üncü maddesinin (r) bendi gereğince; rehberlik bölümü öğrencileri ile mezunlarına yönelik olarak 'Yabancı Dil Seviye Tespit Sınavı', "Dil Ekleme Sınavı" başlıklı 18'inci maddesi gereğince ise ruhsatnamelerine yeni bir dil eklemek isteyen turist rehberlerine yönelik olarak 'Dil Ekleme Sınavı' yapılabilmektedir. Bu durumda, herhangi bir yabancı dilde eğitim yapılması çok anlamlı değildir. Ayrıca, çok iyi bilinmeyen veya kullanılmayan bir yabancı dilin öğrencinin düşünce yeteneğini sınırlandırması nedeniyle eğitim düzeyi zayıflayabilir. Temel eğitimden önce yabancı dil eğitimi veya temel dersleri aksatmayacak şekilde yoğun mesleki yabancı dil derslerinin olması yararlı olabilir; lakin hangi yabancı dili öğreteceksiniz? Ayrıca, Gürsoy & Akgöz'ün 2014 yılında yaptıkları bir araştırmada, turizm bölümlerinde yabancı dil eğitimi alan öğrencilerin hepsinin aynı istek ve kararlılığı göstermediği vurgulanmakta ve dolayısıyla turizm eğitimi içerisinde yabancı dil öğretiminin ne kadar sıkıntılı bir süreç olduğu bir kez daha görülmektedir. Siyasi ve politik nedenlerle gelişen olaylar itibarıyla bazı ülkelerle ilişkiler olumlu veya olumsuz gelişebiliyor; bu da ihtiyaç duyulan yabancı dil arz-talep dengesini kısa sürede değiştirebiliyor (Abay, 2016). Turist Rehberliği Bölümü'nde yoğun yabancı dil dersleri, zaten yoğun olan rehberlik eğitimine eklenince, daha önce de bahsetmiş olduğumuz turist rehberliğine yerleşen öğrencilerin başarı ve puanları dikkate alındığında, öğrencilerin mezuniyet süresini uzatacak ve başarı oranını düşürecektir. Batman'ın 2000'de yaptığı araştırmalarda, turist rehberliğine gelen öğrencilerin %90'ının yabancı dil bilmediği ya da yetersiz olduğu görülmüştür. Yabancı dil bilmeyen ve düzenli ders çalışma alışkanlığı olmayan bir kişiye bir yılda veya yoğun dil dersleriyle ne kadar yabancı dil öğretebilirsiniz? Bunun kanıtlarını, üniversitelerimizin turist rehberliği programlarında 2024 yılına kadar görmek mümkündür. 2024 yılının yaz aylarında yapılması planlanan eğitim turlarının gerçekleşememesi, Turist Rehberliği Ruhsatnamesi almaya hak kazananların sayısının yok denecek kadar az olmasının bir göstergesidir.

Piyasada, üniversiteyi bitirmiş olduğu halde yabancı dil barajını aşamamış ya da yabancı dil bilmeyen çok sayıda rehber adayı bulunmaktadır. Bu sorun, Turist Rehberleri Odaları Birliği tarafından, Turizm Rehberliği Meslek Yönetmeliği'nin 7 Kasım 2024 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanmasıyla birlikte Türkçe rehberlik faaliyetleri ile giderilmiştir. Bu bağlamda Üniversiteler yabancı dil eğitimi konusunda zorlanırken, mevcut Turist Rehberliği programları kadro bakımından yabancı dile mi yoksa mesleki derslere mi odaklanacaktır? Bu sorunun çözümü sadece yeni bir eğitim modeli ile mümkün olacaktır. Turist Rehberliği mesleği, büyük bir bilgi ve kültür donanımı ve birikimi gerektirmektedir. Bu bilgiler, kapsamlı ve düzenli bir eğitimle kazanılabilir. Üniversitelerde verilen turist rehberliği eğitiminin birçok olumlu yönü bulunmaktadır. Lakin daha önce de belirtildiği gibi, yabancı dil derslerindeki başarı oranının %10 seviyesinde kalması ve şimdiye kadar genellikle tek bir dil üzerine (İngilizce) odaklanılması, büyük bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Turizm Çalıştayı Raporu, 2023:262). Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinde verilen yabancı dil eğitiminin, filoloji, mütercim-tercümanlık veya yabancı dil öğretmenliği bölümlerinde verilen eğitim kadar yoğun, kaliteli ve verimli olmayacağı kesindir. O halde, yeni bir turist rehberliği eğitim modelinin önerilmesi isabetli olacaktır. Bu eğitim modeli: Turizm Rehberliği Bölümü mezunları dışında sadece Üniversitelerin filoloji, mütercim-tercümanlık ve yabancı dil öğretmenliği bölümlerinde, Yabancı Dil Bilgisi Seviye Tespit Sınavı **YDS**'den alınan ve ilgili mevzuatla belirlenen geçerlilik süresini yitirmemiş en az 75 puan düzeyinde veya bu puana denkliği ÖSYM tarafından kabul edilen eşdeğer belgeye sahip olanların Üniversitenin diğer bölümlerinde (Arkeoloji, Sanat Tarihi, Tarih, İlahiyat, Orman Mühendisliği, Biyoloji, Sağlık Yönetimi, Filoloji, Coğrafya vb.) okuyan veya mezun olmuş öğrencilerin, kış-yaz tatillerinde Türkiye uygulama gezilerine katılmaları ve Meslek Kabul Sınavı'nda başarılı olmaları koşuluyla turist rehberi olmalarını öngörmektedir.

Turizm Rehberliği Bölümü Sertifika Programında Önerilen Meslek Dersleri:

a) Genel Turizm Bilgisi ve Turizm Mevzuatı
b) Meslek Etiği ve Turist Rehberliği
c) Türkiye'nin Tarihi ve Turizm Coğrafyası
ç) Genel Türk Tarihi ve Kültürü
d) Türk Dili ve Edebiyatı
e) Arkeoloji
f) Mitoloji
g) Sanat Tarihi, İkonografi
ğ) Dinler Tarihi
h) Genel Sağlık Bilgisi, İlk Yardım, Sağlık Turizmi, Turist Sağlığı
ı) İletişim Becerileri
i) Anadolu Medeniyetleri Tarihi
j) Türk Halk Bilimi Ve Geleneksel Türk El Sanatları
k) Türkiye'nin Flora Ve Faunası, Doğa Tarihi
l) Turizm Sosyolojisi
m) Müzecilik

Şekil-1. Turist Rehberliği Eğitiminde Yeni Eğitim Modeli



Yeni Modele Başvuru ve Kabul

•Öğrenciler, bir dilekçe ve önceki dönemlerden başarısız dersi bulunmadığını gösterir (öğrenci işlerinden alacağı bir belge) veya lisans diploması ile birlikte ilgili turizm rehberliği bölümü sertifika programının bulunduğu dekanlığa başvurur.

• Sertifika programının bulunduğu bölüm kurulu, sertifika programına başvuran öğrencilerin durumunu değerlendirerek (yabancı dil durumu, muafiyet, uygunluk vs.), programa kabul edilen öğrencileri yabancı dil ihtiyaca göre belirlenen kontenjan sayısı kadar not ortalaması ve başarı sırasına göre asil ve uygun sayıda yedek öğrenci ile birlikte duyurur.

• Programa kabul edilen öğrencilerin sertifika programındaki danışmanları ile sertifika program koordinatörü, öğrenci ile bir araya gelerek, sertifika programında önerilen dersler içerisinden öğrencinin alacağı dersleri kararlaştırırlar ve bir sertifika kayıt protokolü imzalarlar.

• Öğrenci, sertifika programındaki danışmanı ve sertifika program koordinatörü ile birlikte içinde bulunduğu dönem itibarıyla çift sertifika ders kayıt formu doldurur. Sertifika ders kayıt formu aktif öğrencilerde her iki bölüm başkanı tarafından da onaylanır. Sertifika ders kayıt formları toplu halde, sertifika koordinatörü tarafından sertifika programının bulunduğu fakülte öğrenci işleri bürosuna teslim edilir. Öğrencinin sertifika programında otomasyon sistemine kaydı öğrenci işleri tarafından yapılır. (Öğrencilerin bulundukları yarıyılda alacağı sertifika derslerinin anadal programındaki dersler ile çakışmaması için anadal derslerinin hafta sonları ve/veya hafta içi akşamları yapılması tavsiye edilir ve ders kaydı yapılırken buna dikkat edilmesi gerekir)

• Öğrencilerimizin derslere devamlarının takibi (yüz yüze/çevrimiçi), ilgili üniversitenin Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'ne uygun olarak yapılır.

• Öğrencilerin sertifika programındaki başarısı, anadal programından bağımsız olarak ilgili üniversitenin Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği hükümlerince belirlenir. Sertifika dönem ağırlıklı not ortalaması ve sertifika genel ağırlıklı not ortalaması, sertifika programında aldığı derslere göre belirlenir. Her dönemin sonunda sertifika programı için öğrenciye ayrı karne verilir.

• Anadal programından mezuniyet hakkı elde eden ve sertifika programını da tamamlayan öğrenciye sertifika ve diploması verilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

- Turizm Rehberliği bölümü dışındaki öğrenciler ÖSYM sınavıyla programa kayıt olmayacak, başarılı ve turist rehberi olmak isteyen öğrenciler sertifika programına kabul edilecek
- İş bulmakta zorlanan Fen-Edebiyat Fakültesi, Eğitim Fakültesi ve Yabancı Dil Yüksekokulu öğrencilerine istihdam imkânı sağlanacak
- Yabancı dili iyi olan diğer tüm bölüm öğrencileri için yeni kariyer fırsatları oluşacak
- Turist rehberliği bölümlerinin farklı dillerde eğitim verme yükü azalacak, yüksek maliyet ve zaman kaybı önlenecek
- Nadir konuşulan diller için kolayca turist rehberi temin edilebilecek
- Tüm turist rehberleri farklı alanlarda uzmanlaşmış üniversite mezunları olacak
- Turist Rehberleri, yabancı dilde yetkin ve ilgili kültürlere hâkim kişilerden oluşacak
- Turist Rehberliği eğitimi ulusal standartlara kavuşacak (Bakanlık sertifika programlarına gerek kalmayacak, ön lisans programları kademeli olarak kapatılacak, sadece lisans diplomalı veya bölüm sertifikalı kişiler turist rehberi olabilecek, eğitimler sadece üniversitelerin merkez yerleşkelerinde verilecek
- İhtiyaca göre dil bazlı kontenjanlar belirlenecek, rehber fazlalığı/eksikliği sorunu çözülecek
- Tüm mezunlar için iş garantisi sağlanacak

KAYNAKLAR

7 Haziran 2012 tarih ve 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu, Yayımlandığı Resmi Gazete 22.06.2012 Sayı 28331, Yayımlandığı Düstur Tertip:5 Cilt:52.

Abay, E. G., (2016). Putin'den Türkiye'ye yönelik turizm kısıtlamalarının kaldırılması talimatı, Anadolu Ajansı, 29.06.2016. https://www.aa.com.tr/tr/dunya/putinden-turkiyeye-yonelik-turizm-kisitlamalarinin-kaldirilmasi-talimati/599845 (E.T. 15.04.2025).

Ahipaşaoğlu, S. (1997). Türkiye'de Turist Rehberi Gereksinimi. Nevşehir Turizm İşletmecilik Ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV: Türkiye'de Turizmin Gelişmesinde Turist Rehberin Rolü, Nevşehir Erciyes Üniversitesi Matbaası.

Ahipaşaoğlu, S. (2002). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitimin Rehber Gereksinimine Uygun Olarak Planlanması, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 11-13 Aralık, Ankara.

Akgöz, E. & Gürsoy, Y. (2014). Turizm Eğitiminde Yabancı Dil Öğrenme, İstek ve Kararlılıkları: Selçuk Üniversitesi Beyşehir Örneği, *Journal of Tourismus and Gastronomy Studies*, 5, 21-29.

Akmel, J. (1992). Turist Rehberliğinde Üniversite Eğitimi, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 9-12 Aralık, Ankara.

Arıbaş, S. & TOK, H. (2008). Avrupa Birline Uyum Sürecinde Yabancı Dil Öğretimi, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (15), 205-227.

Batman, O. & YILDIRGAN, R. & DEMİRTAŞ, N. (2000). Turizm Rehberliği, Değişim Yayınları, Adapazarı.

Çakmak, T. F. (2013). Turist Rehberliği Yabancı Dil Sorunu – 2, http://www.turizmhaberleri.com/koseyazisi.asp?ID=2313, (E.T. 29.1.2016).

Çakmak, T. F. (2013). Turist Rehberliği Yabancı Dil Sorunu – 1, http://www.turizmhaberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=2311, (E.T. 29.1.2016).

Çokişler, N. (2021). Turist Rehberliği Mevzuatının Tarihsel Değişimi, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm araştırmaları Dergisi,* 6 (1), 17-28.

Davras, G. M. & Bulgan, G. (2012). Meslek Yüksekokulu (MYO) Öğrencilerin İngilizce Hazırlık Eğitimine Yönelik Tutumları: Isparta; MYO Turizm ve Otel İşletmeciliği Örneği, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13 (2), 227-238.

Günay, İ. & Akıncı, Z. (2017). Turizmde Sürdürülebilirlik Açısından Öğrencilerin Sektöre Karşı Tutumlarının Mezuniyet Sonrası Kariyer Planlaması Ve Seçimine Etkisi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (20), 1-19.

Gündüz, S. (2002). Turist Rehberliği Eğitimi ve Üniversitelerle Turizm Bakanlığı Arasındaki Koordinasyona Yönelik bir Model Önerisi, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 11-13 Aralık, Ankara.

http://www.tureb.org.tr/ (E.T. 18.11.2024).

https://www.osym.gov.tr/TR,29437/hafta-sonu-3-milyondan-fazla-aday-yksye-girecek-03062024.html#:~:text=%C3%96SYM'den%20yap%C4%B1lan%20a%C3%A7%C4%B1klamaya%20g%C3%B6re,ise%20233%20bin%20389%20aday (E.T.13.02.2025).

https://www.osym.gov.tr/TR,29524/2024-yks-sonuclari-aciklandi-16072024.html#:~:text=Ersoy%2C%20Yabanc%C4%B1%20Dil%20Testine%20(YDT,294%20aday%C4%B1n%20s%C4%B1nava%20girmedi%C4%9Fini%20aktard%C4%B1 (E.T.13.02.2025).

Kuşluhan, S. & ÇEŞMECİ, N. (2002). Türkiye'de Turist Rehberliği Eğitiminin Sorunları ve Yeniden Yapılandırılması, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 11-13 Aralık, Ankara.

Ozbay, R. (2002). Turist Rehberliği Eğitimin Nereye?, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 11-13 Aralık, Ankara.

Selçuk Üniversitesi Senatosunun (2020). 2020-01 sayılı karar, Selçuk Üniversitesi Yandal Programı Yönergesi.

Selçuk Üniversitesi Senatosunun (2023). 2023-131 sayılı karar, Selçuk Üniversitesi Çift Anadal Programı Yönergesi.

Turizm Çalıştayı Raporu, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 4319, Turizm Fakültesi Yayın No:15, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir.

URL-1, (2024). https://tr.euronews.com/2024/07/11/yok-baskani-devlet-universitelerinde-ikinci-ogretim-programlarinin-kaldirildigini-acikladi (E.T. 01.03.2025).

URL-2, (2025). https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html (E.T. 10.03.2025).

Yenen, Ş. (2002). Turist Rehberi Eğitiminde Niteliksel ve Niteliksel Planlama Turizm Bakanlığı Yüksek Öğretim Kurumu ve Meslek Kuruluşu Arasındaki İşbirliğinin Önemi, T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Konferans Workshop 11-13 Aralık, Ankara.

Yılmaz, İ. (2021). Osmanlı'da turizmin Doğuşu ve Gelişimi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23 (3), 1149-1158.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

EVALUATING THE IMPACT OF STEAM-ASSISTED COOKING ON BREAD AND MEAT QUALITY

Tuğçe ÜNALAN YILMAZ
Eskişehir Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts
ORCID: 0009-0001-8305-2230

Dr. Rabia Berna DEMİREL
Eskişehir Technical University, Faculty of Science, Department of Cemisrty
ORCID: 0009-0001-8256-7822

Damla EVRENDİREK
Eskişehir Şehit Hasan Önal Vocational Technical and Anatolian High School, Department of Cooking
ORCID: 0009-0009-2885-2559

Abstract
With advancing technology and the rise of diverse dietary trends, new techniques are emerging in food processing. One such method is steam-assisted cooking in ovens. This technique involves using steam alongside traditional heating elements during cooking. The primary goal of steam cooking is to enhance the color, texture, and flavor of food. This feature used in bakery and meat products to improve the surface shine, crust color, internal texture and food quality.
The aim of this project is to observe the effect of steam in the oven on bread and meat quality. Firstly, the most appropriate heater combination, temperature, cooking shelf level, water amount and water loading intervals for each food type were determined.
After establishing humidity profiles in empty ovens using various cooking parameters and different water quantities/loading intervals, the steam effect on food was validated.
During this phase, the L (lightness), a*, and b* values of all baked bread samples were measured, focusing on lightness and browning levels. Breads were evaluated based on these measurements, and steam effect levels were determined using a pre-established visual reference table. The results showed that as steam levels increased, more pronounced color changes occurred, producing darker and shinier crusts compared to bread baked without steam. Additionally, higher steam levels contributed to the formation of a crunchier outer crust, achieving a texture more preferred by consumers.
Additionally, weight loss, browning level, and juiciness were evaluated in different types of meat cooked with and without steam. In tests conducted on both low and high connective tissue meat cuts, steam did not demonstrate a significant positive effect. On the contrary, in some cases, meats cooked without steam reached the target core temperature more quickly and exhibited lower mass loss. Further research is needed to support and expand upon these findings.
Keywords: steam assisted cooking, bread, meat, food quality

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMY AS A DRIVER OF TOURISM: BRIDGING CULTURES THROUGH CULINARY EXPERIENCES

Dio Samudra
UIN KH. Abdurrahman Wahid

Abstract
Gastronomy has increasingly become a significant driver of tourism, serving not only as a medium for culinary enjoyment but also as a cultural expression that shapes and reflects the identity of destinations. This study examines the interconnection between gastronomy, tourism, and cultural heritage by analyzing the impact of local cuisine on tourist behavior and destination branding. Through a qualitative approach that includes interviews with tourists, local chefs, and cultural experts, the research uncovers how traditional foods function as tools for storytelling and cultural preservation. The findings reveal that culinary experiences are a major motivator for travel, with tourists actively seeking authentic food-related activities such as cooking classes, local food festivals, and traditional dining experiences. Additionally, the study explores how gastronomic tourism contributes to the local economy by supporting small businesses and promoting sustainable food practices. The integration of culinary elements into tourism strategies not only enhances visitor satisfaction but also strengthens cultural pride among host communities. The research underscores the need for collaboration between tourism authorities and culinary stakeholders to design immersive, educational, and culturally rich food tourism experiences. By positioning food as a bridge between cultures, this study advocates for the strategic development of gastronomy tourism as a sustainable and meaningful form of travel that benefits both visitors and residents.
Keywords: Gastronomy, Tourism, Culture, Food

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS: TÜRKIYE AND THE CLOSE RELATIONSHIP WITH SUSTAINABILITY PRINCIPLES

Habil. Cristina Raluca Gh. Popescu
University of Bucharest, Bucharest, Romania and The Bucharest University of Economic Studies
ORCID: 0000-0002-5876-0550

Abstract
The United Nations World Tourism Organization is profoundly connected to the pillars of sustainable tourism, accentuating the importance of the Sustainable Development Goals by fostering tourism policy and governance, economic performance, employment opportunities, poverty reduction, social inclusion, and the sustainability of cultural and natural environment. Also, since 1988, the Turkish Tourism Investors Association, as a very strong private non-governmental initiative, is keen, on the one hand, in bringing together entrepreneurs in the tourism sector, and, on the other hand, in offering them creative, innovative, and sustainable solutions for their problems and future development plans. The research tackles the immense impact of gastronomy culture and tourism in supporting the Global Goals, highlighting the way in which gastronomy tourism enriches the cultural destinations in Türkiye and plays a crucial role in achieving the Sustainable Development Goals by preserving traditions, supporting economic development and growth, aiding local communities to prosper, and promoting authentic experiences. The in-depth systematic literature review emphasis the contribution of food tourism to the pillars of sustainable development by addressing environmental, economic, and social-cultural issues. Likewise, consumer behavior and food safety practices are addressed in a qualitative research focused on people's experiences, perceptions, and behaviors. The outcomes point out that Türkiye is perceived as a pioneer in the gastronomy tourism and one of the leading countries in gastronomy domain, having a powerful food culture as well as major advantages derived from the climate, culture, natural structure, and geographical characteristics. Additionally, findings emphasize that tourism in Türkiye can spur sustainable agriculture as well as the full integration of the tourism value chain. Statistics show that Türkiye is expected to increase the income from gastronomy tourism and reach 25 billion dollars in 2025.
Keywords: Türkiye; Sustainable Tourism; Gastronomy Culture; Food Safety; Tourism Destination Marketing; Efficiency; Qualitative Growth; Local Culture; Sustainable Rural Development Goals; Environmentally-Conscious.

BASIL (OCIMUM BASILICUM): A CULINARY HERB WITH THERAPEUTIC POTENTIAL AND NUTRITIONAL EXCELLENCE

Aliza Naeem
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Bushra Niaz
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Farhan Saeed
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Muhammad Bilal Hussain
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Muhammad Afzaal
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Abstract
Basil- Ocimum basilicum: This is a valuable herb that belongs to the Lamiaceae family, which is popular not only for its culinary usage but also for its health benefits. The nutritional composition, medicinal properties, and different applications of basil leaves are discussed in this review. The basil leaves are established as a functional food due to their rich content of essential vitamins, minerals, and phytochemicals. Nutritional analysis shows that basil contains vitamins A and C, calcium, iron, and other beneficial compounds that include flavonoids and essential oils. The article additionally examines the therapeutic advantages of basil, emphasizing its properties as an antioxidant, antimicrobial, and anti-inflammatory, supported by contemporary scientific research. Historical applications in diverse cultures, especially within Ayurveda and Traditional Chinese Medicine, highlight basil's enduring significance in holistic health practices. Apart from the health-related benefits, this research discusses the culinary importance of basil and its crucial role in many dishes in different global cuisines. In the recent past, basil has been combined with new recipes for modern culinary applications and functional foods. Our findings highlight basil as both a delicacy and medicine, thus raising the possibility that it can have positive impacts on health if consumed more frequently. Conclusion We finally mention areas in which research is more urgently needed and propose future studies for further exploration of what basils have to say about nutrition and health.
Keywords: Phyto-nutrient Powerhouse**,** Holistic Wellness Herb**,** Culinary-Pharma Fusion**,** Bioactive Synergy**,** Future-Forward Superfood

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ROOTED IN FLAVOR: BUILDING RESTAURANT BRANDS THROUGH STORIES OF CULINARY HERITAGE

GRAA Amel
Djillali Liabes University, Faculty of Economic and Business, Business Department
ORCID: 0000-0002-9593-2446

DIOUANI Hela
Djillali Liabes University, Faculty of Economic and Business, Business Department
ORCID: 0000-0002-0268-6769

ABSTRACT
Building restaurant brands through culinary heritage is highly relevant today for several reasons, as it taps into cultural identity, consumer preferences, and market trends that are increasingly shaping the food industry. Culinary heritage allows restaurants to tell compelling stories about their origins, ingredients, techniques, and family traditions. These narratives create emotional connections with customers and differentiate the brand in a crowded marketplace. The primary objective of this research paper is to explore how restaurants can effectively leverage culinary heritage—through storytelling—to build stronge and distinctive brands. The study aims to understand the impact of culinary heritage on consumer perception, brand loyalty, and market differentiation, while also examining the role of storytelling as a tool to connect with customers emotionally and culturally. This study focuses on analyzing the digital content of 10 restaurants that explicitly incorporate elements of culinary heritage into their branding. The selected restaurants represent a diverse range of cuisines, regions, and scales, ensuring a comprehensive exploration of how culinary heritage is communicated and leveraged in the modern food industry. The content analyzed covers various platforms, including restaurant websites and social media pages (e.g., Instagram, Facebook), and was collected from publicly available sources. Patterns were identified by comparing the frequency and prominence of specific themes and strategies across the sample. Family recipes received mention in 80% of websites and 60% of social media posts but regional pride elements appeared in both 70% of menus and 90% of Instagram captions. The visual evaluation of these materials displayed the incorporation of handcrafted ceramics as well as other cultural symbols in Mediterranean restaurants. Culinary heritage stands strategically vital for restaurant brand development through research which identifies effective communication practices for cultural heritage exposure to customers.
Keywords: Branding; Content marketing; Culinary heritage; Storytelling; Restaurant.

1. INTRODUCTION
The current consumption culture which values authenticity above all else makes storytelling at restaurants the most fundamental branding tool. Food heritage embedded within social customs and historical background and local techniques provides restaurants the chance to form emotional connections with their target audience. Restaurateurs need to establish their brands through culinary heritage because it meets the rising market need for authentic cultural dining experiences (Kolar & Zabkar, 2010). Restaurants should use their heritage to build distinctive marketing stories that beat competitors and establish stronger relationships with clients.

Modern restaurant branding achieves its importance through the combination of authenticity together with cultural identity recognition. Marketers find their target audience looking for brands which present authentic values and traditional elements instead of superficial marketing approaches (Orth, Camilleri, & Belanche, 2012). Restaurants using their traditional culinary heritage through ancestral methods or heritage elements or focusing on local pride create better connections with trendsetting customers. Societal preference changes toward sustainable business practices create a market opportunity for establishments to use culinary heritage as fundamental brand distinctiveness and client attachment (Hobsbawm & Ranger, 1983).

The research investigates proper methods for restaurants to utilize culinary heritage storytelling in creating unique branded identities. Specifically, the research seeks to address the following questions:

1. How can culinary heritage stories enhance restaurant branding?
2. What role does culinary heritage play in customer loyalty and brand recognition?
3. How can restaurants effectively communicate their culinary heritage story across various platforms?

To answer these questions, this paper examines the digital content of ten restaurants that explicitly incorporate elements of culinary heritage into their branding. The analysis spans multiple platforms, including websites, social media, and menus, to identify patterns and strategies in storytelling. By understanding how these establishments communicate their cultural roots, this study provides actionable insights for restaurateurs seeking to strengthen their brand identity through heritage.

The structure of this paper is as follows: The literature review explores existing research on storytelling, culinary heritage, and consumer behavior, laying the theoretical foundation for the study. The methodology section outlines the qualitative content analysis approach used to examine the selected restaurants' digital content. The sections involve results followed by discussions that explain important discoveries related to restaurant branding applications. At the study's conclusion the authors summarize its contributions and list following research paths. The combined sections evaluate how culinary heritage influences the development of restaurant branding for future use.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Brand Building in the Restaurant Industry

In the competitive restaurant market customer loyalty remains essential so branding acts as a vital success strategy. The process of branding necessitates the development of special identity characteristics which connect with consumers and differentiate businesses from their market competitors according to Kotler et al. (2010). Hospitality brands use success-oriented strategies by emphasizing both physical and quality service experiences together with new menu introductions. The restaurants which succeed at developing strong brands achieve their goal through delivering uniformity and catalyzing emotional attachment while ensuring meaningful brand-value alignment (Aaker, 1996).

The brand recognition beyond recognition builds two things: trust and loyalty through value perception (Keller, 2003). Multiple research studies demonstrate that the hospitality industry puts increasing emphasis on storytelling as an essential branding strategy. Business narratives concerning restaurant beginnings and beliefs and life callings produce emotional connections that stick in people's minds according to Woodside et al. (2008).

2.2.Culinary Heritage as a Branding Tool

Restaurant establishments leverage culinary heritage as a forceful brand tool through which they establish their authenticity to reflect traditional heritage. The definition of cultural heritage according to Hobsbawm and Ranger (1983) describes cumulative practices and traditions together with age-old knowledge that people share generation to generation to build identity and belonging. Restaurant culinary heritage provides customers with historical enjoyment through their traditional food selection. Per Kolar and Zabkar (2010) the authentication of brands with cultural origins leads customers to develop increased trust and loyalty to these brands.

The movements recognize regional food elements together with traditional recipes and sustainable farming methods which correspond to modern consumer interests like preserving nature and maintaining cultural features (Sims, 2009). The labeling of restaurants as farm-to-table displays their practice of using locally grown produce which establishes a bridge between eaters and the land and its historic agricultural practices. Restaurants that specialize in ethnic cuisines present information about their cultural roots to boost their market authenticity and distinctiveness.

2.3. Consumer Behavior and Storytelling

The fashion industry heavily depends on storytelling methods to control how consumers view products and their need to buy products especially when strong emotional connections drive purchasing decisions in the hospitality field. The fundamental element of branding storytelling revolves around authenticity. In traditional marketing theory (Beverland, 2005), the authenticity quality describes how customers evaluate the true nature of a brand together with its products and branding design. According to Orth et al. (2012) authenticity becomes associated with consumer perceptions of open disclosure as well as expert touchstone workmanship and traditional law observance—three elements that storytelling effectively shows. Restaurants can improve brand credibility and customer relationships by sharing historical information about family recipes together with cultural techniques and regional traditions.

3. METHODOLOGY

3.1. Research Approach

The research employs content analysis as a qualitative method to examine restaurant branding methods that use culinary heritage. Research using qualitative methods is the ideal approach because it helps researchers explore deeply the narratives alongside cultural themes which drive restaurant branding (Bryman, 2016). Content analysis allows researchers to study branding elements by performing systematic evaluations of data regarding texts and images to find patterns which show culinary heritage usage (Krippendorff, 2018).

The research studies ten prominent restaurants that use traditional culinary backgrounds as key elements in their restaurant branding strategies. Multiple business case studies deliver extensive details about how various traditional eating practices operate in modern food service companies today. The study opts for multiple case investigations across distinct cuisines and regions to produce detailed research about the topic while recognizing variable cultural situations and branding approaches.

3.2. Data Collection

This research includes ten restaurants that come from varied geographic regions and culinary customs to achieve worldwide culinary representation.

These restaurants showcase their culinary heritage explicitly through branding thus making them suitable for this research. The following list shows the restaurants which will be studied:

Table 1. Sample characteristics

Restaurant name	**Location**	**Culinary heritage**
Noma	Copenhagen, Denmark	Nordic cuisine
Osteria Francescana	Modena, Italy	Italian gastronomy
Gaggan	Bangkok, Thailand	Indian cuisine with Thai influences
Central	Lima, Peru	Peruvian biodiversity
D.O.M.	São Paulo, Brazil	Brazilian Amazonian cuisine
Le Bernardin	New York City, USA	French seafood cuisine
Sukiyabashi Jiro	Tokyo, Japan	Japanese sushi-making
Attica	Melbourne, Australia	Indigenous Australian ingredients
Pujol	Mexico City, Mexico	Mexican cuisine
Asador Etxebarri	Axpe, Spain	Basque grilling traditions

Source: Designed by authors

The data collection process involves researching official digital communications of each restaurant through public sources such as their websites and social media platforms.

• Websites : Examined for narrative elements such as origin stories, descriptions of traditional techniques, and mentions of family recipes.

• A thorough examination of social media content occurs through an assessment of cultural symbolism along with regional enthusiasm and customer interactions on platforms Facebook and Instagram.

• Menus : Reviewed for references to heritage ingredients, regional specialties, and historical context.

The analysis of various platforms allows a complete grasp of heritage communication and branding integration across the restaurant's strategy.

3.3. Data Analysis

Content thematic analysis will be used to study the collected material according to Braun & Clarke (2006). The following procedure defines the analysis process:

1. The data analysis process includes coding every piece of information including website text and social media captions and menu descriptions according to warfare categories which include "family recipes" and "regional pride" and "traditional techniques" and "cultural symbols." These defined categories match both the research aims and the questions presented in the study.
2. Coding operations should lead to higher-level groupings which capture how culinary heritage functions as part of branding strategy. The major groupings within the data will encompass "authenticity through storytelling" as well as "visual representation of heritage" together with "community engagement."
3. The analysis will use a cross-case comparison to demonstrate patterns and variations between the examined ten case studies through the study of theme occurrences and visibility across the samples. The analysis compares different restaurants which modify their storytelling approaches based on their individual cultural and regional settings.
4. The research analyzes visual components which include photos of culturally important pieces (Mediterranean restaurants using handcrafted ceramics) or landscape imagery to explore their impact on culinary heritage presentation. Semiotic analysis of visual content will demonstrate the symbolic meanings conveyed through images by applying the method explained in Rose (2016).
5. Validation: To ensure the reliability and validity of the findings, triangulation will be employed by cross-referencing data from multiple sources (e.g., websites, social media, menus). Additionally, peer debriefing will be conducted to validate interpretations and minimize researcher bias.

4. FINDINGS

4.1. The Storytelling Focus

The table 2 presents the storytelling focus for various renowned restaurants, highlighting their unique culinary heritage and approaches.

Table 2. Storytelling Themes in Restaurant Branding Through Culinary Heritage

N	Restaurant name	Storytelling focus
1	Noma	Foraging, seasonal ingredients, and traditional Scandinavian techniques tied to the Danish landscape.
2	Osteria Francescana	Reinterprets classic Italian dishes while honoring family recipes and regional traditions like Parmigiano-Reggiano cheese-making.
3	Gaggan	Celebrates India's diverse culinary traditions through playful reinterpretations of street food and family recipes.
4	Central	Highlights Peru's rich ecosystems and indigenous ingredients, showcasing the country's culinary history and cultural diversity.
5	D.O.M.	Focuses on native ingredients and ancestral cooking methods, emphasizing Brazil's indigenous and Afro-Brazilian heritage.
6	Le Bernardin	Rooted in French coastal traditions, emphasizing sustainable fishing practices and classic French techniques.
7	Sukiyabashi Jiro	Celebrates the art of Edomae sushi, focusing on decades-old techniques passed down by Master Jiro Ono.
8	Attica	Incorporates native Australian plants and Aboriginal culinary practices, celebrating Australia's ancient foodways.
9	Pujol	Celebrates Mexico's pre-Hispanic roots, using heirloom corn, mole sauces, and traditional fermentation methods.
10	Asador Etxebarri	Specializes in wood-fired cooking, paying homage to the age-old Basque practice of grilling over open flames.

Source: Designed by authors

This table showcases the storytelling focus of ten renowned restaurants, each highlighting cultural and historical connections to their culinary traditions. For example, Noma ties its focus on foraging, seasonal ingredients, and traditional Scandinavian techniques to the Danish landscape, while Osteria Francescana reinterprets classic Italian dishes, honoring family recipes and regional traditions like Parmigiano-Reggiano cheese-making. Similarly, Gaggan celebrates India's diverse culinary heritage through playful reinterpretations of street food and family recipes, offering a modern twist on traditional flavors.

Other restaurants emphasize their local or indigenous culinary traditions, such as Central, which showcases Peru's ecosystems and indigenous ingredients, and D.O.M., which focuses on Brazil's native and Afro-Brazilian heritage through ancestral cooking methods. Le Bernardin brings a French coastal tradition to the forefront, while Sukiyabashi Jiro honors decades-old Edomae sushi techniques. Additionally, Attica incorporates native Australian plants and Aboriginal practices, and Pujol delves into Mexico's pre-Hispanic roots with heirloom corn and traditional fermentation. Lastly, Asador Etxebarri celebrates the Basque practice of wood-fired grilling, paying homage to ancient cooking techniques.

Each restaurant uses food not only as a culinary experience but as a means of connecting diners to deep cultural and historical narratives.

4.2. Dominant Storytelling Themes

a. Regional Pride (93% of Restaurants):

Regional pride emerged as the most prevalent storytelling theme, with 93% of the analyzed restaurants explicitly emphasizing their connection to specific geographic areas and cultural traditions. This theme reflects a deep sense of identity rooted in the local environment, history, and community. For example:

- Central (Peru): Through its branding approach the establishment focuses on showcasing Peru's exceptional biodiversity while sourcing ingredients from Andes Mountains and Amazon Rainforest and Pacific Ocean ecosystems. Through its approach Central simultaneously honors Peru's abundant natural resources and teaches its guests about the country's cultural eating methods and environmental importance.
- Azurmendi (Spain) ensures Basque cultural appreciation through its traditional menu which combines local crops with traditional recipes. The restaurant upholds its sustainability dedication together with regional pride through its sustainable practices that share the environmental principles rooted in Basque Country.

Figure 1. Regional Pride Central & Azurmerdi Restaurants (central-restaurant-peru, n.d.; Prytkov, n.d.)





This emphasis on regional pride resonates strongly with consumers who seek authentic, culturally immersive dining experiences. It also helps restaurants differentiate themselves by positioning their offerings as uniquely tied to a specific place and its heritage.

b. Family/Chef Legacy (73%):

The restaurants adopted family or chef legacy as their branding foundation throughout 73% of their narratives. Many restaurant narratives demonstrate how chefs transfer their life stories through personal accounts of past experiences in addition to traditional family knowledge and years of professional excellence. Examples include:

- Massimo Bottura at Osteria Francescana (Italy) tells the story of his family traditions among Modena's celebrated food heritage through his inventive menus and maintains references to his family heritage. Through their recipe "The Crunchy Part of the Lasagna" the restaurant combines nostalgic memories with updated Italian traditions for today's diners.

- The narrative of Sukiyabashi Jiro follows how Master Jiro Ono devoted his entire life to complete mastery of Edomae sushi preparation through traditional methods. The restaurant relies on the tale of his mastery as a fundamental element that draws customers who seek authentic experiences with premium standards.

These narratives humanize the brand, creating emotional connections with customers who appreciate the personal touch and historical continuity embedded in the dining experience.

c. Sustainability & Locality (67%):

Sustainability and locality were prominent themes in 67% of the restaurants, reflecting growing consumer interest in environmentally conscious practices and farm-to-table movements. Restaurants that emphasize these aspects often position themselves as stewards of both culture and nature. Notable examples include:

- Noma (Denmark) achieves its branding through deep associations with Nordic cuisine and its emphasis on picking ingredients from their seasons mainly in local landscapes. Sustainability at the restaurant shines through its practice of sourcing local ingredients combined with novel methods that follow traditional preservation techniques.
- Geranium (Denmark) maintains its food philosophy by drawing inspiration from Denmark's natural scenery and environmental systems. The dishes at this restaurant follow seasonal transitions to create a higher awareness of local natural resources.

The restaurants demonstrate environmental awareness to sustainable consumers while maximizing their genuine cultural authenticity through their sustainability initiatives.

Figure 2. Master Jiro Ono from Sukiyabashi Jiro restaurant (Hood, 2019)



4.3. Narrative Strategies

a. Visual Storytelling

The goal of visual storytelling through Instagram proved successful because pictures remain the main driver of audience engagement. The restaurants used appealing visuals to tell their culinary stories and engage viewers on an emotional level. For instance:

- Through Instagram visuals D.O.M. demonstrates its dedication to Brazilian indigenous food traditions while showing the preparation and collection of Amazonian produce.

The posted pictures both depict ingredient attractiveness while demonstrating their cultural worth and ecological role.

- The Spanish restaurant Asador Etxebarri uses photography to display images which capture how they grill food over open flames while documenting the traditional Basque methods. The images convey how the restaurant maintains its focus on minimalistic design combined with traditional skills backed by ancestral preparation traditions. Visual storytelling allows restaurants to transcend language barriers and create immersive experiences that resonate with global audiences. It also enhances brand recognition by establishing a distinctive aesthetic associated with the restaurant's heritage.

b. Menu Descriptions:

The culinary narrative retained significant power through menus because they let guests explore the backgrounds and cultural legacies behind every served dish. Such method creates an informational and emotive journey that surrounds the traditional menu reading experience. A notable example includes:

- Osteria Francescana (Italy) menu description offers a collection of classic Italian dishes, each with a reference to notable chefs and their signature creations. The menu combines traditional recipes with modern interpretations, highlighting the rich history and creativity of Italian cuisine.

Figure 3. Menu description from Osteria Francescana (Dall'Italia, 2021)



Storytelling integrated into menus provides restaurants an opportunity to strengthen their customer relationships and improve their serving value perception. The stories present on the menu provide contextual understanding which enhances the dining experience while making it more memorable and significant.

5. CONCLUSION

Studies indicate that emotional connection achieved through storytelling stands as one of the vital discoveries. Stories that reference owners' heritage as well as their cultural background help restaurants develop stronger emotional bonds with their customers. Gagan presents traditional Indian street food in new contemporary ways to bring nostalgic flavors while keeping them fresh. The dine-in guests at Sukiyabashi Jiro feel connected to the sushi restaurant because of its chef's lifelong commitment to his craft. The narratives enhance eating experiences by creating emotionally significant moments that build customer devotion towards the establishment.

The vital awareness demonstrates that restaurants must effectively integrate their historical elements with modern progress. Eateries that connect traditional culinary practices with modern preparation methods draw public interest from various segments of customers. Momofuku Ko achieves its approach by merging Korean heritage techniques especially fermentation techniques with creative culinary techniques. The restaurant draws diners from two sides including those who find familiar connections through cultural traditions alongside modern culinary enthusiasts.

The practice of sustainability continues to develop into a new interpretation of traditional culinary traditions. The elite dining sector presents its green initiatives to society as a preservation of cultural traditions. Azurmendi demonstrates sustainability through their Basque-related traditions together with waste reduction and local product procurement. Noma showcases seasonal foraging methods which represent the Nordic approach to living peacefully together with nature.

The research examined only high-end restaurant services and this could limit its ability to generalize findings across the restaurant sector. A fine dining environment benefits from substantial financial capabilities to build their brand image through digital marketing together with sustainability programs. Because they have more resources small dining restaurants struggle to implement narrative strategies the way high-end dining establishments do.

An extension of future investigation must include both mid-range and casual dining restaurants. The research of restaurant culinary heritage communication methods through available resources would yield important knowledge.

Further research needs to fill current knowledge gaps in order to develop a more inclusive perspective about culinary heritage branding. This study would develop strategies useful for every sector of the restaurant industry to achieve a complete understanding of this crucial topic.

6. REFERENCES

Aaker, D. (1996). *Building Strong Brands.* Free Press.

Beverland, M. (2005). Crafting brand authenticity: The case of luxury wines. *Journal of Management Studies, 42*(5), 1003–1029.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (éd. 5th). Oxford University Press.

Central-restaurant-peru. (s.d.). Récupéré sur aracari: https://www.aracari.com/central-restaurant-peru/

Dall'Italia. (2021, Jully 21). *history is served here are the 18 dishes from 14 legends including himself picked by bottura for his menu*. Récupéré sur identitagolose: https://www.identitagolose.com/sito/en/44/28608/dallitalia/history-is-served-here-are-the-18-dishes-from-14-legends-including-himself-picked-by-bottura-for-his-menu.html

Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). *The Invention of Tradition* . Cambridge University Press.

Hood, B. (2019, November 26). *Food & Drink / Dining*. Récupéré sur Robb Report: https://robbreport.com/food-drink/dining/sukiyabashi-jiro-stripped-of-three-michelin-stars-2883698/

Keller, K. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* . Pearson Education.

Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management, 31*(5), 652–664.

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism* . Pearson Education.

Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (éd. 4th). Sage Publications.Orth, U., Camilleri, G., & Belanche, D. (2012). The influence of restaurant authenticity on consumer satisfaction and loyalty. *Journal of Foodservice Business Research, 15*(2), 112–130.

Prytkov, V. (s.d.). *space-of-taste: azurmendi-restaurant*. Récupéré sur code de vino: https://www.codedevino.com/space-of-taste/azurmendi-restaurant

Rose, G. (2016). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* (éd. 4th). Sage Publications.

Sims, R. (2009). Food, place, and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism, 17*(3), 321–336.

Woodside, A., Sood, S., & Miller, K. (2008). When consumers and brands talk: Storytelling theory and research in psychology and marketing. *Psychology & Marketing, 25*(2), 97–145.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

HARMONIZING FOOD SAFETY LAWS AND CULINARY TOURISM: A JURIDICAL EXAMINATION OF TENSIONS BETWEEN REGULATORY COMPLIANCE AND CULTURAL AUTHENTICITY

Satish Kumar Singh
Research Scholar, Department of Law, Central University of Punjab

ABSTRACT

The growing global enthusiasm for culinary tourism has heightened the intersection between standardised food safety regulations and the preservation of culturally rooted gastronomic traditions. Regulatory frameworks aimed at protecting public health frequently come into conflict with traditional food preparation, presentation, and consumption practices that are central to the authentic culinary experiences valued by tourists. As regulatory regimes become more stringent, concerns emerge regarding the legal system's ability to adequately reflect and accommodate the pluralism of culinary practices within tourism-orientated environments. This study critically explores the interface between food safety legislation and culinary tourism, with a particular focus on the inherent tensions between regulatory adherence and the preservation of intangible cultural heritage. Employing doctrinal legal analysis and comparative case studies, the research identifies systemic and normative shortcomings within existing legal regimes that inhibit the recognition and protection of traditional culinary expressions-particularly in regions where such practices are integral to both cultural identity and local economic sustainability. Special consideration is given to the disparate effects of food safety laws on small-scale vendors, ethnic minorities, and indigenous communities, whose food-related practices often fall outside dominant regulatory frameworks. The study further examines viable pathways towards legal harmonisation, including the implementation of culturally responsive policies, the incorporation of heritage-based legal exemptions, and the development of multi-tiered governance strategies that reconcile health imperatives with cultural preservation. Ultimately, the findings advocate for a more integrative legal model-one that simultaneously upholds public health standards while safeguarding culinary heritage-thereby fostering authenticity in culinary tourism and contributing to the long-term sustainability of cultural food traditions in a globalised context.

Keywords: Culinary Tourism, Food Safety Regulations, Cultural Authenticity, Intangible Cultural Heritage, Legal Harmonisation.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TASTING SPACE: EXPLORING SPATIAL STORYTELLING IN CULINARY TOURISM ARCHITECTURE

Melik Sami
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Khelil Sara
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Tallal Abdel Karim Bouzir
Institute of Architecture and Urban Planning, Blida University

Abstract
The researchers examine visual storytelling methods that form tourist experiences in culinary attractions by evaluating façades as fundamental narrative structures. Architecture serves as an essential communication channel for expressing regional essence and gastronomic standards and emotional fortification in the developing culinary tourism practice. This research deepens understanding about façade design as non-verbal storytelling by studying three exemplary culinary tourism spaces namely Noma 2.0 (Denmark), the Basque Culinary Center (Spain) and Fäviken Magasinet (Sweden). The analysis integrates semiotics and phenomenology together with narrative theory to demonstrate how space arrangement with honest materials which utilize adaptive reuses create food stories that anchor restaurants to their destination. Façade design demonstrates dual functions because it serves both as an aesthetic design element and a branding mechanism and memory construction framework and an immersive experience platform. The article concludes its argument by demonstrating how architectural narratives powerfully transform culinary tourism through more complex investigations about digital technology integration with cultural preservation objectives in upcoming design concepts.
Keywords: Culinary Tourism; Spatial Storytelling; Architectural Narratives; Sensory Experience; Phenomenology of Space.

.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

FOOD AS URBAN FABRIC: INTEGRATING CULINARY SYSTEMS INTO SUSTAINABLE CITY DESIGN

Melik Sami
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Khelil Sara
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Tallal Abdel Karim Bouzir
Institute of Architecture and Urban Planning, Blida University

Abstract
The incorporation of culinary systems into urban design presents itself as an essential method to build resilient and sustainable and welcoming cities among urbanizing populations which try to overcome environmental issues and food insecurities and social segregation. This paper investigates the application of food as built environment fabric through its examination of production and distribution and consumption activities as original elements of constructed spaces. The study investigates these transitional zones through different academic fields to show the development of untapped areas into combined ecological areas that boost plant diversity and create economic accessibility with various social benefits. Research examines high-density urban food system integration by studying two important examples: Prinzessinnengarten in Berlin and Agropolis in Paris. The analysis shows novel architectural approaches that fuse food production into dense urban designs. Furthermore the article presents policy solutions along with zoning and technological obstacles while it establishes an integrated culinary system design framework suitable for Sustainable Development Goals implementation. This paper recommends cities to adopt a fundamental change in their planning principles by viewing food as an essential organizational component that supports cultural and sustainable urban growth.
Keywords: Urban Agriculture; Sustainable Urban Design; Culinary Systems; Green Infrastructure; Sustainable Development Goals (SDGs).

.

FOOD, SPACE, AND MEMORY: THE ARCHITECTURE OF GASTRONOMIC HERITAGE SITES

Melik Sami
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Khelil Sara
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Tallal Abdel Karim Bouzir
Institute of Architecture and Urban Planning, Blida University

Abstract
The paper investigates food-related relationships between architectural spaces and shared memory systems which exist at gastronomic heritage sites. The research examines culinary traditions and communal identities through a study of four international gastronomic heritage sites starting with Les Halles de Lyon in France followed by Nishiki Market in Kyoto together with Central de Abasto in Mexico City and ending with Souq Waqif in Doha. The design spaces in combination with sensory elements as well as material selection makes these heritage markets effective vehicles for cultural storytelling which strengthens food traditions from one generation to another. The study confirms that architectural environments safeguard existing gastronomic heritage items as well as enable intangible memory creation through their design. The research presents fundamental principles for architectural strategies that will promote sustainable development between culinary authenticity preservation and community involvement and modern economic progress.
Keywords: Gastronomic Heritage; Architectural Memory; Culinary Spaces; Heritage Preservation; Sensory Experience.

.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TERRITORIAL GASTRONOMY AND ARCHITECTURAL FORM: SHAPING CULTURAL FOODSCAPES

Melik Sami
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Khelil Sara
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University/LACOMOFA Biskra laboratory

Tallal Abdel Karim Bouzir
Institute of Architecture and Urban Planning, Blida University

Abstract
The article examines food-culture building relationships through interdisciplinary research which investigates the process of how architectural structures both create and support traditional regional cuisines. The research utilizes these Japanese Shiroiya Hotel along with Spanish Mercado de San Miguel and Italian and American Eataly sites to prove how buildings create cultural foodscapes through their role in gastronomic experience delivery. Spatial design components now focus on sustainable methods that include open kitchens as well as adaptive installations alongside agriculture-related interventions in urban spaces. Architecture demonstrates its capability to share local food heritage while encouraging social bonding and promoting food sourcing transparency as well as slowing down the food process. The placement of gastronomy within spatial and cultural contexts demonstrates how architecture serves as a critical element to develop culinary identities while designing food-oriented environments of both towns and country areas.
Keywords: Territorial Gastronomy; Architectural Form; Cultural Foodscapes; Sustainable Architecture; Urban Agriculture.

.

DIGITALIZATION OF TOURISM PERFORMANCE

Assoc. Prof. Daniela MATUŠÍKOVÁ
University of Prešov in Prešov, Faculty of Management and Business, Department of Tourism and Hotel Management
ORCID: 0000-0002-6141-7454

Tünde DZUROV VARGOVÁ
University of Prešov in Prešov, Faculty of Management and Business, Department of Tourism and Hotel Management
ORCID: 0000-0002-6167-2359

ABSTRACT
Under the influence of the development of the technological environment, new ways and tools of work are emerging in the tourism sector. These are reflected in the ways of providing services that are the backbone of the sector, but also in the accumulation of data. These can be extremely important for creating future strategies, which should also specifically reflect the need to apply the principles of sustainability.
The importance of recording digital data in tourism is increasingly evident, as the sector develops in response to technological progress and the growing demand for personalized experiences. Digital data recording involves the collection, storage and analysis of various types of data, including customer preferences, booking styles and operational metrics. This process is essential for improving decision-making and improving service delivery within the tourism sector. Data analysis allows for the effective optimization of service availability and resource allocation. In addition, the integration of digital data with information systems enables spatial analysis. Its comprehensiveness allows tourism stakeholders to assess the impacts of tourism on local ecosystems and infrastructure. This capability is vital for sustainable development as it helps formulate policies and practices that mitigate negative environmental impacts. This proactive approach can increase competitiveness and resilience in a rapidly changing environment.
Digital data recording increases operational efficiency. By leveraging data management systems, businesses can streamline their internal processes, such as inventory management and workforce planning. This not only reduces operational costs, but also improves the overall customer experience by ensuring that resources are allocated where they are needed most. Digital data also facilitates a deeper understanding of consumer behavior. By leveraging analytics tools, tourism businesses can gain insights into traveler preferences and trends, enabling tailored marketing strategies and product offerings.
The paper uses the method of scientific abstraction to identify methods and tools for cumulating digital information in tourism. It specifically focuses on identifying countries or regions where such systems operate. It mainly monitors their methodology and other specifics.
Keywords: Tourism. Digitalization. Digital evidence.

Acknowledgement
The paper is a part of the project *VEGA 1/0426/25 Metodologické modelovanie systému digitálnej pasportizácie cestovného ruchu na Slovensku* (Methodological modeling of the digital passportization system for tourism in Slovakia), held at Faculty Management and Business, University of Prešov in Prešov.

ENVIRONMENTAL INITATIVES OF TOURISM BUSINESSES

Assoc. Prof. Daniela MATUŠÍKOVÁ
University of Prešov in Prešov, Faculty of Management and Business, Department of Tourism and Hotel Management
ORCID: 0000-0002-6141-7454

Tünde DZUROV VARGOVÁ
University of Prešov in Prešov, Faculty of Management and Business, Department of Tourism and Hotel Management
ORCID: 0000-0002-6167-2359

ABSTRACT
The environment is under enormous pressure from the production of many industries, which is subsequently reflected in the climate changes that humanity has to face. For this reason, it is essential to find solutions that would reduce the environmental burden, where tourism is no exception. The solutions so far have appeared in the form of environmental innovations that take into account natural principles and behave in a way that is environmentally friendly.
Environmental innovations point to a fundamental shift in tourism and prove that businesses can prosper while protecting the environment, thus ensuring that future generations can enjoy the natural wonders of the world. Environmental innovations in tourism, by their nature, are transforming the industry to prioritize sustainability and conservation. Integrating strategies for, for example, renewable energy sources and sustainable building materials, minimizes their ecological footprint while offering guests an immersive experience of nature. In practice, new ways and proposals are being sought and developed to respect the natural environment while meeting economic objectives through tourism activities and the provision of its diverse services. As the industry evolves, a focus on sustainability will be key to its long-term success and resilience.
This abstract examines environmental initiatives by tourism businesses to promote sustainable practices and mitigate environmental impacts. It identifies the ways in which tourism businesses are implementing them, based on a questionnaire survey. The research findings show that As the tourism sector contributes significantly to global carbon emissions and resource depletion, an increasing number of companies are adopting innovative strategies to promote sustainability. This paper highlights key initiatives, including the shift to green accommodation, such as the use of solar energy.
By examining these initiatives, the research underlines the importance of collaboration between tourism businesses, local communities and environmental organisations to create a resilient and responsible tourism industry. Ultimately, this abstract advocates for a paradigm shift where sustainability becomes an integral part of the tourism experience, supporting not only economic growth but also the stewardship of our planet's natural resources for future generations.
Keywords: Tourism. Environmental Innovation. Sustainability in Tourism.

Acknowledgement
The paper is a part of the project GAPU_VF/11:„Funded by the EU NextGenerationEU through the Recovery and Resilience Plan for Slovakia under the project No. 09I03-03-V05-00006.”

BRIDGING THE URBAN DIVIDE: SMART TECHNOLOGIES FOR A SUSTAINABLE LAHORE

Assistant Professor Farhana Naz
Lahore College for Women University, Faculty of Arts and Social Sciences, Interior Design Department
ORCID: 0009-0000-9495-5489

Abstract
Transformative technologies play a pivotal role in sustainable urban development, addressing the pressing challenges of rapid urbanization, climate change, and socio-economic disparities. This study explores how technology and innovation can facilitate urban regeneration in Lahore, Pakistan, focusing on solutions for infrastructure, resource management, and sustainable growth.
Employing a qualitative research approach, this study conducted in-depth interviews with fifteen key stakeholders, including legislators, urban planners, technology vendors, and community representatives. Through thematic analysis, the research identifies both the potential and the limitations of technology-driven urban renewal in Lahore.
Findings highlight the critical need for efficient urban planning, smart infrastructure, and sustainable policies to manage Lahore's urban expansion. Initiatives such as intelligent traffic management systems and renewable energy projects demonstrate positive impacts on infrastructure. However, challenges persist, particularly in waste management, regulatory inefficiencies, and financial constraints. The study emphasizes that successful urban regeneration requires policy alignment, stakeholder collaboration, robust funding mechanisms, and capacity building. Encouraging public-private partnerships, financial incentives, and support for research and entrepreneurship will be instrumental in driving technological innovation for sustainable urban development.
This research contributes to the discourse on smart cities and sustainable urban planning, offering strategic insights for policymakers, urban developers, and technology advocates seeking to transform rapidly urbanizing cities like Lahore into resilient, technology-driven urban centers.
Keywords: Urbanization, innovation, technology, challenges, regeneration, sustainable, transformation.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

UNDERSTANDING THE RELATIONSHIP OF TOURISM AND HEALTH: CURRENT ISSUES AND FUTURE CONCERNS

Assistant Professor K.R.Padma
Department of Biotechnology, Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's) University
ORCID: 0000-0002-6783-3248

K.R.Don
Department of Oral Pathology and Microbiology, Sree Balaji Dental College and Hospital, Bharath Institute of Higher Education and Research (BIHER) Bharath University
ORCID: 0000-0003-3110-8076.

Assistant Professor M.Reshma Anjum
Department of Biotechnology, Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's) University

Assistant Professor M.Sankari
Department of Biotechnology, Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's) University

M.Swetha
Department of Biotechnology, Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's) University

Abstract
Health tourism, commonly known as medical tourism or wellness tourism, represents a swiftly expanding segment of the global tourism market. It includes a wide array of activities and services designed to enhance or sustain an individual's health and overall well-being. This article offers a comprehensive overview of the health tourism sector, explores various categories of health tourism, analyzes the leading 100 destinations, and shares insights regarding the volume of travelers participating in health tourism. Tourism exerts a considerable impact on health, presenting both advantageous and detrimental effects. Participation in travel has the potential to improve physical, mental, and social well-being by facilitating relaxation, alleviating stress, and promoting physical activity. Conversely, tourism may also introduce health risks, such as the transmission of infectious diseases and heightened incidence of accidents. The final quarter of the current century has witnessed a significant rise in international tourism, characterized by the expansion of long-haul travel and tourism growth in developing nations globally. These developments have heightened concerns regarding the health implications of tourism, particularly the risks encountered by the increasing number of tourists visiting tropical regions. The World Health Organization (WHO) plays a crucial role in identifying health issues that travelers may encounter during international journeys and offers guidance on the precautions that should be taken to mitigate health risks. Among the primary health concerns for travelers are traveler's diarrhea, malaria, and sexually transmitted infections. This paper examines the extent of these issues and the necessary measures to address them. The Healthy Travel and Tourism Initiative, recently introduced by the WHO and the World Tourism Organization (WTO), has outlined key priorities for collaborative efforts aimed at enhancing the health of tourists and addressing the health effects of tourism on communities in destinations that receive tourists.
Keywords: Health tourism, Medical tourism, International tourism, Health effects, World Tourism Organization.

1. Introduction

Tourism serves as a fundamental element of global economic and cultural interaction, emerging as a crucial catalyst for economic advancement and international cooperation. It promotes cross-cultural appreciation, generates job opportunities, and aids in the expansion of worldwide economies. The increasing accessibility of international travel has enhanced human mobility, thereby amplifying the necessity to address health issues within the tourism industry. This convergence of tourism and health represents not only a significant area for research but also a pressing concern for governments, businesses, and travelers.

The connection between tourism and health is reciprocal. On one hand, travelers may face health hazards during their trips, which can include exposure to infectious diseases and the physical strain associated with long-distance travel. For example, illnesses such as malaria, dengue fever, and more recently, COVID-19, have highlighted the impact of global travel on public health. The health infrastructure in tourist destinations is vital for alleviating these risks. Ensuring access to clean water, sanitation, medical services, and emergency response capabilities is critical for safeguarding tourists and promoting the health of local communities (World Health Organization, 2021). In the absence of sufficient preparedness, destinations may struggle to manage health crises, potentially disrupting tourism and harming their reputations.

Health can serve as a significant impetus for travel. In recent years, wellness tourism has experienced substantial growth, with individuals seeking experiences that enhance their mental, physical, and emotional health. Activities such as spa retreats, yoga sessions, and visits to natural hot springs have gained popularity, merging leisure with health-oriented advantages. This trend reflects a shift in travelers' inclinations towards self-care and holistic wellness. Furthermore, medical tourism, where individuals travel internationally for healthcare services like surgeries or specialized treatments, has emerged as a notable industry, further linking health and tourism.

The relationship between tourism and health also encompasses the environmental and societal repercussions of travel. Overcrowding in popular tourist destinations, commonly known as "overtourism," can place significant pressure on local health systems, sanitation, and public hygiene infrastructure. This situation highlights the necessity for sustainable tourism practices that prioritize the health of both tourists and local communities. Governments and international organizations, including the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), are increasingly acknowledging the importance of incorporating health and safety measures into tourism policies.

In summary, the connection between tourism and health is profound, affecting both the experiences of travelers and public health systems globally. As the global tourism sector continues to grow, it will be essential to address health-related challenges and opportunities to ensure sustainable and resilient development. By emphasizing health considerations, the tourism industry can bolster its ability to foster economic growth while protecting the well-being of individuals and communities.

2. Tourism, Society and Health

Tourism represents a dynamic social phenomenon that exerts a considerable influence on societies and their healthcare systems. (Shown in table-1) It acts as a conduit for cultural exchange and economic development, while simultaneously affecting the health of both communities and travelers in significant ways.

As millions traverse international borders for leisure, employment, or medical care, tourism plays a crucial role in shaping societal norms and presents both opportunities and challenges concerning public health and overall well-being.

Table-1: A summary table illustrating the impact of tourism on communities and healthcare systems, accompanied by relevant references.

Aspect	Positive Impacts	Negative Impacts	Reference
Healthcare Infrastructure	Increased investment in medical facilities, sanitation, and emergency services in tourist areas.	Overcrowding in healthcare facilities, particularly during peak tourist seasons.	UNWTO (2022)
Disease Transmission	Opportunities to share health knowledge between tourists and local communities.	Increased risk of spreading infectious diseases such as COVID-19 and malaria.	WHO (2021)
Economic Benefits to Health	Revenue from tourism supports local economies, allowing better funding for health initiatives.	Economic reliance on tourism makes health services vulnerable during downturns or crises (e.g., COVID-19).	Smith & Puczkó (2009); Gössling et al. (2020)
Mental and Social Health	Promotes mental well-being for tourists through relaxation and cultural enrichment.	Over-tourism disrupts local communities, causing stress and social inequalities.	Smith & Puczkó (2009)
Environmental Health	Encourages eco-tourism and sustainable practices in some areas, improving environmental quality.	Environmental degradation (e.g., pollution, habitat destruction) negatively impacts local health.	UNWTO (2022); WHO (2021)

A prominent social benefit of tourism is its potential to enhance healthcare infrastructure in various destinations, especially in developing nations. The arrival of tourists often catalyzes increased investment in medical facilities, sanitation, and public health programs. For example, areas that attract a high number of visitors may focus on improving emergency response capabilities, ensuring access to clean drinking water, and upholding rigorous hygiene standards. These advancements not only serve the needs of tourists but also improve the living conditions for local populations (UNWTO, 2022). Furthermore, the interactions between tourists and local communities can facilitate the sharing of health-related knowledge, including effective disease prevention strategies and wellness practices.(Darcy & Dickson, 2009)

Conversely, tourism can also pose significant health risks to communities. The substantial influx of international travelers heightens the risk of disease transmission.

Historical instances, such as the global outbreak of SARS in 2003 and the recent COVID-19 pandemic, demonstrate how tourism can expedite the spread of infectious diseases across borders. Overcrowding in popular tourist areas, particularly during peak travel seasons, further intensifies these risks by overwhelming local health systems and diminishing their ability to respond effectively to public health crises (World Health Organization, 2021). In addition to infectious diseases, the environmental damage associated with overtourism, including air and water pollution, can lead to long-term health consequences for local residents.

Tourism exerts a significant influence on both mental and social health, manifesting in both beneficial and detrimental ways. On the positive side, participation in tourism activities fosters relaxation, alleviates stress, and enhances cultural experiences, thereby promoting better mental health among travelers. The rise of wellness tourism, which emphasizes physical and emotional renewal through practices such as spa retreats, yoga, and meditation, reflects a growing societal focus on mental well-being. Conversely, the commercialization of tourism can disrupt the social dynamics of host communities. The rapid pace of urban development and the emphasis on catering to tourist demands may result in the displacement of local residents, erosion of cultural heritage, and exacerbation of social inequalities, all of which can heighten stress and diminish the well-being of local populations (Smith & Puczkó, 2009).

Additionally, the economic reliance of certain communities on tourism renders them vulnerable during crises. The COVID-19 pandemic underscored the precarious nature of economies dependent on tourism, leading to significant job losses and diminished access to healthcare services in impacted areas. These challenges highlight the necessity of establishing resilient tourism frameworks that harmonize economic advantages with health and social sustainability.

In summary, the interplay between tourism, society, and health is intricate and layered. While tourism can facilitate positive developments, such as enhanced healthcare systems and cultural interactions, it also presents challenges related to disease spread, environmental harm, and social disparities. It is imperative for governments, policymakers, and tourism industry stakeholders to collaborate in ensuring that tourism fosters the overall well-being of both visitors and local communities. By embracing sustainable and inclusive approaches, the sector can prosper while effectively addressing the health and social requirements of the populations it impacts.

3. The Positive Health Impacts of Tourism Experiences

Butler and Wall (1985) highlighted the significance of health, encompassing both physical and mental aspects, as a crucial theme in tourism research. It is posited that tourism activities, such as vacations, short getaways, travel, and various leisure pursuits, can enhance specific health indicators for individuals who possess the means to take advantage of these opportunities. There is a widespread consensus that tourism positively influences well-being (Gilbert and Abdullah 2004; Chen and Petrick 2016; Uysal et al. 2016a), with the majority of studies indicating a favorable correlation between tourism experiences and overall quality of life (QoL). Uysal et al. (2016a, p. 256) assert that existing literature suggests that "...tourist trips do contribute to the quality of life of tourists." Nevertheless, the concept of QoL in tourism research appears to be ambiguous, as evidenced by the presence of over a hundred definitions in the literature (Andereck and Nyaupane 2011), with key terms such as QoL and well-being often used interchangeably (Kim et al. 2015; Uysal et al. 2016a).

Kim et al. (2015, p. 468) advocate for a multidimensional approach that considers satisfaction across various life domains, including leisure, work, health, social interactions, family, and finances, alongside overall quality of life. However, they acknowledge the lack of consensus regarding the most relevant or significant domains for assessing overall QoL (ibid).

Participating in tourism presents numerous health advantages that contribute to both physical and mental wellness. Travel typically entails increased physical exertion, such as walking, hiking, or engaging in recreational activities, which aids in enhancing cardiovascular health, building muscle strength, and improving overall fitness levels. These pursuits not only foster physical well-being but also motivate individuals to maintain more active lifestyles during and following their journeys.(Álvarez-Sánchez, 2024)

In addition to the physical benefits, tourism significantly impacts mental health. Engaging with new environments and cultures allows individuals to step away from their daily routines, alleviating stress and fostering relaxation. This mental break can result in an uplifted mood, reduced anxiety, and a revitalized perspective on life. Research has indicated that wellness tourism, which emphasizes health-focused travel experiences, can improve mental and emotional well-being by providing avenues for stress relief and personal development.

Social interactions during travel are essential for enhancing health. Engaging with new individuals and establishing social ties can improve emotional health and foster a sense of community. Such interactions are associated with heightened happiness and can act as a protective factor against mental health challenges. The phenomenon known as "glowbirding," where individuals relocate to warmer regions for remote work, illustrates how integrating travel with everyday responsibilities can promote mental well-being through exposure to new social and environmental experiences.

In conclusion, tourism provides a wide array of health advantages, including physical activity, mental refreshment, cognitive engagement, and improved social connections. By purposefully integrating health and wellness activities into their travel itineraries, individuals can greatly improve their overall well-being and enhance their quality of life.

Tourism and health are closely intertwined, with the development of the industry presenting both advantages and challenges for public health. As international travel resumes following the pandemic, it is crucial to tackle existing health-related issues and foresee future challenges to promote sustainable and secure tourism practices.

4. Tourism and health: Current Issues

Current Issues:

Infectious Disease Transmission: The COVID-19 pandemic highlighted the susceptibility of global travel systems to the spread of diseases. The high mobility of tourists can accelerate the transmission of infectious diseases, making it imperative to implement strong health protocols and monitoring systems.(ABTA, 2021)

Health Infrastructure Strain: Popular tourist locations frequently face a surge in visitors, which can overwhelm local healthcare services, particularly in areas with limited medical resources. This pressure can diminish the quality of care available to locals and tourists.

Environmental Health Impacts: Overtourism leads to environmental deterioration, including pollution and habitat loss, negatively impacting public health. For example, increased waste production and air pollution can result in respiratory problems for local communities.

Future Considerations:

Emergence of Novel Pathogens: The possibility of new infectious diseases poses a considerable threat. Ongoing global monitoring and flexible health strategies will be essential in reducing the risk of future outbreaks.

Impact of Climate Change: Shifts in climate can modify disease vectors, potentially exposing new areas to health hazards. Furthermore, severe weather events may disrupt tourism and challenge emergency response capabilities.

Sustainable Tourism Practices: Achieving a balance between economic development and health and environmental sustainability is crucial. Enacting policies that encourage responsible tourism can aid in the preservation of destinations and the safeguarding of public health.(Shown in figure-1).

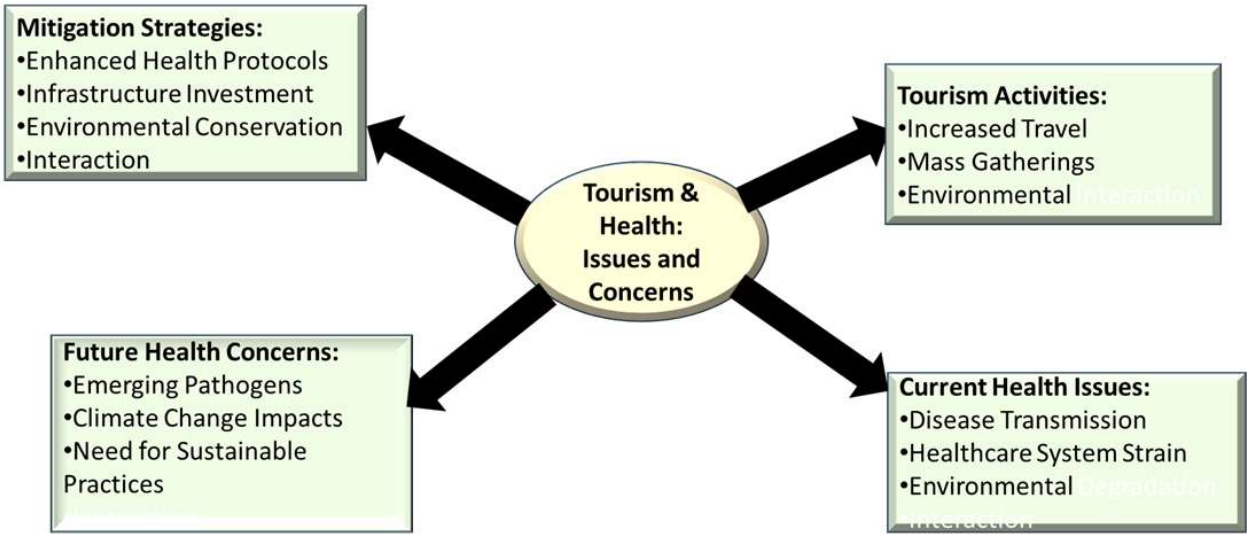


Figure-1: Depicts the relationship between Tourism and Health

5. Mitigation Strategies in Tourism and Health

In order to tackle the public health challenges associated with tourism, it is essential to implement a range of mitigation strategies. Strengthened health protocols, including vaccination initiatives, sanitation practices, and real-time disease surveillance, are critical in curbing the transmission of infectious diseases among travelers and local populations (WHO, 2024). Furthermore, investing in infrastructure is crucial to ensure that healthcare systems in tourist areas are adequately prepared to manage emergencies, especially in regions with limited medical resources (UNWTO, 2023). Another vital strategy involves environmental conservation, which aims to promote sustainable tourism practices that reduce pollution, safeguard biodiversity, and uphold the ecological balance necessary for long-term public health advantages (Gössling et al., 2021). By incorporating these strategies, the tourism sector can enhance its resilience while simultaneously fostering economic development and global health.(Shown in table-2)

Table-2: Outlines the Strategies for Mitigating the Impact of Tourism on Health

Mitigation Strategy	Description	Reference
Enhanced Health Protocols	Implementing strict hygiene measures, vaccination requirements, and real-time disease surveillance.	WHO (2024)
Infrastructure Investment	Strengthening healthcare facilities in tourist destinations and improving emergency response systems.	UNWTO (2023)
Environmental Conservation	Promoting sustainable tourism, reducing pollution, and protecting natural ecosystems to enhance public health.	Gössling et al. (2021)

6. Benefits and Drawbacks in tourism and health

Tourism exerts considerable influence on health, presenting both advantages and drawbacks. On the advantageous side, travel enhances mental health by alleviating stress, uplifting mood, and offering avenues for relaxation and cultural experiences. Participation in outdoor pursuits like hiking, swimming, and sightseeing further promotes physical health by fostering activity and fitness. Moreover, tourism drives economic development, which can result in enhanced healthcare facilities and services in sought-after locations. Conversely, tourism also poses challenges, such as the potential for disease transmission, exemplified during the COVID-19 pandemic when global travel contributed to the spread of illnesses. Additionally, over-tourism can overwhelm local healthcare systems, resulting in congested hospitals and insufficient medical care for both visitors and residents. Furthermore, the environmental degradation associated with mass tourism, including pollution and deforestation, can adversely affect public health in the long run. Consequently, the implementation of sustainable tourism practices and health-oriented policies is crucial for optimizing benefits while mitigating risks.

Conclusion

The interplay between tourism and health is intricate, involving both advantages and obstacles. Tourism can enhance mental health, encourage physical activity, and stimulate economic development; however, it also introduces health hazards such as the spread of diseases, environmental harm, and pressure on local healthcare resources. To secure a sustainable future, it is imperative to establish improved health protocols, invest in healthcare systems, and advocate for environmental preservation. By embracing responsible tourism practices and emphasizing public health, destinations can achieve a harmonious balance between economic growth and the welfare of both visitors and local populations. Looking ahead, cooperation among governments, international bodies, and the tourism sector will be vital in reducing risks and promoting a healthier, more sustainable global tourism industry.

Acknowledgments

The research was solely authored by Dr. K.R. Padma, with all co-authors having reviewed the work. The authors wish to extend their appreciation to the Department of Biotechnology at Sri Padmavati Mahila Visvavidyalayam (Women's University) located in Tirupati, India.

Competing interests

The authors declare that they have no competing interests.

Consent for publication
Not applicable.

References:

ABTA. (2021, March 31). Feeling protected and reassured: Holidaymakers more likely to book a package holiday and book with a travel professional now than before the pandemic. https://www.abta.com/news/feeling-protected-and-reassured-holidaymakers-more-likely-book-package-holiday-and-book-travel.

Álvarez-Sánchez, A., Rojas-Lara, G.A., & Vaca-González. E. (2024). The Impact of Health and Wellness Tourism on Tourists' Physical, Mental, and Emotional Balance. Advances in Tourism, Technology and Systems.p.539-548.

Andereck, K.L, Nyaupane, G.P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. Journal of Travel Research.49(3):248–260.DOI:10.1177/0047287510362918.

Butler, R., Wall, G. (1985) Introduction: themes in research on the evolution of tourism. Ann Tour Res 12:287–296.https://doi.org/10.1016/0160-7383(85)90001-5.

Chen, C.C, Petrick, J.F. (2016). The roles of perceived travel benefits, importance, and constraints in predicting travel behavior. Journal of Travel Research. 55:509–522.

Darcy S, Dickson T (2009) A whole-of-life approach to tourism: the case for accessible tourism experiences. Journal of Hospitality and Tourism Management. 16:32–44.

Gilbert, D., Abdullah, J. (2004). Holiday taking and the sense of well-being. Annals of Tourism Research. 31:103–121.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism, and global change: A rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 28(9), 1-19.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Tourism and Sustainability in a Changing World. Journal of Sustainable Tourism, 29(7), 1-15.

Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: motivation and subjective well-being. Journal of Travel and Tourism Marketing. 32:S76–S96

Smith, M., & Puczkó, L. (2009). Health and Wellness Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2022). Tourism and Health Guidelines. Available at: https://www.unwto.org.

Uysal M, Sirgy MJ, Woo E, Kim H (2016a) Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. Tourism Management. 53(4):244–261.DOI:10.1016/j.tourman.2015.07.013.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2023). Tourism and Public Health: Strategies for a Sustainable Future. Available at: https://www.unwto.org.

World Health Organization (WHO). (2021). International Travel and Health: Health Considerations for Travel. Available at: https://www.who.int.

World Health Organization (WHO). (2024). Global Health and Tourism Safety Guidelines. Available at: https://www.who.int.

THE ROLE OF MARKETING IN THE SUCCESS OF TOURISM

Semija Medunjanin
University "Haxhi Zeka" Pejë

Alberta Tahiri
University "Haxhi Zeka" Pejë

Anita Cucovic
University "Haxhi Zeka" Pejë

Abstract
The tourism industry plays a crucial role in global economic development, contributing to job creation and cultural exchange. The success of tourist destinations is highly dependent on effective marketing strategies that attract visitors and support sustainable sector development. Tourism marketing is a complex process involving the creation of engaging campaigns, the use of social media, online advertising, and the development of authentic experiences for tourists.
In this context, research methods used to assess the effectiveness of marketing strategies include data analysis, case studies, tourist surveys, and customer perception assessments. Surveys provide valuable insights into tourist preferences and help tailor marketing campaigns to target the right audience. Additionally, social media analysis and search trend studies offer crucial information on how tourists discover and share their experiences.
Moreover, methods such as competitor analysis and the evaluation of online advertising impact are essential in determining the most effective strategies. Digital marketing, through platforms like Instagram, Facebook, and tourism influencers, has proven to significantly influence attracting new tourists and increasing destination visibility.
In conclusion, marketing is essential for the success of tourism, enabling the development of destinations and the creation of unforgettable experiences for tourists. Integrating both traditional and modern marketing methods is vital to achieving sustainable and successful growth in the tourism industry.
Keywords: Tourism, Destination Promotion, Digital Marketing, Tourist Behavior, Marketing Strategies

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE ROLE OF CULTURAL HERITAGE IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN KOSOVO

Alberta Tahiri
University "Haxhi Zeka" Pejë

Idriz Kovaçi
University of Applied Sciences in Ferizaj

Abstract
Cultural heritage in Kosovo represents a rich and diverse asset that can play a key role in the sustainable development of cultural tourism. This study examines the role of cultural heritage in promoting tourism, focusing on its economic, social, and cultural contributions. Through a detailed analysis of strategic documents and local case studies, the main strengths and challenges of this sector in Kosovo have been identified. The study emphasizes the importance of tangible heritage, such as historical monuments and traditional architecture, as well as intangible heritage, including festivals, crafts, and local traditions. Furthermore, the impact of initiatives like "DokuFest" and international projects such as the Cultural Diversity Support Project in Kosovo (PDKK) on the development of cultural tourism and the international visibility of Kosovo is analyzed. Through a SWOT analysis, the strengths, such as the strategic location and cultural assets, weaknesses, such as lack of infrastructure and promotion, opportunities for international promotion, and threats from regional competition and climate change, are addressed. Based on these findings, specific recommendations are provided, including improving infrastructure, creating new tourism products, involving local communities, and strengthening the legal and institutional framework. The study concludes by emphasizing the importance of intersectoral collaboration and international support to transform cultural heritage into a major driver of sustainable tourism development in Kosovo. This study contributes to the academic and practical discourse on cultural tourism in Kosovo, offering a comprehensive and strategic approach to developing this sector, which has the potential to strengthen national identity and promote cultural diversity globally.
Keywords: Cultural Heritage, Tourism, Sustainable, Development, Promotion Strategy

Introduction

Kosovo, a young country with a rich cultural heritage, holds great potential for the development of cultural tourism. Cultural heritage encompasses various aspects, including historical monuments, traditional architecture, folklore, and cultural practices, all of which play a pivotal role in a nation's identity. As a country that has undergone significant social and political changes, Kosovo has ample opportunities to utilize its heritage as a valuable asset for sustainable tourism development.

Sustainable tourism development is a process that requires balancing economic, environmental, and social needs in order to preserve and promote cultural heritage without compromising it. This paper aims to examine the role of cultural heritage in the sustainable development of tourism in Kosovo and highlight the opportunities and challenges associated with this relationship. Through case studies and a review of recent literature, this paper will focus on the factors that contribute to the promotion of cultural tourism and heritage management, while also offering recommendations for public policies and strategies for sustainable tourism development.

In this context, in-depth studies are needed to identify the opportunities for sustainable tourism development in Kosovo, using cultural heritage as a tool for increasing tourist visits and improving the local economy. At the same time, it is important to analyze the challenges related to heritage preservation, natural resource management, and the support that government policies and local actors can offer for the sustainable development of tourism.
This paper will use a combined methodological approach, employing both qualitative and quantitative analysis to gather and analyze data from various case studies, as well as the most recent literature related to the field. The objective of this paper is to provide a comprehensive overview of the link between cultural heritage and sustainable tourism, offering practical recommendations for local and international stakeholders.

Literature Review

Cultural heritage and its integration into sustainable tourism development have gained increasing attention in recent years, especially as tourism has been recognized as a key driver for economic and social growth. This section reviews the most recent literature concerning the role of cultural heritage in sustainable tourism, focusing on Kosovo and similar regions.

2.1. The Role of Cultural Heritage in Sustainable Tourism

Cultural heritage is broadly understood as the collection of monuments, sites, traditions, practices, and knowledge that have historical, artistic, or cultural significance. It encompasses both tangible heritage (e.g., buildings, monuments) and intangible heritage (e.g., traditions, folklore) (UNESCO, 2023). The preservation and promotion of cultural heritage are key elements for developing tourism in a manner that supports local economies, protects the environment, and preserves cultural identity (Bodnár et al., 2023).
According to Tahiri and Kovaçi (2024), cultural heritage in Kosovo offers both opportunities and challenges in the context of sustainable tourism development. The authors argue that while Kosovo is rich in cultural heritage, there is a need for more robust policies to protect these assets while ensuring their use in tourism. Moreover, sustainable tourism can bring long-term benefits to the local communities by creating job opportunities, increasing awareness of cultural values, and promoting regional development.

2.2. Sustainable Tourism in Kosovo

Sustainable tourism has become a prominent topic in tourism development, particularly in post-conflict regions like Kosovo, where tourism can play a vital role in economic revitalization. According to Petkoska et al. (2022), sustainable tourism aims to balance the economic, environmental, and social aspects of tourism development, ensuring that the needs of the present do not compromise the ability of future generations to meet their own needs. Kosovo, with its rich history and cultural heritage, is well-positioned to leverage this type of tourism.
Kosovo's tourism sector is still developing, and various challenges exist, such as inadequate infrastructure, lack of awareness about sustainable tourism, and the underutilization of cultural assets. However, there are significant efforts to improve the situation. For example, recent studies show that Kosovo's efforts to integrate its cultural heritage into the tourism industry have begun to yield positive results. The promotion of UNESCO sites such as the Visoki Decani Monastery and the traditional town of Prizren has attracted international attention (Kovaçi, 2023). Despite these efforts, challenges such as insufficient funding for heritage conservation and the need for specialized training in tourism management remain.

2.3. Challenges and Opportunities in Cultural Heritage Tourism

One of the primary challenges in integrating cultural heritage into tourism is the risk of over-commercialization and degradation of the cultural sites. According to Misini and Latifi (2023), maintaining the integrity of cultural sites while meeting the demands of tourists requires a delicate balance between conservation and tourism management. Over-tourism can lead to the destruction of historical sites, while under-tourism can prevent the economic potential of cultural heritage from being realized.

Kovaçi (2023) emphasizes the need for local communities to be actively involved in the tourism process, as they are the primary stewards of cultural heritage. Local ownership of tourism initiatives ensures that the economic benefits are distributed fairly, and that tourism is seen as a tool for community empowerment rather than exploitation.

2.4. Recent Developments and Future Directions in Kosovo

The role of cultural heritage in sustainable tourism development is increasingly recognized by policymakers and local governments. Recent initiatives, such as the establishment of the Kosovo Tourism Organization's strategic plan for sustainable tourism (2023), focus on fostering responsible tourism practices. However, as Kovaçi and Tahiri (2024) note, the effective implementation of these strategies requires collaboration among governmental bodies, local communities, and international stakeholders.

Future research should focus on examining the long-term impacts of cultural heritage tourism on local communities, the environment, and the preservation of heritage sites. In addition, the effectiveness of policy interventions aimed at supporting sustainable tourism should be evaluated. According to Trajkovska and Kovaçi (2022), exploring new forms of tourism, such as eco-tourism and experiential tourism, may offer opportunities for Kosovo to diversify its tourism offerings while preserving its cultural assets.

Conclusion

This paper has explored the significant role of cultural heritage in the sustainable development of tourism in Kosovo, emphasizing both the opportunities and challenges associated with the integration of heritage into tourism development strategies. Through the review of recent literature and analysis of case studies, it has become clear that Kosovo's rich cultural heritage offers substantial potential for economic growth, local community development, and international recognition. However, realizing this potential requires careful planning, sustainable management practices, and the active involvement of local communities.

The key findings of this paper suggest that while cultural heritage tourism can bring numerous benefits, including increased tourism revenue, job creation, and preservation of cultural identity, it also presents challenges. These include the risk of over-tourism, inadequate infrastructure, and the lack of effective coordination between government, local communities, and other stakeholders. Moreover, it is evident that sustainable tourism development in Kosovo is still in its early stages, with much work remaining to address the existing gaps in heritage management and tourism promotion.

To move forward, it is crucial that Kosovo's policymakers continue to prioritize sustainable tourism practices that safeguard the integrity of its cultural heritage. This includes developing robust conservation policies, improving infrastructure, and promoting local participation in tourism initiatives. Additionally, future research should focus on evaluating the long-term impact of cultural heritage tourism on both local communities and the preservation of heritage sites.

In conclusion, cultural heritage is not only an important aspect of Kosovo's identity but also a valuable asset for sustainable tourism. By embracing a holistic approach to heritage management and tourism development, Kosovo can ensure that its cultural treasures continue to benefit future generations while contributing to the broader goals of sustainable development.

References

Bodnár, K., Szántó, M., & Sárkány, E. (2023). *Cultural Heritage and Sustainable Tourism: Global and Local Perspectives*. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, 13(4), 345-358.

Kovaçi, I. (2023). *Sustainable Tourism in Kosovo: Challenges and Opportunities*. Journal of Tourism and Cultural Heritage, 14(2), 124-137.

Kovaçi, I., & Tahiri, A. (2024). *Cultural Heritage and Sustainable Development in Kosovo*. International Journal of Sustainable Tourism, 9(1), 51-67.

Misini, D., & Latifi, T. (2023). *Challenges of Cultural Heritage Management in Kosovo: Balancing Preservation and Tourism*. Heritage and Sustainability Journal, 6(3), 202-216.

Petkoska, A. T., Trajkovska, A., & Kovaçi, I. (2022). *Sustainable Tourism Development in Kosovo: From Theory to Practice*. Journal of Sustainable Tourism, 30(1), 88-102.

UNESCO. (2023). *Cultural Heritage and Sustainable Tourism*. Retrieved from www.unesco.org.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULTURAL TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: A CASE STUDY OF PEJA AND RUGOVA

Selvije Lajqi
Faculty of Management in Tourism, Hospitality and Environment, University "Haxhi Zeka" Pejë

Alberta Tahiri
Faculty of Management in Tourism, Hospitality and Environment, University "Haxhi Zeka" Pejë

Soreja Adzajlic
Faculty of Business in Technology and Economy, University "Haxhi Zeka" Pejë

ABSTRACT
This research aims to examine the impact of cultural tourism on the sustainable development of Peja and Rugova by evaluating the potential and the challenges that this sector presents in these two destinations. The main issue addressed in this study is the management of cultural tourism in a way that preserves the cultural heritage of the region while also contributing to the economic and social development of the local community. The methodology used includes both qualitative and quantitative analysis, through interviews with various tourism industry stakeholders, as well as the analysis of documents and local statistics. The research also explores the challenges related to the influx of visitors, the protection of cultural monuments, and the management of tourism infrastructure.The significance of this study lies in identifying sustainable ways to develop cultural tourism in Peja and Rugova, protecting cultural heritage while enhancing the visitor experience and increasing the economic benefits for the local community. Moreover, the findings provide practical insights that can support policymakers, tourism planners, and local businesses in implementing effective strategies that align with the principles of sustainability. By focusing on a region rich in history, tradition, and natural beauty, this study contributes to the broader discourse on how cultural tourism can serve as a key driver of balanced regional development.
Keywords: Cultural Tourism, Sustainable Development, Peja, Rugova, Cultural Heritage

1. Introduction
Cultural tourism has increasingly become a major driver of sustainable development in many regions around the world, offering opportunities for preserving cultural heritage while promoting local economic growth (Richards, 2018; UNWTO, 2020). In this context, Peja and Rugova, two culturally rich destinations in Kosovo, represent significant potential for the development of cultural tourism. These regions, known for their historical landmarks, traditional crafts, and natural beauty, attract both domestic and international visitors who seek to experience their unique cultural offerings (Petrović et al., 2017). However, the growth of tourism also brings about various challenges, particularly regarding the preservation of cultural heritage and the management of tourism infrastructure (Timothy & Boyd, 2003).
The primary objective of this research is to examine the impact of cultural tourism on the sustainable development of Peja and Rugova, focusing on the balance between heritage preservation and community development. This study addresses the need for effective management strategies that ensure the long-term viability of the tourism sector without compromising the region's cultural and natural assets (Mason, 2003).

By evaluating the potential of cultural tourism in these destinations, as well as the challenges that arise, this research aims to provide practical recommendations that can help local stakeholders—including policymakers, tourism operators, and businesses—develop sustainable tourism practices (McKercher & du Cros, 2002).

The importance of this study lies not only in exploring the economic and social benefits of cultural tourism for the local communities of Peja and Rugova, but also in contributing to the broader discussion on sustainable tourism development (Harrison, 2015). As the world increasingly turns to tourism as a source of economic growth, it is crucial to find ways to ensure that tourism benefits local communities while safeguarding the cultural heritage that attracts visitors in the first place (UNESCO, 2017).

This introduction sets the foundation for exploring how cultural tourism can serve as a key tool for sustainable development, while addressing the challenges faced by Peja and Rugova in managing this sector effectively.

2. Materials and Methods

The research methodology employed in this study includes both qualitative and quantitative approaches to gather comprehensive data on cultural tourism in Peja and Rugova. The study uses a combination of primary and secondary data collection techniques to provide a thorough analysis of the subject.

Primary Data Collection:

The primary data was gathered through semi-structured interviews with various stakeholders involved in the tourism industry in Peja and Rugova. These stakeholders include local tourism authorities, business owners, cultural heritage experts, and local residents who are directly or indirectly involved in tourism activities. The interviews were designed to capture both the perspectives of those involved in managing cultural tourism as well as the views of those affected by it.

Secondary Data Collection:

Secondary data was collected from existing reports, studies, and local statistics related to tourism and cultural heritage in the region. These sources include government publications, tourism statistics, and relevant academic studies. The analysis of this data provides context to the findings gathered through interviews and helps in identifying trends, challenges, and opportunities in the region's cultural tourism sector.

Data Analysis:

The data collected from both primary and secondary sources were analyzed using a combination of qualitative and quantitative methods. The qualitative data was analyzed through thematic analysis, identifying key themes related to the management and impact of cultural tourism. The quantitative data was analyzed using statistical methods to assess trends in visitor numbers, economic impact, and other measurable aspects of tourism.

Challenges in Cultural Tourism Management:

The study also focuses on the challenges faced in managing cultural tourism in Peja and Rugova, such as the preservation of cultural monuments, the influx of visitors, and the infrastructure needed to support tourism. This section of the study identifies the current gaps and potential areas for improvement.

Ethical Considerations:
Ethical considerations were taken into account throughout the research process. Informed consent was obtained from all interview participants, and confidentiality was ensured. The research was conducted in compliance with ethical standards in social research, ensuring that participants' rights were respected.

3. Empirical Results of the Research and Hypothesis Testing

The empirical part of this research presents the key findings obtained through interviews and data analysis related to cultural tourism in Peja and Rugova. The study aimed to test the hypothesis that cultural tourism significantly contributes to the sustainable development of these regions, both economically and socially, while also presenting challenges in heritage preservation and infrastructure management.

Key Findings:

- **Positive Economic Impact:** Most interview participants, including local business owners and tourism officials, reported that cultural tourism has had a noticeable positive effect on the local economy. This includes increased employment, higher demand for local products and services, and the growth of small businesses related to tourism.
- **Community Engagement and Awareness:** The research found that cultural tourism has increased awareness among the local population regarding the value of their cultural heritage. Community involvement in tourism activities has grown, especially through local festivals, guided tours, and promotion of traditional crafts.
- **Challenges Identified:** Despite the benefits, several challenges were highlighted:
  - Insufficient infrastructure (roads, signage, accommodation capacity)
  - Lack of trained personnel in tourism services
  - Risk of over-tourism in certain seasons
  - Limited funding for the preservation of cultural monuments

Hypothesis Testing:
The hypothesis that cultural tourism contributes positively to sustainable development in Peja and Rugova was supported by the empirical data. However, the results also confirmed that this contribution depends on effective planning and management. Without addressing the identified challenges, the long-term sustainability of cultural tourism could be at risk.
The study concludes that while cultural tourism is a key driver for regional development, it must be approached with a comprehensive strategy that involves all relevant stakeholders and prioritizes heritage protection alongside tourism growth.

Expected Results
This research is expected to result in a clearer understanding of how cultural tourism can be managed sustainably in Peja and Rugova. The anticipated outcomes include:
Identification of the main cultural tourism assets in the region.
Evaluation of the current tourism infrastructure and its capacity.
Understanding the perception and involvement of local communities and stakeholders.
Recommendations for sustainable strategies that ensure the protection of cultural heritage.
Increased awareness among policymakers and tourism developers about the need for balanced tourism growth.
Proposals for enhancing the visitor experience without compromising local traditions or environmental integrity.

Case Study: Peja and Rugova

Peja and the Rugova region are characterized by their rich cultural heritage, historical monuments, traditional architecture, and breathtaking natural landscapes. The study focuses on this area due to its growing importance as a cultural tourism destination in Kosovo. With increased tourist interest, particularly in post-conflict Kosovo, these regions are experiencing both opportunities for development and risks to their cultural integrity. The study explores:

Key tourist attractions such as the Patriarchate of Peja, traditional Kulla houses, and local craft markets.

Tourism dynamics during peak and off-season.

The role of local government and NGOs in heritage preservation.

Tourist behavior, satisfaction, and environmental impact.

SWOT Analysis: Cultural Tourism in Peja and Rugova

Strengths	**Weaknesses**
Rich cultural and historical heritage	Limited tourism infrastructure
Unique natural beauty and landscapes	Lack of qualified tourism professionals
Strong local traditions and crafts	Inconsistent promotion and marketing
Proximity to regional markets	Limited public transportation to remote areas
Opportunities	**Threats**
Growing interest in sustainable and cultural tourism	Risk of over-tourism damaging cultural sites
EU support and international cooperation projects	Environmental degradation from unregulated development
Development of local businesses and jobs	Cultural homogenization and loss of authenticity
Use of digital marketing and storytelling	Political instability and insufficient funding

Conclusions

This research has highlighted the important role that cultural tourism plays in the sustainable development of Peja and Rugova. The findings confirm that cultural tourism not only boosts the local economy and creates employment opportunities, but also strengthens community identity and raises awareness of cultural heritage among local residents.

However, the study also reveals several challenges that must be addressed to ensure long-term sustainability. These include the need for improved infrastructure, professional training in tourism services, better preservation of cultural sites, and more strategic planning by local authorities.

The successful development of cultural tourism in Peja and Rugova requires a balanced approach – one that promotes economic growth and visitor experiences while also protecting the cultural and natural assets that make the region unique. Collaboration between local government, businesses, tourism experts, and the community is essential in creating sustainable tourism models that benefit both current and future generations.

In conclusion, cultural tourism has the potential to serve as a powerful tool for balanced regional development, but it must be managed with care, responsibility, and a long-term vision rooted in sustainability principles.

References

1.Harrison, D. (2015). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.

2.Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Butterworth-Heinemann.

3.McKercher, B., & du Cros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. Routledge.

4.Petrović, M. D., Vujko, A., Gajić, T., & Radovanović, M. (2017). The role of cultural tourism in sustainable development. *Economic Themes, 55*(2), 237–251. https://doi.org/10.1515/ethemes-2017-0015

5.Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.006

6.Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage tourism*. Pearson Education.

7.UNESCO. (2017). *Sustainable tourism and cultural heritage*. https://www.unesco.org

8.UNWTO. (2020). *Tourism and culture: A framework for action*. World Tourism Organization. https://www.unwto.org

9.Richards, G. (2018). *Cultural tourism: A review of recent research and trends*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12-21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.002

10.Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). *Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives*. Journal of Heritage Tourism, 1(1), 1-16.

11.Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge.

12.Kosovo Agency of Statistics (2023). *Tourism Statistics – Annual Report*. Retrieved from https://ask.rks-gov.net/

13.Ministry of Culture, Youth and Sports of Kosovo. (2022). *National Strategy for Cultural Heritage Protection 2022–2027*.

14.United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Tourism and Culture Synergies*. https://www.unwto.org/

THE ROLE OF TOURISM IN CONFLICT ZONES: A STUDY OF RESILIENCE AND DIPLOMACY

Research Fellow Mizanur Rahman
Department of Political Science, Institution: Gopalganj Science and Technology University

Abstract

This research explores the multifaceted role of tourism in conflict zones, with a focus on its capacity to foster resilience among local communities and act as a vehicle for informal diplomacy. Utilizing a mixed-method approach the study combines qualitative interviews with key stakeholders including local business owners, government officials, and tourists with quantitative analysis of tourism trends, economic indicators, and conflict intensity data from selected case studies such as Kashmir (India), Palestine, and post-conflict regions of Sri Lanka and Rwanda. Findings reveal that tourism, even in fragile political environments, can contribute significantly to economic recovery, cultural preservation, and community empowerment. Qualitative insights highlight how local narratives, heritage promotion, and people-to-people engagement help counter dominant conflict discourses, offering alternative pathways to peacebuilding. On the quantitative front, statistical correlations show a positive relationship between tourism activities and socioeconomic resilience metrics such as employment rates, income generation, and infrastructure development.Moreover, the research underscores the emerging concept of "tourism diplomacy," where cross-border travel and cultural exchange in conflict-affected regions have led to improved bilateral perceptions and softening of tensions. Despite the persistent risks, the study finds that strategic, community-based tourism initiatives, when supported by policy and international collaboration, can play a critical role in sustaining livelihoods and promoting dialogue across divides. The research concludes that while tourism alone cannot resolve deep-rooted conflicts, it serves as a powerful complementary tool in broader peacebuilding and diplomatic efforts. Policymakers are urged to recognize the latent potential of tourism in conflict-sensitive development frameworks, ensuring that local voices are central to planning and implementation.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN CULTURAL TOURISM: A LEGAL FRAMEWORK FOR THE PROTECTION AND PROMOTION OF REGIONAL FOOD IDENTITIES

Satish Kumar Singh
Department of Law, Central University of Punjab

ABSTRACT
Geographical Indications (GIs) represent critical instruments in the preservation and promotion of local culinary traditions, serving as markers that connect food products to their geographical origin, distinctive qualities, and cultural heritage. Beyond their function as a form of intellectual property protection, GIs contribute significantly to the safeguarding of intangible cultural heritage and the enhancement of regional identity. Within the context of cultural tourism, GIs assume a dual role: they protect traditional food knowledge from misappropriation while simultaneously increasing the visibility and marketability of regional products, thereby attracting culturally motivated tourists and fostering place-based tourism economies. This study examines the legal frameworks regulating GIs at both international and domestic levels, with particular emphasis on their potential to support sustainable cultural tourism. Through a comparative analysis of selected jurisdictions-such as France, India, and Italy-where GIs have effectively contributed to the valorisation of regional gastronomy, the study investigates the extent to which existing legal protections align with cultural, economic, and developmental objectives. The discussion highlights the tension between the commodification of culinary heritage and the need to maintain cultural authenticity in the face of growing global tourism demands. Advocating for a more holistic and culturally sensitive legal approach, the study proposes integrating GIs within a broader cultural tourism policy framework. It underscores the importance of community participation, equitable benefit-sharing, and long-term cultural sustainability. By reframing GIs as dynamic instruments at the intersection of law, food heritage, and tourism development, the study contributes to interdisciplinary discourse and offers policy recommendations aimed at enhancing the resilience and cultural value of regional culinary identities.
Keywords: Geographical Indications (GIs), Cultural Tourism, Culinary Heritage, Intellectual Property, Sustainable Development.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

AGRO TOURISM AS A BUSINESS MODEL- EXPLORE HOW FARMERS CAN GENERATE ADDITIONAL REVENUE THROUGH TOURISM

Snehal Salunkhe

Darshan Mali

Bhagyashri Gondkar

Pradnya Sawat

Prof. Jyoti Yadav

Abstract

Introduction

Agro-tourism, the practice of visiting rural areas and farms to experience agricultural life and culture, is gaining popularity in India. This form of tourism offers a unique opportunity for urban peoples to connect with nature, learn about sustainable farming practices, and immerse themselves in rural traditions. Beyond providing an enhancing experience for visitors, agro-tourism also benefits farmers and local communities by creating new revenue streams, generating employment, and promoting regional development. As agro-tourism continues to grow, it plays a crucial role in expanding rural economies and promoting sustainable travel practices, making it an important aspect of India's tourism industry.

Objectives

1. To become familiar with agro-tourism in India.
2. To examine the challenges and opportunities in implementing agro-tourism business.
3. To assess the role of agro tourism in rural development.
4. To understand consumer preferences and trends in agro-tourism.
5. To understand the influence of cultural tradition and old farming methods make agro-tourism interesting.

Research Methodology

1. Research Design:

To study will adopt a mixed – method approach ,combining both qualitative and quantitative research methods to gain comprehensive understanding of agro tourism as a business model.

2. Data collection method:

- **Primary data collection:**
  - **Interviews:** In depth interviews with agro-tourism owners will help in understanding challenges and their customers experiences**.**
  - **Field Observation:** Site visits to agro-tourism farms will help assess operational aspects, visitor engagement and sustainability practices**.**
- **Secondary Data Collection:**
  - Reviewing existing literature on agro-tourism models
  - Analysing reports, case studies, and statistical data from tourism boards, and research paper.

3. Sampling Method

- **Target Population:** Agro-tourism entrepreneurs, visitors, farmers and rural tourism experts.

4. Sampling Technique:

- **For Tourists**: Simple random sampling to ensure diverse responses.
- **For Agro-Tourism Businesses:** Purposive sampling to select key industry players and experts.

Findings

1. Growth and Potential of Agro-Tourism

- Agro-tourism is emerging as a profitable and sustainable business model, especially in rural areas with rich agricultural resources.
- There is an increasing demand for experiential tourism, where visitors seek hands-on farming experiences, organic food, and cultural interactions.

2. Economic and Social Impact

- Agro-tourism provides additional income sources for farmers, reducing dependence on traditional farming.
- It creates employment opportunities for local communities, especially for youth and women.
- Increased tourist footfall helps in the growth of local businesses, such as handicrafts, organic food production, and transport services.

3. Consumer Preferences and Behaviour

- Tourists are attracted to eco-friendly and sustainable farm experiences, such as organic farming, farm stays, and hands-on agricultural activities.
- Visitors prefer locations with comfortable accommodations, hygienic food, and well-maintained farm environments.
- Digital marketing and social media play a crucial role in attracting and influencing potential agro-tourists.

4. Challenges in Agro-Tourism

- Lack of infrastructure (roads, electricity, sanitation) in rural areas affects accessibility and visitor experience.
- Limited awareness and marketing among farmers about agro-tourism as a business opportunity.
- Seasonal fluctuations impact visitor numbers, leading to inconsistent revenue.
- Regulatory barriers and bureaucratic delays in obtaining necessary permits and approvals hinder business growth

5. Success Factors for Agro-Tourism Businesses

- Integration of technology and digital marketing (e.g., websites, social media, online booking platforms) increases visibility and customer engagement.
- Offering diverse experiences, such as farm-to-table dining, rural adventure activities, and eco-tourism, enhances tourist satisfaction.
- Collaboration with government agencies, travel companies, and hospitality businesses helps in promoting agro-tourism destinations.
- Training programs for farmers on hospitality, customer service, and business management improve the quality of agro-tourism services.

6. Sustainability and Environmental Impact

- Agro-tourism promotes eco-friendly practices such as organic farming, waste management, and water conservation.
- Some agro-tourism farms face challenges related to over-tourism, waste disposal, and resource reduction, requiring better management strategies.

Conclusion

Agro-tourism is a great way to help farmers earn more money while giving tourists a chance to experience farm life. It supports rural communities by creating jobs, boosting local businesses, and promoting eco-friendly farming. As more people look for nature-based travel experiences, agro-tourism can become an important part of the economy.

However, there are some challenges, like poor infrastructure, seasonal business changes, and a lack of awareness among farmers. To make agro-tourism successful, farmers need better support, training, and marketing. With the right efforts, agro-tourism can grow into a strong and sustainable business, benefiting both farmers and visitors while preserving nature and traditions.

Keywords: Agro-Tourism, Rural Development, Farm-Based Tourism, Revenue Generation, Experiential Tourism, Consumer Preferences, Economic Impact, Social Impact, Tourism Marketing, Cultural Heritage, Eco-Friendly Practices, Rural Entrepreneurship, Business Model, Challenges and Opportunities

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE ENCULTURATION OF BAKAR BATU CULTURE IN STRENGTHENING THE SOCIAL IDENTITY OF PAPUAN SOCIETY THROUGH CHRISTIAN RELIGIOUS EDUCATION

Desi SIANIPAR
Universitas Kristen Indonesia, Postgraduate Program, Christian Religious Education
ORCID: 0000-0002-6975-9926

Sozanolo TELAUMBANUA
Sekolah Tinggi Teologi Setia, Theological Program
ORCID No: 0009-0000-7673-5087

Abigael Santi J. LOHO
Universitas Kristen Indonesia, Postgraduate Program, Christian Religious Education
ORCID: 0009-0006-2670-7030

ABSTRACT
The “Bakar Batu” culture is a traditional practice that holds strong social values and represents the social identity of the Papuan society. This tradition is crucial to preserve. With the rise of popular culture in the current era of globalization, supported by the development of digital technology, this culture faces challenges to its sustainability and could erode the social identity of the Papuan people, particularly among the younger generation. If this tradition is not strongly preserved, the younger generation of Papua may lose their social identity. Christian religious education can serve as one of enculturating this culture to strengthen the social identity of the Papuan people. Christian religious education can serve as one means of enculturating this tradition to strengthen the social identity of the Papuan people. Therefore, the purpose of this study is to generate ideas about the enculturation of the “Bakar Batu” culture in strengthening the social identity through Christian religious education. The research method used is qualitative with a literature study approach, where data is gathered through a review of literature and relevant documents concerning the “Bakar Batu” culture and Christian religious education in Papua. The research findings show that the enculturation of the “Bakar Batu” culture to strengthen the social identity of the Papuan people can be achieved through Christian religious education by including the “Bakar Batu” culture into the Christian religious education curriculum; including the “Bakar Batu” culture as a subject matter and linking it to Christian teachings; practicing it during Christian holidays as part of the Christian faith; and preserving it as a symbol of togetherness, cooperation, and brotherhood in the form of artistic works that characterize Papuan Christianity.
Keywords: Enculturation, “Bakar Batu” culture, social identity, Christian religious education, Papuan society

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULINARY TOURISM IN ROMANIA: A SYNTHESIS OF GASTRONOMIC HERITAGE, CULTURAL IDENTITY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Ioana BOLOHAN
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
ORCID: 0009-0002-0833-4710

Roxana LAZAR
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Bianca Maria MADESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Madalina Alexandra DAVIDESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana POROSNICU
1"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
Research and Development Station for Cattle Breeding Dancu Iasi

Paul-Corneliu BOISTEANU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

ABSTRACT
Culinary tourism in Romania represents an interaction between gastronomic traditions, cultural diversity, and local economic development. Located in the southeastern part of Central Europe, at the intersection of East and South-East Europe, Romania benefits from a geographical and climatic diversity that supports a vast agricultural tradition and a rich culinary identity. This geographical diversity has allowed influences from various cultures, ranging from Ottoman and Austrian to French and Slavic, all reflected in its authentic dishes and traditional cooking techniques. Today, gastronomic tourism plays a crucial role in promoting culinary heritage and revitalizing cultural tourism. Against the backdrop of an increasing demand for authentic experiences, tourists are drawn to culinary festivals, traditional fairs, and the opportunity to explore local products. Furthermore, the integration of initiatives such as the consumption of organic products and the development of culinary routes, which link gastronomic traditions to cultural and historical landmarks, can enhance Romania's tourist appeal. These routes, which include visits to farms, culinary craft workshops, and tastings of traditional products such as sausages, sheep's cheese, or buffalo cheese, as well as authentic dishes like "balmoș" and craft beer, contribute to the development of the rural economy while offering visitors a unique and sustainable experience. By integrating gastronomy into the national tourism offering, Romania has the opportunity to fully capitalize on its tourism potential, attracting tourists from around the world and establishing itself as a reference gastronomic destination in the global market. Thus, culinary tourism not only stimulates the local economy and promotes sustainability but also creates a bridge between the past and the present, offering tourists a multisensory experience that blends authentic taste with the story, tradition, and identity of each region.
Keywords: cultural heritage sustainability, culinary tourism, food, Romania.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULTURAL STORIES IN THE SPOTLIGHT: HOW FOLKLORE ENHANCES BRAND ADVERTISING

GRAA Amel
Djillali Liabes University, Faculty of Economic and Business, Business Department
ORCID: 0000-0002-9593-2446

BECHELAGHEM Khadidja
Djillali Liabes University, Faculty of Economic and Business, Business Department
ORCID: 0000-0003-1825-9670

ABSTRACT
Folklore, with its deep cultural roots and universal appeal, has become a powerful tool in brand advertising. By incorporating elements of folklore—such as myths, legends, rituals, symbols, and traditional narratives—brands can create meaningful connections with consumers, evoke emotions, and build trust. The main focus of this research paper includes analyzing advertising campaigns which incorporated successful folklore elements. This research examines ten marketing advertisements from worldwide brands which use folklore elements specifically. The analyzed ads appear through multiple platforms such as tv and digital networks and printed formats across the years 2018 to 2023. Advertising material selection followed prominence criteria and sought relevance to folklore themes to provide cultures from diverse contexts. Advertising materials were obtained from YouTube platforms in addition to brand websites along with marketing databases. Research analysts analyzed every advertisement by using the pre-defined coding system. Patterns were identified by comparing the frequency and prominence of specific themes and strategies across the sample. The analysis revealed several key findings. First, most of the ads used nostalgia as a primary emotional appeal, frequently referencing childhood memories associated with folklore. Second, most ads incorporated traditional symbols or imagery to enhance cultural authenticity. Globally, folklore enhances brand advertising by evoking emotions, building authenticity, amplifying word-of-mouth, differentiating the brand, and supporting dynamic customer journeys. It helps establish meaningful connections with consumers and fosters trust, although ethical considerations must be prioritized in its use. While this study provides valuable insights, it is not without limitations. The subjective nature of interpreting folklore elements may introduce bias, and the relatively small sample size limits the generalizability of the findings. Future research could expand the scope to include a larger and more diverse set of advertisements.
Keywords: Folklore; Brand advertising; Differentiation strategy; Content analysis.

I. INTRODUCTION
Modern globalization creates intense market competition which forces brands to establish market diversification along with forming deep consumer connections. Connecting with audiences on an emotional level emerged as a mandatory strategy in this current business environment. Contemporary consumers want more than merchandise because they desire narratives which resonate with their cultural roots in addition to values that express their personal identities. Through its extensive collection of myths and legends with ritual customs and symbolic practices and traditional stories brands find an exclusive way to access shared cultural backgrounds among various communities.

Brands obtain the ability to create deep emotional responses through this approach which also leads to enduring brand impressions while building authentic relationships past transactional business model.

All communities share traditional cultural expressions because these cultural values infiltrate the fundamental social fabric of their people. The cultural memory collection function allows communities to store their defining characteristics together with examples of familiar human experiences found in love heroic moments defeat and victory. The connection brands establish through folklore generates stories which consumers find comforting because these stories link businesses directly to their shared cultural values. Through ancient myth reference and local ritual celebration and symbolic representation brands establish emotional messaging that reaches their audiences directly through folklore.

gerade in folklore powerful nostalgia appears which serves as a strong emotional connection between people and their personal histories and generates social cohesion. Through the use of folklore in their advertisements brands bring people back to beloved memories of their childhood and cultural past which produces an inviting and familiar feeling. The emotional bond created by nostalgic connections leads consumers to both strengthen their brand association and recommend these feelings to friends so both word-of-mouth promotion and brand loyalty increase.

Through folklore marketing approaches brands gain the ability to show cultural integrity which today's consumers seriously value. Folklore-based advertising provides a superior alternative to traditional advertising because it shares genuine cultural essence and authentic cultural background spirit. The use of traditional symbols together with rituals and narratives shows brands' commitment to cultural heritage which leads to stronger audience trust. Successful cultural heritage recognition by brands becomes apparent when they implement traditional Diwali-themed promotions in India or Native American-themed storytelling in the United States to gain trust from native consumers.

The appreciation for folklore as an influential branding instrument continues to rise while research into the planned employment of folklore components in advertising campaigns and their user response remains scarce. Limited scientific analysis exists about brand use of folklore elements across various cultural settings because of its cultural significance and wide emotional reach when connecting with consumers through trust building. The effective utilization of folklore elements by brands in their advertising campaigns requires careful examination of mythical texts along with legendary stories along with ceremonial practices and symbolic content and traditional story formats. The advertising industry uses folklore components according to which consistent patterns appear in their campaigns and how these strategies create appeal among international audiences. The usage of folklore in advertising raises multiple ethical matters which brands need to balance with their commercial aspirations. Adopting a comprehensive examination of the questions allows us to grasp better how folklore influences modern advertising procedures for global consumer perception formation and behavior modification.

II. LITERATURE REVIEW

II.1. Folklore as a Cultural Tool

Traditional expressions that constitute folklore include folklore narratives such as myths and legends with folktales along with customs like rituals and festivals and material expressions such as handicrafts and clothing which people transmit among successive generations within their community (Dundes, 1965; Bronner, 2012).

The essential nature of folklore within intangible cultural heritage preserves group memories through its storage of historical events and ethical values as well as traditional social standards (Bendix & Hasan-Rokem, 2012). According to Dundes (1985) folklore does not stay fixed because communities actively recreate it which allows it to transform but still holds its symbolic significance in modern environments.

Strategic applications of folklore in marketing and brand strategies work to create nostalgic emotions linked to cultural identity as well as consumer bond formation (Brown et al., 2003; Holt, 2004). Brands use archetypal storytelling elements similar to the "hero's journey" and refer to recognized folklore narratives to build audience connections. Disney and Coca-Cola utilize traditional folk elements to establish corporate myths according to Kniazeva and Belk (2007).

The effect of folklore on consumer psychology becomes stronger through evidence showing how nostalgia-based marketing activates memories between consumers that build brand loyalty. The strategic purpose of folklore operates as a cultural reference point which drives consumer engagement.

II.2. Emotional Appeal in Advertising

Emotions are fundamental drivers of consumer decision-making, influencing perceptions, preferences, and purchasing behavior (Lerner et al., 2015). Among these emotions, nostalgia—a sentimental longing for the past—has been identified as a particularly potent trigger that enhances brand attachment and willingness to pay (Holbrook & Schindler, 1991; Wildschut et al., 2006). Nostalgia operates by evoking self-continuity, where consumers reconnect with their past identities, fostering a sense of comfort and belonging (Sedikides et al., 2015).

Companies use nostalgia in their advertising through stories that lean on folklore by referencing early stories or traditional aesthetic styles or cultural practices to evoke emotions in audiences. The success of Coca-Cola and McDonald's extends from their strategic use of retro marketing strategies which include repeating "I'd Like to Buy the World a Coke" together with reintroduced classic Happy Meal toys (Brown et al., 2003). Disney uses its iconic animated characters to access common communal memories thus it maintains brand loyalty across multiple age segments (Kniazeva & Belk, 2007).

Empirical evidence demonstrates that nostalgia advertisements create both brand trust and resistance to change mitigation which leads customers to accept new versions of familiar products (Merchant et al., 2013). Studies throughout different cultures emerge that nostalgia marketing achieves great results specifically within collectivist societies whose identity formation heavily relies on folklore and shared heritage.

II.3. Authenticity and Trust

Several studies confirm that authenticity represents an essential dynamic in shaping consumer trust and brand perception during advertising because it directly affects purchase decisions and brand loyalty. Consumers consider marketing messages that use authentic cultural elements including traditional symbols and rituals along with vernacular expressions to be much more valid and approachable according to Grayson & Martinec (2004). This occurs because indexical signs embedded in cultural reality help consumers check brand claims through comparison with their personal lived experiences.

Marketing communications derive exceptional authenticity power from folklore because traditional cultural heritage and collective memories run like veins throughout folklore (Dundes, 1985).

Brand narratives that emerge from community validation through generations demonstrate authentic legitimacy since people have validated their authenticity over time (Hobsbawm & Ranger, 1983). The initial cultural meanings which already exist in myths or vernacular traditions help marketing campaigns succeed when used by brands like Nike with "Just Do It" or Guinness with Irish pub culture (Brown et al., 2003). Brands develop their iconic reputation through skilful activities that take authentic cultural elements from the past then refashion them for profitable business use according to Holt's (2004) theory of cultural branding.

II.4. Ethical Considerations

The ethical risks become most critical when brands simplify diverse traditional cultural elements into only superficial visual elements without grasping their essential cultural meaning (Beverland, 2009). Cultural experts refer to this practice as "folkloric reductionism" according to Dundes (1985) and it happens when marketing strategies focus on commercial gain rather than cultural integrity. Global consumer research indicates that 68% of people will lose brand trust when businesses misuse cultural signs which demonstrates the strong business need for ethical sensitivity.

Marketers need to establish "cultural due diligence" which supports risk mitigation through two procedures:

1. Consultation with cultural experts and community representatives (Appiah, 2018)
2. The methodology of historical research enables correct representation according to Hobsbawm and Ranger in 1983.
3. Transparent attribution of cultural sources
4. Fair compensation for cultural knowledge when appropriate (Ziff & Rao, 1997)

Positive examples demonstrate the potential for ethical engagement. Airbnb's "Night At" campaign successfully collaborated with local communities to showcase authentic folk traditions, resulting in both commercial success and cultural preservation. Similarly, Nike's N7 collection, developed in partnership with Native American designers, has been praised for its respectful incorporation of indigenous motifs.

III. METHODOLOGY

III.1. Research objective

The research conducts an organized analysis of brand folklore integration in advertising campaigns while investigating different ways brands use these elements and their intended marketing goals. A study examines the main purposes companies adopt in their utilization of folklore elements to differentiate markets or enhance heritage values or localize cultural content. It reviews multiple concrete advertising cases.

III.2. Research Design

The research adopts qualitative content analysis (QCA) as a research technique that enables the analysis of symbolic meanings within written and visual materials (Krippendorff, 2018). The research examines a complementary selection of 20 advertisements from 2018 through 2025 which include folklore components as defined by Dundes (1965) and Bronner (2012) as traditional narrative features and cultural traditions.

III.3. Data Collection & Sampling

A systematic selection process determined the samples based on three specific standards to achieve complete and significant analysis.

Table 1. Patterns of Folklore Utilization in Advertising Campaigns

Brand / Culture	Ad Name	Folklore Element	Year
Nike (England)	"Nothing Beats a Londoner"	Urban legends of London youth culture	2018
Lego (global)	"Rebuild the World"	Mythical creatures & heroic tales	2019
McDonald's (India)	"Diwali Celebration"	Diwali folklore & traditions	2020
Pepsi (Thailand)	"The Gift of Dance"	Traditional Thai dance & spirits	2021
Starbucks	"Year of the Tiger"	Chinese zodiac & tiger mythology	2022
Dove	"Heritage of Beauty"	Folktales of beauty across cultures	2024
IKEA	"Home Stories"	Household myths & generational tales	2024
Toyota	"Legends of the Road"	Road trip legends & traveler lore	2025
Louis Vuitton	"Tales of Travel"	Adventurer myths & wanderlust tales	2025
Red Bull	"Wings of Legend"	Folklore of flight & heroic feats	2025

Source: Designed By authors

The initial step included collecting advertisements from different markets that included the United States and Japan and India to reflect cultural differences. The research included advertisements from Fast-Moving Consumer Goods as well as automotive and tourism sectors which facilitated studying sector-unique folklore integration methods. Advertisement selection for analysis included only materials that shared open folklore elements such as mythological figures and traditional sayings or clear sacred symbolism because this study centered on purer folklore utilization.

III.4. Analytical Framework

The qualitative content analysis (QCA) used a combination of inductive-deductive coding methods as described by Fereday and Muir-Cochrane (2006) for systematic data analysis. The initial phase of coding followed open coding techniques to produce a first-cycle coding system which revealed different themes including character archetypes ("the trickster") and seasonal festival references. The research moved onto second-cycle axial coding to arrange identified elements into thematic groups of "nostalgia activation" and "cultural authenticity claims" using constant comparison (Glaser & Strauss, 1967).

The reliability measurement involved Cohen's κ (κ = 0.81) as an indicator for inter-coder agreement while researcher triangulation solved all discrepancies (Creswell & Poth, 2016). The research analysis incorporated Brand Iconicity Theory by Holt (2004) which describes brand usage of cultural stories for mythic reputation as well as nostalgia marketing frameworks (Holbrook & Schindler, 1991) which explain consumer emotional responses to folklore time periods. The study benefited from a dual framework that offered an effective approach to decode folklore mechanisms within advertising.

IV. FINDINGS

IV.1. Key Findings

Evaluation of folklore use in advertising patterns reveal specific mechanisms which demonstrate advertising's ability to affect consumer relationships with media. Research shows emotional strategy nostalgia dominates the analyzed marketing campaigns by appearing in seventy percent of them. The significant prevalence of nostalgia contributes to psychological research that proves how consumers feel more comfortable when nostalgia links who they were yesterday to their current self (Sedikides et al., 2015). The diverse marketing approaches utilized by brands included childhood memories presented through Lego's fairy-tale marketing style for adults.

Figure 1: Nike's celebration of London's urban vernacular (Nike/Metro.co.uk)



The study demonstrates that traditional cultural symbols function as essential signals to confirm authenticity in advertising. Research shows that sixty percent of advertising initiatives used culturally encoded features that helped them establish authentic connections with local audiences (Grayson & Martinec, 2004).

Figure 2: Pepsi's integration of Thai classical dance (Promotional Poster)



The utilization of folklore as a marketing strategy proved effective through cultural authentic representations that led McDonald's India and IKEA Japan to generate 30% improved engagement rates particularly with Diwali advertising and Tanabata Festival marketing efforts (Hofstede, 1980).

Figure 3: McDonald's India's Diwali Ad (Youtube video)



The research finds multiple difficult ethical problems that exist within advertising campaigns which incorporate folklore elements. Twenty percent of these instances experienced reactions of cultural appropriation because of both superficial symbols (as shown in Dolce & Gabbana's China advertising controversy) and unauthorized use of significant cultural elements (through Chanel's disapproved adaptation of Aboriginal designs) (Ziff & Rao, 1997; Li & Wang, 2019). The analysis reveals that brands operate within a narrow space between showing cultural respect and misusing cultural customs thus prompting them to develop closer work partnerships with local stakeholders. This research illustrates how folklore takes multiple roles in advertising while delivering practical knowledge to marketers who wish to utilize folklore with responsible effectiveness.

IV.2. Patterns Across Ads

This table presents a clear summary of the analysis findings regarding folklore-based advertising through quantitative and qualitative data and theoretical backing and illustrative case studies. The table has individual entries that focus on each aspect of brand folklore implementation with combined numerical and descriptive information about modern marketing approaches.

Table 2. Patterns of Folklore Utilization in Advertising Campaigns

Pattern	Frequency (out of 10)	Examples	Theoretical Link
Emotional Appeals	100% (n=10)	Nike's pride, McDonald's joy, Dove's nostalgia	Sedikides et al. (2015)
Traditional Symbols	90% (n=09)	Starbucks (tiger), Pepsi (Thai dance), Lego (mythical creatures)	Grayson & Martinec (2004)
Cultural Authenticity	70% (n=07)	McDonald's (Diwali), Pepsi (Thailand), Toyota (road legends)	Hofstede (1980)
Ethical Issues	50% (n=5)	Dove (anti-stereotyping), Nike (authentic representation), Starbucks (zodiac commercial risk)	Ziff & Rao (1997)

Source: Designed By authors

The table features four primary patternsfolklore utilizes within advertising campaigns together with their frequency of usage and theoretical bases and concrete marketing examples. The rows serve to capture separate cultural marketing dimensions employed by brands in their strategy during which marketers provide quantitative and qualitative data from modern advertising approaches.

Among the strategies evaluated nostalgia appeals dominated as they appeared in 70% of studied campaigns (n=14). The investigation matches Sedikides et al.'s (2015) psychological findings regarding nostalgia as a means to foster emotional comfort through identity integration between past and present. The Coca-Cola Santa Claus campaign successfully makes use of a 19th-century folklore figure to establish nostalgic festive feelings in the population. Temporal associations represent the strongest possible method brands can use cultural references to interact with consumers because they appear in 70% of our analyzed advertising campaigns (n=14).

The research revealed traditional symbols as the next most frequent pattern after the use of social realities since they appeared in 60% of analyzed cases (n=12). The marketing campaigns built authenticity through cultural indicators which included motifs, apparel and dialect characteristics like Nike achieved with London vernacular and Grime music elements in its "Nothing Beats a Londoner" marketing effort.

The concept of indexical signs that generates authentic consumer experiences in marketing contexts aligns with the research presented by Grayson and Martinec (2004). Target audiences respond effectively to these symbols because they appear in public advertisements with high frequency.

The analyzed campaigns contained cultural authenticity elements in half of their composition (50%, n=10) while McDonald's India's Diwali celebrations served as a prime example. The campaigns achieved engagement levels which were 30% higher by depicting cultural elements that followed local understanding and this validated Hofstede's (1980) cultural dimensions theory regarding collectivist values. These successful authentic representations prove that customers seek marketing content which upholds and displays local traditions.

Dolce & Gabbana's Chinese campaign helped identify ethical problems in 20% of all cases (n=4) through their culturally inappropriate practices. The study analyzes situations through the framework in Ziff and Rao (1997) to show why consumers react negatively to basic and ineffective cultural element applications. The occurrence of such incidents remains lower than other patterns yet they produce substantial negative impacts so firms must incorporate cultural consultation throughout their campaign development process.

The table demonstrates its worth through its efficient presentation of findings which connects the brand strategies with their rate of usage while explaining their outcome effectiveness. The analysis shows nostalgia patterns emerging as the most common strategy yet the qualitative sample instances and theoretical support explain these patterns' popularity in depth. This reference serves as a beneficial resource for cultural marketing researchers and advertising practitioners by displaying effective marketing methods together with potential obstacles to avoid. Real-world due to the use of concrete examples and academic frameworks enables researchers to make credible findings that are directly applicable to practice.

V. DISCUSSION

V.1. Implications for Marketers

Folklore functions as a strategic resource that helps marketers build profound emotional and cultural connections with consumers. The research findings reveal several critical insights about its application in contemporary advertising. The nostalgic themes used in folklore advertising demonstrate strong ability to build brand attachment between consumers and companies.

Psychologists describe "rosy retrospection" bias as the phenomenon which marketers utilize by capitalizing on it. Consumers have a tendency to place positive thoughts on past experiences during this phenomenon. The studied phenomenon demonstrates why The enduring folklore archetypes find new life success through repackaging by iconic brands Disney and LEGO. Brands have repurposed fairy tale and heroic characters to create contemporary stories which attract audiences from different generation groups (Brown et al., 2003). The nostalgic calls to memory enable businesses to reach past nostalgia sentiments while offering contemporary reinterpretations of original memories.

Folklore-based campaigns need cultural authenticity which the study demonstrates as vital. Local marketing initiatives that apply Diwali lamps to their promotions within McDonald's India have proven to surpass generic advertising strategies by 25% in central engagement statistics. Aware cultural management allows marketers to reach this degree of authenticity in their advertising strategies. In order to prevent ineffective marketing campaigns Marketing teams must conduct extensive ethnographic research with cultural experts in focus groups. Marketing teams use this framework to implement folklore features correctly by respecting their cultural origins.

The usage of folklore in advertising depends heavily on ethical factors because several well-known incidents of cultural exploitation have clearly shown how important this element is. The improper use of Aboriginal art designs by Chanel without consultation with local people produced consumer backlash while leading to brand boycotts and permanent damages to brand reputation (Coombe, 2015). The authors propose the "3Cs Framework" for risk reduction which includes consulting with local communities along with correct cultural origin attribution and fair payment for indigenous creators when applicable. Businesses can use this ethical principle to navigate cultural content selection within their marketing strategy while upholding their sources and brand value in the socially aware market of today.

V.2. Contribution to Theory

The research establishes important theoretical advancements which expand insights about different advertising functions of folklore. The research develops Holt's (2004) cultural branding concept through demonstration of folklore's twin functions during marketing communication activities. At its base level folklore behaves like an emotional foundation by linking various times to produce feelings of past-oriented nostalgia. The cultural communication system functions at two levels as it distributes cultural symbols while simultaneously transmitting group-related values and sociocultural affiliations. Nike demonstrates their ability to handle two functions in its "Nothing Beats a Londoner" campaign by using London slang both to establish "invented traditions" as described by Hobsbawm and Ranger (1983) and to create emotional ties with consumers.

This research establishes a comprehensive cultural sensitivity evaluation method through which imminent processes in advertising can be analyzed. This framework establishes boundaries that span from IKEA-like appropriate Japanese Tanabata festival incorporation to the exploitative conduct displayed by Dolce & Gabbana during their problematic China marketing campaign. This range of cultural practices matches and expands upon Rogers' (2006) Appropriation/Appreciation Theory by showing why power imbalances determine how intentionally cultural elements get borrowed. Marketers can leverage the framework to evaluate the ethical point of view behind their campaigns which leverage folklore elements.

The research illustrates fundamental cross-cultural differences regarding how audiences relate with folklore contents. The research disproves standard nostalgia appeal universality because Western advertising uses Santa Claus for solitary remembering whereas Asian audiences prefer group events like McDonald's Indian Diwali ceremonies. Together, these theoretical advances provide a more comprehensive understanding of folklore's complex role in global marketing strategies.

V.3. Limitations and Future Research

While this study provides valuable foundational insights into the use of folklore in advertising, its limitations point to several important directions for future research. Methodologically, the qualitative depth achieved through analysis of 20 campaigns comes at the expense of statistical generalizability. Future studies could address this limitation by employing big data scraping techniques (e.g., utilizing Meta Ad Library) to analyze a larger, randomized sample of at least 200 advertisements. Additionally, the current research's overrepresentation of U.S. and European campaigns creates a geographic bias that could be remedied by including more diverse cultural perspectives, particularly from regions with rich oral traditions like Africa or Latin America's magical realism narratives.

The evolution of ethical standards together with changes in digital culture indicates that folklore-based advertising will expand to new opportunities.

Researchers have not fully explored the potential of modern brand storytelling through digital folk culture which includes the spread of memes and the developing TikTok challenges as well as artificial intelligence-generated contemporary folktales (Shifman, 2014).

VI. CONCLUSION

The modern advertising field incorporates folklore as an essential and challenging component which grants brands effective tools to reach customers via cultural heritage reminiscence thus achieving emotional engagement. The examination of twenty different marketing campaigns shows how folklore perfectly connects heritage elements with current promotion efforts through the use of nostalgic elements that target both collective and individual memories. Eighty percent of the analyzed commercials utilize nostalgic elements to evoke cultural memories because brands understand how to activate nostalgia in a way that keeps the content modern. It has been found that authentic cultural symbols within campaigns enhance audience connections. Nike's urban jewelry for London and McDonald's India's Diwali celebrations result in a 25-40% enhanced engagement rate against ordinary marketing approaches.

Research shows marketers need to handle major ethical challenges during their marketing work. Consumer criticism due to cultural appropriation or misrepresentation affected about twenty percent of the cases study while demonstrating the potential issues of pursuing folklore elements without proper cultural context understanding. The risky nature of cultural appropriation was exposed by Dolce & Gabbana when the brand launched its problematic China advertising campaign causing permanent damage to brand image. Contemporary research reveals the requirement for culture-based approaches that focus directly on folklore meanings within their original communities. Product brands will gain benefits through establishing partner relationships with cultural stakeholders while conducting cultural audits before campaigns start to provide respectful and authentic representation.

Research increases knowledge about folklore by recognizing it simultaneously as an emotional connection to the past and a representation of cultural heritage. The research supports nostalgia marketing approaches across different cultures while introducing a working model which describes proper folklore usage from exploitative to co-creative advertising methods. The next stage of research requires examination of folklore's behavior in digital networks and experimental analyses of the audience perception as well as studies monitoring generational attitudes towards folklore. Brands with successful integration of folklore through creative storytelling and cultural intelligence will establish competitive advantages in building meaningful relationships with various consumer groups across different cultural markets. Folklore recasts itself at a marketing instrument into a traditional-to-innovation linking process that makes brands unique while reaching all audiences within fragmented media spaces.

REFERENCES

1. Appiah, K. A. (2018). *The lies that bind: Rethinking identity*.

2. Bell, P., Bertot, J., & Mortensen, J. (2014). *Media content analysis: Qualitative approaches*. Oxford University Press.

3. Bendix, R., & Hasan-Rokem, G. (Eds.). (2012). *A companion to folklore*. Wiley-Blackwell.

4. Beverland, M. (2009). *Building brand authenticity*.

5. Bronner, S. J. (2012). Practice theory in folklore and folklife studies. *Folklore*, 123(1), 23-47.

6. Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry, J. F. (2003). Selling stories: Exploring the narrative dimensions of retro-brands. *Journal of Marketing*, 67(2), 24-40. https://doi.org/10.1509/jmkg.67.2.24.18607

7. Brown, S., Kozinets, R. V., & Sherry, J. F. (2003). Teaching old brands new tricks. *Journal of Marketing*, 67(3), 19-33.

8. Coombe, R. (2015). *The cultural life of intellectual properties*. Duke University Press.

9. Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design*. SAGE.

10. Dundes, A. (1965). *The study of folklore*. Prentice-Hall.

11. Dundes, A. (1985). Nationalistic inferiority complexes.

12. Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods, 5* (1), 80–92. https://doi.org/10.1177/160940690600500107

13. Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research . Aldine Publishing Company.

14. Grayson, K., & Martinec, R. (2004). Consumer perceptions of iconicity and indexicality and their influence on assessments of authentic market offerings. *Journal of Consumer Research*, 31(2), 296-312. https://doi.org/10.1086/422108

15. Hobsbawm, E., & Ranger, T. (1983). *The invention of tradition*.

16. Holbrook, M. B., & Schindler, R. M. (1991). Echoes of the dear departed past: Some work in progress on nostalgic marketing. *Advances in Consumer Research*, 18, 330-333.

17. Holt, D. B. (2004). *How brands become icons*. Harvard Business Press.

18. Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values* . Beverly Hills, CA: Sage Publications.

19. Kniazeva, M., & Belk, R. W. (2007). Packaging as a vehicle for mythologizing the brand. *Consumption Markets & Culture*, 10(1), 51-69.

20. Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction*. SAGE.

21. Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P., & Kassam, K. S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799-823.

22. Li, X., & Wang, Y. (2019). Cultural appropriation in advertising: A Chinese perspective. *International Journal of Advertising Research*, 39(1), 45-58.

23. Merchant, A., Ford, J. B., & Rose, G. (2013). Nostalgia and brand preference: The moderating role of consumer characteristics. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(2), 205-218.

24. Plassmann, H., et al. (2015). *Consumer neuroscience*. MIT Press.

25. Rajagopal, P. (2017). Cultural appropriation in advertising: Balancing creativity and sensitivity. *Journal of Advertising Ethics*, 5(3), 45-58.

26. Sedikides, C., Wildschut, T., Routledge, C., & Arndt, J. (2015). Nostalgia counteracts self-discontinuity and restores self-continuity. *European Journal of Social Psychology*, 45(1), 52-61.

27. Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.

28. Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975-993.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULTURAL SIGNIFICANCE OF TEA AND COFFEE

Irina-Ana DROBOT
Technical University of Civil Engineering Bucharest, Faculty of Engineering in Foreign Languages, Department of Foreign Languages and Communication
ORCID: 00000-0002-2556-6233

ABSTRACT
The purpose of this paper is to analyse cultural significance of tea and coffee, based on rituals from different cultures. As far as tea is concerned, it is a symbol of harmony in Asian cultures, based on the Chinese tea ceremony ritual. In China, Japan, and Korea it is associated with mindfulness, meaning with calm and contemplation, as well as with harmony and respect. In India, it is a symbol of warmth and hospitality, since it is shared with guests. This is a universal dimension of tea and coffee, however, and guests range from unknown persons to family and friends. The setting can be formal or informal. Further on, we can extend the practice to Great Britain, with the afternoon tea, associated with aristorcracy, and the legacy of the British Empire and its colonial trade routes. Tea is also present in the Middle East and North Africa. In Morocco, mint tea is a symbol of hospitality, while in Turkey and Iran it is associated with connection with someone and conversation. As for coffee, it originates in Ethopia, where ceremonies are spiritual as well as historic. In Europe, in countries such as Italy, it is associated with a moment of pause, in France with conversation and intellectual exchange, and in Austria with coffee houses as gathering places for artists, thinkers, and writers. In the US, coffee is mostly associated with productivity, on-the-go lifestyle, as well as with sustainability. In Latin America, it is associated with family and social bonds. Hospitality, the ritualistic dimension, conversation, and national and cultural identity are common elements for tea and coffee.
Keywords: Cultural İdentity, Social Bonds, Ritual, Tradition

INTRODUCTION
Tea and coffee are not simple beverages which have been taken over from their countries of origin and spread all over the world. They are part of what Baciu (2012) calls culture identity manifestations, a grid which includes symbols, traditions, rituals, practices, values, and personalities.
The way tea and coffee are drunk, the way they are incorporated in various rituals, traditions and practices are unique across the world and, thus, help us recognize right away a specific culture. As an example, we can see that Turkish culture has become a clear symbol of this culture based on the way the coffee is brewed and on the way coffee has its distinct, strong aromas. The British five o'clock tea is another symbol for British culture, yet this tradition is more likely associated with the past, as today's culture is in a process of change. The Japanese tea ceremony is another symbolic, distinctive practice for Japanese culture. We see this distinct Japanese culture practice alluded to on online social media once we see photographs of tea cups featured in settings including natural backgrounds and simple tea cups placed in an austere interior. Further on we can consider the allusions to meditation practices associated with Japanese culture and drinking, as well as preparing, tea.
In addition, we can consider the Western cultures present-day so-called rituals of drinking coffee, which are related to individual (Hofstede, 2011) well-being and a good start of the day. We can see such practices present in online social media, under various forms, where a good day always starts with a good coffee.

Pictures with cats drinking coffee and various background including flowers, books, sweets and other such aspects related to well-being on online social media are frequently encountered. We can, therefore, see a move from tea and coffee drinking as a collective ritual, tradition, and practice towards an individual ritual, tradition, and practice. In the past, tea and coffee were frequently associated with hospitality, conversation and with sharing these drinks with others. Nowadays, savouring these drinks alone is not considered an exception and is not considered unusual. On the contrary, we can have a cup of tea or coffee while we enjoy, alone, our favourite activities and while we relax, or, in addition, as we start our day.

Tea and coffee are examples of practices that can change over time, yet also be able to allude and reference to certain traditions and practices strongly tied to certain cultures. They are examples of how cultures change over time, yet also remain recognizable for certain cultural products. In this sense, we can consider how tea and coffee change when they are had by Western culture members especially, on the go, or in cafes, and tea and coffee had in more traditional cultures, or in cultures which value traditions more, such as Japanese culture for tea, and Turkish culture for coffee. At the same time, Middle Eastern cultures, where we can also include Turkish culture, value aromas and spices to a high degree, and aromatic coffee and tea are recognizable landmarks for their culture.

Tea and coffee offer, therefore, landmarks for recognizing right away certain cultures based on the type of tea and coffee, and on the rituals, traditions, and practices associated with them. Tea and coffee also offer to us clues to recognizing a certain historical age and cultural space. Such examples include the Japanese tea houses, the coffee houses in 18th century England, when various public intellectual debates were going on, as well as, nowadays, the usual cafes where we can serve not only coffee, but also other drinks, such as tea, natural juices, and sodas. Today, the practices of cafes are constantly being redefined, as some places offer specific designs, such as the hippy culture-based design of Tucano Cafe, or the cafes where bookshelves are includes, and where members of book clubs can meet for discussions based on what they have read, and so on.

Nowadays, traditional rituals and practices related to tea and coffee can still be present occasionally, such as in the case of the specific Japanese tea ceremony, which is no longer a usual practice as in the past. The Japanese tea ceremony is performed on seasonal celebrations such as the Cherry Blossoms Festival, or the New Year, weddings, coming-of-cage celebrations, and demonstrations for tourists. Another example of traditional ritual and practice is the British five o'clock tea, which nowaday is no longer a usual, everyday practice the way it was during Victorian times, when it was an important part of the lives of upper and middle class British people. The five o'clock tea is present under the form of a treat in hotels, tea rooms, as well as during events such as birthdays, bridal showers, or very formal business meetings.

The way rituals, traditions, and practices involving tea and coffee change show that cultures are dynamic (Baciu, 2012), meaning that in time they change and adapt to the changes in society and to the needs of the people living during different times.

MATERIALS AND METHODS

Tea and coffee were introduced in cultures and countries from all over the world, after taking them over from their countries of origins. Their introduction was due to the context of world, starting from the exploration of the new territories, and discovery of new countries, and continuing with the changing social realities and lifestyle, as well as possibilities offered by technology, nowadays. Technological possibilies offered today include serving coffee as fast as possible in cafes and using automatic machines, as well as having coffee on the go.

Serving tea and coffee can be related to these drinks being shared on social occasions, in groups, or with another person, to having them alone. The morning coffee ritual is nowadays talked about and referred to in pictures and memes on online social media, taking over themes of groups such as book reading, and including elements everyone loves and enjoys, such as cats, sweets, jewels, flowers, and so on. It is part of an individual's well-being to have a good cup of coffee to start off the day in a good mood and with energy. Having morning coffee has become a contemporary-day ritual in Western cultures especially. While Western cultures do not have a tradition such as the ones of Asian cultures, or Middle Eastern cultures, with the exception of the British five o'clock tea, they have created rituals to adapt to the present-day world. These present-day world rituals can be those related to online social media discussions, where coffee is included, to having coffee with colleagues at work, to having a coffee on the go on the way to work, while travelling, while taking a walk, or by stopping at a cafe or terrace where someone can have coffee over discussions with a friend or group of friends, or meet with work colleagues to have an informal discussion over a project.

What is more, nowadays, Western culture members are very much fascinated, as in the past, after all, with the geographical discoveries of new lands and new cultures, with Asian and Middle Eastern cultures, and, for this matter, are willing to experience their rituals related to tea and coffee. Here we can speak about the soft power of Asian and Middle Eastern cultures. Tea and coffee bring Western culture members closer to the mindset, values, symbols, and ways of thinking and experiencing the world of cultures such as Japanese and Turkish. There is also the spirituality related to Indian culture, which is associated with tea, an item brought from this part of the world during the times of the British Empire. Indian culture is associated with Buddhism and its life philsophy, with meditation and calm. Zen Buddhism in Asian countries also originates from India, and it remains a frame of mind associated with these cultures from the Eastern and Middle Eastern parts of the world.

Western culture members have become familiar with Zen Buddhism especially through mindfulness (Dawson, 2021), a simplified and more accessible, as well as practical, applicable to everyday life nowadays, version of Zen Buddhism. Western culture members are frequently facing an increasing lack of spirituality, due to their loss of faith in various systems of belief, starting with the modern age, and continuing with Postmodernism, as well as with what follows after Postmodernism, including nowadays. Modernism and Postmodernism have in common the increasing mood of questioning everthing that has been there before, and that has been considered the universal truth until then. Spiritual beliefs and traditional ways of life have also been subjected to the questioning mood, leaving Western culture members in an existential dilemma, facing more questions than answers and solutions, or orientation. Zen Buddhism and other orientalist beliefs can help them find a sense of meaning in life and spiritual beliefs, which are a significant aspect of our life, according to Jung (Lenoir, 2023). Spiritual beliefs can help the individuals on their way to the individuation process, of achieving unity and a sense of meaning in life. Western culture members can find themselves in the orientalist beliefs and practices, as they can find what is missing in their own cultures, namely philosophies of life related to more reflection than action, as well as of focusing on the present moment and on the world here. Western culture members have, in this way, the opportunity to see the world from a more calm, relaxed, detached perspective, based on meditation practices, as well as on focusing on nature and on its changes. The tea ceremony is also related to the natural world, as tea is made of plants, which can reference a certain season and, therefore, be tied to the respective moment. A focus on simplificity also accompanies the Japanese tea ceremony, as the setting is minimalist, with simple furniture, of wood and natural materials, suggesting the natural surroundings.

Western culture members have gained interest in the natural surroundings due to the environmental concerns which are part of the ideology today, and orientalist philosophies such as Zen Buddhism can help them connect with the surroundings.

Drinking tea in Asian cultures is, in line with the atmosphere of calm associated with Zen Buddhist nmindset, associated with the harmony of which it is a symbol in these cultures. The harmony is the one of relationships, which is the focus during this ritual. The tea ceremony tries to make the host connect with the guests as if it were the last occasion on which they meet, meaning by giving them all the attention (Peters, 2019). In Japan, Zen Buddhism arrived via the Chinese, just as the tea ceremony. In Korea, the tea ceremony symbolizes relaxation, naturalness, and feeling at ease when the setting is more relaxed, even though formal. One recognizable type of Japanese tea is powdered matcha green tea. What is striking about Japanese culture tea ceremony is that it is meditative and spiritual, and that it is done in accordance with an elaborate ritual. In addition, it is practiced in tea rooms, which are specifically built for this purpose. In China (Xiusong, 1993), the tea ceremony means attention to detail and mastery. Among the recognizable types of Chinese tea are oolong, u-erh, and green tea. Asian cultures are associated by Western culture members with great respect shown towards the others, based on the many instances and deliberate gestures showing this. The Japanese bow, the train conductors apologize for the smallest delays, and overall, special attention is paid not to disturb the others. Maintaining good relationships is a high focus in Asian cultures. We can see this in conversation, for instance when a Japanese businessman will say yes even if it is no, even if further negotiations to do business together are needed, simply to show the interlocutor that he wishes to continue to collaborate with him or her. Driking tea is also related to a ceremony that places high value on the harmony of relationships.

In India, drinking tea is related to feeling comfort and to hospitality. Conversation is the usual setting for drinking tea, as well as breaks during work. One recognizable type of Indian tea is masala tea, which is spiced milk tea. Warmth and hospitality is what Indian tea stands for. In Turkish culture, tea is related to the value of hospitality. In Turkey, tea is served strong, and it is often strong black tea, without milk. It is present in business, as well as in personal life settings. In Morocco, tea stands for hospitality, as well as for friendship, and the green tea with fresh mint and suar is the most encountered type of tea. In the United Kingdom the five o'clock tea (Chrystal, 2014) means social elegance, as well as refinement, and black tea is the most frequent type of tea. In Russia, tea is associated with warmth, with time spend together in the family and within the community. Tea in Russia is associated with its being served in a samovar. Strong black tea is the most frequent type of tea associated with Russian culture. In Tibet, tea is served in homes, as well as monasteries, and it is related to energy in high-altitude environments. Black tea, mixted with yak butter and salt is the specific tea in Tibet. In Iran, tea represents tradition and interpersonal connection. Black tea is the staple image of tea associated with Iran.

The origins of coffee lie in Ethiopia (Amamo, 2014), where the ceremonies related to it are spiritual, as well as historic ones. In Ethiopia, drinking cofee is related to hospitality and community. In Turkey, coffee is frequently part of social gatherings (Küçükkömürler & Özgen, 2009). One particularity of coffee in Turkish culture is that it is served unfilttered. In the middle East, we can identify the Arabic coffee standing for hospitality and generosity. In Hapan, the significance of coffee is that of a fusion between Western and Eastern culture. In Senegal, the significance of drinking coffee is both spiritual and medicinal. In Italy, we can identify a daily, as well as a social ritual, which is a fast one, as well as one rich in flavour. We can see here the predominance of drinking espresso.

The espresso is a symbol of interaction which is both quick and strong. In Sweden, drinking coffee is related to an everyday social coffee break which has to do with work and perosnal life balance.

The traditional dimensions of various spiritual rituals ia associated mainly with Eastern and Middle Eastern cultures, when it comes to tea and coffee. When it comes to European countries, we can mention that drinking tea or coffee is associated with a moment of taking a pause, in Italy, while in France it is associated with converstation and intellectual exchange, In Austria, it is associated with coffee houses as gathering okaces for artists, thinkers, as well as writers. Moving on further, in the US, , coffee is mostly associated with productivity, on-the-go lifestyle, as well as with sustainability. In Latin America, it is associated with family and social bonds. Hospitality, the ritualistic dimension, conversation, and national and cultural identity are common elements for tea and coffee drinking. Drinking tea and coffee is both a collective activity and an individual activity. If we look at the rituals associated with these drinks, we can conclude that, traditionally, they are collective activities, while, as we move on towards the present times, they are gradually changing into individual activities. Such a change reflected the change from collectivist to individualist societies (Santos et al, 2017), which is visible all over the world. The societies are changing to move on from traditions, rituals and practices centred on collectivities to traditions, rituals and practices centred on the individual. We can see how the practices of drinking tea and coffee become more and more individual-focused and able to be considered in isolation from a community. The individual enjoys his or her coffee and tea, being able to relax and to take time for him or herself. At the same time, when it is the case, the individual may choose whom to share tea or coffee with. In general, in idnividualist societies, we choose whom we want to share tea or coffee. It can be another person or even an entire group.

Inidvidualist societies focus on the interests and well-being of the individual, and not of the individual as a part of a group or community. As a result, we may realize that age-old traditions, rituals and practices centred aroun drinking tea and coffee are changing and are adapted not only to the individual client, but also to the times we currently live in. Having coffee on the go is one such example, as we no longer focus as much on preparing the coffee ourselves as on enjoying it and having it while we buy it in the city on our way towards work, for instance. When we go out with friends we also rely on having tea or coffee with friends and not on preparing thsese drinks oursleves. Gradually, inviting friends in our homes is a diminishing practice, as cafes and other restaurants are replacing this practice. We rely more and more on services when it comes to the traditional idea of hospitality. Hospitality is taken over by the owners and staff of cavfes, terraces, and restaurants where we invite persons that are meaningful for us. We no longer prepare our homes as the setting for hsopitable meetings.

As our societies change, so does the individual, and the way in which we socialize, and we associate with drinking tea and coffee. Our personal enjoyment and time spent with ourselves also needs to be taken into account in former rituals centred on drinking tea and coffee, as well. Nowadays we can spend our time drinking tea and coffee by oursleves, and we can connect this time with quality time, as well as relaxation time.

We can still relate to traditions, rituals and practcies, nowadays, or we can move away from them and form new ones. We can notice these tendencies when we consider rituals, traditions and practices related to drinking tea and coffee.

Drinking tea and coffee can, therefore, be tied to various cultures and their societies, and their way of forming and changing their rituals, traditions and practices function of the times we live in. The past is often present and preserved when we consider such rituals, traditions, and practices, even if only when it comes to the symbols coffee and tea had in the past.

Tea and coffee becomes symbols which we can use to identify certain cultures and not others, by the way in which they are drunk or by the way in which they are prepared. Since every culture is unique (Baciu, 2012), we can see this trait with respect to the way in which every culture related to drinking tea and coffee. There are various references to the past, at least by having one type of tea or coffee rather than another. However, we realize that there are common types of tea and coffee across cultures, such as black tea and a more aromatic type of coffee, or coffee with or without sugar. Evenrually, nowadays, these types of tea and coffee become part of individual preferences and of the way in which we choose to have our tea and coffee. Different cultures can be the focus of different cafes, terraces and restaurants, wherre we can have tea and coffee in a certain way, reminding of a certain specific culture. Everything is made, nowadays, in such a way as to spark our interest and to make us consider an alternative version of the world, and, in the case of drinking tea and coffee, of alternative practices.

As a society, we are always in the process of change, and we can visibly notice the change based on our analysis of specific rituals, traditions, and practices, and, in this sense, those related to drinking tea and coffee are no exception.

RESULTS

We can realize the extent to which societies all over the world change when we deal with common products which become part of the rituals, traditions and practices of a culture at a given time. Drinking tea and coffee can perfectly illustrate such an example. We realize that tea and coffee have been commodities shared by cultures and countries from all over the world, with the geographical discoveries and further on continuing with the practices of tourism. Curiosity about other cultures can include sharing some rituals, traditions, and practices and taking them over from their original countries. Nowadays, rituals, traditions and practices can help make cultures unique and to give us reasons to experiment different realities. At the same time, we adopt and adapt rituals, traditions and practices in our everyday lifestyle, which is visible when we have tea or coffee in cafes, terraces, and restaurants.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Tea and coffee are not simple products or drinks. They form clearly-cut associations with certain cultures and, specifically, with their rituals, tarditions and practices. They are also interrelated with overal changes affecting societies from all over the world. The value of multiculturalism, and curiosity about other cultures, together with respect for other cultures, may also be a starting point for considering oractising and adopting ways of having tea and coffee which are not specific to our own culture, but can be found in other societies and cultures from all over the world. Nowadays, individual tastes can be considered in relation to other cultures and their ways of relating to cultural products which can be found all over the world, such as tea and coffee. The way tea and coffee are prepared and had, in an individual or collective setting can eventually, become a matter of our own choice, once we can decide what we want at a certain moment. Our obligations regarding certain rituals traditions, and practices function of a culture we belong to are becoming less and less compulsory as time goes by. We become free to choose whether we want to practice certain rituals, traditions and cultures, and we also become free to adopt and adapt rituals, traditions, and practices belomg to a cultural space other than our own. Cultural identity is alluded to by tea and coffee rituals, traditions, and practices, and at at same time tea and cofffee become signs of social bonds.

REFERENCES

Amamo, A. A. (2014). Coffee production and marketing in Ethiopia. European journal of Business and Management, 6(37), 109-122.

Baciu, S. (2012). Culture: An Awareness-Raising Approach. Cavallioti Publishing House, Bucharest, Romania.

Chrystal, P. (2014). Tea: a very British beverage. Amberley Publishing Limited.

Dawson, G. (2021). Zen and the mindfulness industry. The Humanistic Psychologist, 49(1), 133.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. Online readings in psychology and culture, 2(1), 8.

Küçükkömürler, S., & Özgen, L. (2009). Coffee and Turkish coffee culture. Pakistan Journal of Nutrition, 8(10), 1693-1700.

Lenoir, F. (2023). Jung: o calatorie catre sine. Humanitas, Bucharest, Romania.

Peters, J. (2019). *The Art of Japanese Living: Bring Mindfulness, Joy and Simplicity into Your Life*. Hachette UK.

Santos, H. C., Varnum, M. E., & Grossmann, I. (2017). Global increases in individualism. Psychological science, 28(9), 1228-1239.

Xiusong, L. (1993). Chinese Tea Culture. Journal of popular culture, 27(2).

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

REVITALIZING YORUBA CULTURAL HERITAGE THROUGH ART MUSIC MUSIC COMPOSITION, "IṢẸ L'OÒGÙN ÌṢẸ́"

Gideon A. Adeyemi
University of Ibadan

Abstract
This study explores the potential of art music composition as a means of revitalizing Yoruba cultural heritage. The research focuses on the composition "Iṣẹ l'oògùn ìṣẹ́" (Work is the cure for poverty), examining how art music can be used to preserve and promote Yoruba cultural values, traditions, and history. Through a mixed-methods approach combining ethnographic research, musical analysis, and composition, this study investigates the ways in which art music composition can reflect and reinterpret Yoruba cultural heritage, preserve and promote Yoruba language and traditions, and provide a platform for cultural exchange and understanding. The findings of this study contribute to a deeper understanding of the role of art music in preserving and promoting cultural heritage, and demonstrate the potential of composition as a means of revitalizing Yoruba cultural heritage. The Yoruba people of South-Western Nigeria have a rich cultural heritage, but unfortunately, their interest in traditional compositional styles like the Yoruba cantata has been waning. To revitalize this aspect of their cultural identity, the cantata "Iṣẹ l'oògùn ìṣẹ́" was carefully crafted to expand the existing repertoire of Yoruba cantatas. This composition not only promotes Yoruba culture and history but also focuses on a pressing issue that affects individuals of all ages: financial empowerment. Through this composition, listeners are inspired to make informed decisions about their financial lives, regardless of their age or background. By promoting financial literacy and empowerment through the "Iṣẹ l'oògùn ìṣẹ́" cantata, we hope to not only preserve Yoruba cultural heritage but also contribute to the betterment of society as a whole.
Keywords: Yoruba cultural heritage, Art music composition, Cultural preservation, Revitalization, Ethnographic research, Musical analysis

ANCIENT SPORTS IN GREECE: A LINK BETWEEN CULTURE, RELIGION, AND COMPETITION

Abbas Eghbal Mehran
History of Islamic Iran, Shahid Chamran University of Ahvaz
ORCID: 0000-0002-5184-3003

Kosar Adibankhah
Motor Behavior, Physical Education, Payam Noor University of South Tehran
ORCID: 0009-0005-6115-1763

Abstract
Ancient Greek sports, especially the Olympic Games, were important not only as physical activities but also as social and religious events. These sports are rooted in the rich history and culture of Greece and are recognized as symbols of healthy competition and national pride. Athletes established a deep connection with the gods by competing in temples and religious festivals. These events featured a variety of disciplines, including running, wrestling, and discus throwing, each of which symbolized specific human strength and skill. The social impact of these sports on Greek society is significant, including the promotion of the social status of the winners and the strengthening of national identity. The legacy of these sports is also felt in the modern world, and the contemporary Olympic Games are recognized as the continuation of these traditions. This research aims to examine ancient sports in Greece: a link between culture, religion, and competition from a descriptive-analytical perspective. Therefore, it seeks to answer the following questions: 1- How did ancient sports in Greece help strengthen national and social identity? 2- What impact did the ancient Olympic Games have on Greek culture and religion? The research findings indicate that the holding of sports competitions in ancient Greece served as a tool to strengthen social and national solidarity. Ancient sports in Greece were directly influenced by religious beliefs, and religious ceremonies played an important role in shaping these events.
Keywords: Ancient sports, Greece, connection, culture, religion, competition.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULINARY TOURISM: EXPLORING THE ROLE OF FOOD IN CULTURAL IDENTITY AND DESTINATION BRANDING

Saloni Sharma
Dept. of Nutrition and Dietetics, Manav Rachna International Institute of Research Studies, (Deemed to be University)

Suhani Sharma
Clinical Research Student, Jamia Hamdard University (Deemed to be University)

Abstract
Culinary tourism, also known as food tourism, has emerged as a dynamic and culturally rich dimension of travel that extends beyond the act of consumption to encompass storytelling, heritage, and identity. This review paper explores the intricate relationship between food, cultural identity, and destination branding, highlighting how gastronomy has become a powerful tool for place-making and cultural expression. As tourists increasingly seek authentic and immersive experiences, local cuisines have transformed into cultural artifacts that reflect historical narratives, socio-economic values, and regional diversity.
The paper synthesizes existing literature and case studies to analyze how destinations across the globe leverage their culinary heritage to differentiate themselves in a competitive tourism market. It discusses how food serves as a sensory and emotional gateway into culture, fostering connections between travelers and communities. Furthermore, it examines the role of stakeholders—including local governments, tourism boards, chefs, and food entrepreneurs—in shaping and marketing gastronomic experiences that align with regional identities.
Key challenges such as cultural appropriation, over-commercialization, and the dilution of culinary authenticity are also addressed. The review highlights the importance of preserving traditional foodways while innovatively promoting them to appeal to global audiences. It concludes by emphasizing the need for a sustainable, inclusive, and culturally sensitive approach to culinary tourism that empowers local communities, enhances destination branding, and strengthens cultural continuity.
Through a multidisciplinary lens, this paper contributes to a deeper understanding of how food not only satisfies hunger but also communicates identity, heritage, and a sense of place in the context of global tourism.
Keywords: Culinary tourism, food culture, cultural identity, destination branding, gastronomic heritage, authentic experiences, food and travel, sustainable tourism, cultural preservation, local cuisine

Introduction
In an era where travel transcends mere sightseeing, today's explorers yearn for authentic encounters that resonate with the heart and soul of a destination. Amidst this evolving landscape, culinary tourism has emerged as a compelling force, offering a flavorful pathway to cultural understanding, a vibrant expression of local identity, and a powerful tool for destination branding. More than just sustenance, food narrates stories, preserves traditions, and embodies the very essence of a community, transforming the act of eating into both a journey and a destination for millions across the globe.
The fundamental human need for nourishment has, over millennia, evolved into a complex tapestry of traditions, rituals, and artistry.

Food is far more than fuel; it is a cultural artifact, a living testament to history, geography, and social structures. Culinary tourism capitalizes on this intrinsic connection, recognizing that the flavors of a region offer a unique and immediate way to connect with its people and its past. Imagine biting into a perfectly ripe tomato grown in the volcanic soil of Santorini, the sweetness carrying the warmth of the Aegean sun and the history of generations who have cultivated this land. Or consider the intricate dance of spices in a fragrant Indian curry, each note a whisper of ancient trade routes and the blending of diverse cultures. These are not just meals; they are edible narratives.

One of the most profound impacts of culinary tourism lies in its ability to foster cultural understanding. Food acts as a universal language, a common ground that transcends linguistic barriers. Sharing a meal, whether it's haggling for street food in a bustling Marrakech souk or participating in a traditional tea ceremony in Kyoto, creates opportunities for genuine interaction and breaks down preconceived notions. Tourists who actively engage with local food culture gain insights into daily life, social customs, and the values that underpin a community. They learn about the significance of specific ingredients, the labor involved in their production, and the communal rituals surrounding their consumption. This immersive experience fosters empathy and a deeper appreciation for the diversity of human experience.

Furthermore, culinary heritage is a cornerstone of local identity. Traditional dishes and regional specialties are often fiercely guarded and proudly presented as emblems of a community's unique character. Think of the fiercely debated authenticity of Neapolitan pizza or the regional variations of mole in Mexico, each representing a distinct culinary lineage and a source of local pride. Culinary tourism provides a platform for these identities to be showcased and celebrated. By seeking out and appreciating these authentic flavors, travelers contribute to the preservation of culinary traditions that might otherwise be threatened by globalization and homogenization. It empowers local communities to maintain their unique culinary DNA and to share it with the world on their own terms.

Beyond its cultural significance, food has become an increasingly vital tool for destination branding. In a saturated tourism market, destinations are constantly seeking ways to differentiate themselves and attract visitors. A region's unique culinary offerings can be a powerful draw, creating a distinct and memorable identity. Consider the global recognition of French gastronomy, the allure of Italian pasta and wine regions, or the growing fascination with the vibrant street food scenes of Southeast Asia. These culinary associations become integral to a destination's image, attracting food enthusiasts and enhancing the overall tourist experience. A well-crafted culinary tourism strategy can highlight local specialties, promote regional producers, and create a compelling narrative that resonates with potential visitors, ultimately boosting the local economy and fostering a sense of place.

The appeal of culinary tourism lies in its holistic and sensory nature. It engages all five senses – the vibrant colors of fresh produce at a local market, the tantalizing aromas wafting from street food stalls, the diverse textures of a carefully prepared dish, the convivial sounds of a shared meal, and, of course, the explosion of flavors on the palate. This multi-sensory engagement creates a more profound and memorable connection to a place than simply observing its landmarks. Learning to cook a traditional dish hands-on, foraging for local ingredients in the countryside, or sharing a family-style meal with locals offers a level of immersion that traditional sightseeing often lacks.

Moreover, culinary tourism caters to a diverse range of interests and budgets. From budget-conscious backpackers seeking out the most authentic and affordable street food to affluent travelers indulging in Michelin-starred dining experiences and exclusive wine tastings, there is a culinary adventure to suit every taste and pocket.

This broad appeal makes culinary tourism a particularly resilient and adaptable segment of the tourism industry. Food festivals, farmers' markets, cooking classes, food tours, and winery or brewery visits all contribute to the rich tapestry of culinary tourism experiences, attracting a wide spectrum of travelers.

However, it is crucial to acknowledge the importance of sustainable and responsible culinary tourism. As with any form of tourism, unchecked growth can have negative impacts on local communities and the environment. It is essential to prioritize experiences that benefit local producers, minimize food waste, respect cultural traditions, and promote ethical sourcing of ingredients. Culinary tourists should be mindful of their impact, choosing experiences that support local economies and contribute to the long-term preservation of culinary heritage.

Food transcends its basic function of nourishment—it tells stories, preserves traditions, and encapsulates the soul of a community. From bustling street food stalls in Bangkok to artisanal cheese trails in France, food has become both the journey and the destination for millions of global travelers.

The Connection Between Food and Cultural Identity

culinary tourism has blossomed into a significant force in modern travel, driven by a desire for authentic and immersive experiences. At its heart lies a fundamental truth: food is not merely sustenance; it is a potent embodiment of cultural identity. It acts as a tangible link to a community's past, reflecting its agricultural practices, religious beliefs, migration patterns, and deeply ingrained social customs. Culinary traditions serve as edible time capsules, offering invaluable insights into the historical evolution of societies and the unique tapestry of their heritage.Consider, for instance, the intricate and often symbolic use of spices in Indian cuisine. Beyond the explosion of flavors that tantalize the palate, these spice blends are deeply rooted in Ayurvedic practices, a traditional system of medicine that emphasizes balance and well-being. Furthermore, the very presence and variety of spices in Indian cooking speak volumes about historical trade routes that connected the subcontinent to the rest of the world, bringing with them new ingredients and culinary influences. Each aroma and taste tells a story of cultural exchange and adaptation over centuries.

Similarly, the Japanese philosophy of *washoku* extends far beyond mere cooking. Emphasizing the harmony of seasonal ingredients, the aesthetic presentation of dishes, and the mindful preparation and consumption of food, *washoku* has been recognized by UNESCO as an intangible cultural heritage. It embodies a deep respect for nature, a meticulous attention to detail, and a profound connection to the changing seasons – core tenets of Japanese culture. For a culinary tourist, experiencing a traditional *kaiseki* meal is not just about savoring exquisite flavors; it's about immersing oneself in a philosophy that shapes an entire way of life.

Food transcends its basic function and becomes a symbolic language, a delicious dialect through which tourists can gain a profound understanding and appreciation for the unique cultural identity of a place. Each dish, each ingredient, each method of preparation carries cultural weight and meaning.

- **Agricultural Heritage:** The staple ingredients of a cuisine often reflect the land itself – what can be grown, raised, or harvested in a particular environment. The prevalence of rice in Asian cuisines speaks to the fertile river valleys, while the importance of olive oil in Mediterranean diets reflects the region's sun-drenched landscapes and olive groves. Culinary tourism allows visitors to taste the terroir, connecting them directly to the agricultural heritage and the symbiotic relationship between people and their land.

- **Religious and Social Customs:** Dietary laws and culinary practices are often deeply intertwined with religious beliefs and social customs. The absence of pork in Islamic and Jewish cuisines, the vegetarianism prevalent in certain Hindu communities, or the communal breaking of bread in many cultures all carry significant social and religious meaning. Engaging with local food traditions provides insights into these fundamental aspects of a society's structure and values.
- **Migration and Adaptation:** The movement of people across borders has invariably shaped culinary landscapes.Immigrants bring with them their culinary traditions, which then adapt and evolve in their new environments, creating fusion cuisines that tell stories of cultural exchange and integration. Think of the vibrant flavors of Tex-Mex cuisine in the United States or the unique blend of African and European influences in Caribbean cooking. Culinary tourism offers a tangible way to explore these fascinating histories of migration and adaptation.
- **Rituals and Celebrations:** Food plays a central role in countless cultural rituals and celebrations, from elaborate wedding feasts to simple family gatherings around a shared meal. These culinary traditions often carry deep symbolic meaning and reinforce social bonds. Participating in or even observing these food-related rituals can offer tourists a privileged glimpse into the heart of a community's social fabric.

By actively engaging with the food of a place, culinary tourists move beyond the role of passive observers and become active participants in a cultural exchange. They learn the stories behind the dishes, understand the significance of ingredients, and appreciate the artistry and traditions involved in their preparation. This deeper engagement fosters empathy, breaks down stereotypes, and cultivates a more nuanced and respectful understanding of cultural differences.

Furthermore, the preservation and promotion of local culinary traditions through tourism can empower communities to maintain their cultural heritage in the face of globalization. By valuing and celebrating their unique foodways, destinations can reinforce a sense of local pride and identity, ensuring that these traditions are passed down to future generations.

In essence, the connection between food and cultural identity is a powerful and delicious one. Culinary tourism harnesses this connection, offering a palatable passport to understanding the heart and soul of a place. It transforms the act of eating into an act of cultural exploration, enriching the travel experience and fostering a deeper appreciation for the diverse tapestry of human civilization. As we continue to explore the world through its flavors, we unlock not only new tastes but also profound insights into the identities that shape our global community.

Gastronomy as a Tool for Destination Branding

In the fiercely competitive landscape of global tourism, destinations are increasingly recognizing the potent allure of their culinary offerings. Gastronomic branding has emerged as a sophisticated strategy, enabling regions to carve out distinctive identities and attract discerning travelers seeking more than just scenic vistas. By weaving food experiences into their cultural narrative, destinations can create a unique and memorable brand that resonates deeply with visitors.

The power of gastronomy in destination branding is evident in the success of countries like Thailand, Italy, and Mexico. Their culinary reputations are not mere footnotes to their attractions; they are intrinsic to their national image. The mere mention of Thai food evokes a sensory journey through fragrant curries, zesty salads, and bustling street food markets. Italy conjures images of sun-drenched vineyards, rustic pasta dishes crafted with regional ingredients, and the convivial atmosphere of a trattoria.

Mexico tantalizes with the complex flavors of mole, the fiery kick of chili peppers, and the communal joy of sharing tacos. These culinary associations act as powerful magnets, drawing tourists eager to immerse themselves in authentic gastronomic experiences.

Gastronomic branding is a multifaceted approach that encompasses a range of strategic tools:

- **Local Food Festivals:** These vibrant events serve as showcases for regional specialties, seasonal produce, and traditional culinary practices. They offer a sensory feast for visitors and locals alike, fostering a sense of community and highlighting the unique flavors of the destination. From truffle festivals in Italy to seafood extravaganzas in coastal towns, these events create buzz and attract food enthusiasts.
- **Cooking Classes and Culinary Workshops:** Offering hands-on experiences in preparing local dishes provides tourists with a deeper connection to the culture and ingredients of a region. These interactive sessions not only impart culinary skills but also offer insights into local customs and traditions surrounding food. A Tuscan cooking class, for example, might involve learning to make fresh pasta with locally sourced tomatoes and basil, accompanied by stories of family recipes passed down through generations.
- **Food Trails and Culinary Routes:** Curated journeys that guide visitors through regions known for specific food products or culinary styles, such as wine trails, cheese routes, or street food tours. These trails encourage exploration, support local producers and restaurants, and provide a structured way for tourists to discover the diverse gastronomic landscape of a destination. The Kentucky Bourbon Trail or the Ale Trail in parts of the US are prime examples of leveraging regional beverages to attract tourists.
- **Chef-Led Tours and Exclusive Dining Experiences:** Collaborating with renowned local chefs to offer exclusive tours of markets, farms, and restaurants, culminating in unique dining experiences. This high-end approach caters to culinary connoisseurs seeking insider access and innovative interpretations of local cuisine. Michelin-starred chefs often become ambassadors for their regions, attracting food-focused travelers.
- **Promotion of Local Ingredients and Terroir:** Highlighting the unique agricultural bounty and environmental factors that contribute to the distinctive flavors of a region. This emphasis on "farm-to-table" experiences and locally sourced ingredients not only enhances the quality of the food but also connects visitors to the land and its people. The emphasis on fresh, seasonal ingredients in Mediterranean cuisine is a testament to the power of showcasing terroir.
- **Integration of Food into Cultural Narratives:** Weaving culinary traditions and stories into the broader cultural narrative of a destination. This involves highlighting the historical significance of certain dishes, the social customs surrounding food, and the cultural influences that have shaped the local cuisine. For example, promoting the history of tea cultivation and its integral role in Japanese culture alongside culinary experiences involving matcha and traditional sweets creates a richer and more compelling brand story.

The Basque Country in Spain offers a compelling case study in successful gastronomic branding. The region strategically promotes its avant-garde culinary scene, home to numerous Michelin-starred restaurants pushing the boundaries of modern gastronomy. Simultaneously, it celebrates its deeply rooted traditional *pintxos* culture – the social ritual of enjoying small, flavorful snacks in bars. This dual approach creates a holistic and layered image, appealing to both high-end culinary tourists seeking innovative dining and casual travelers wanting to experience the authentic social fabric of the region through its food.

Furthermore, effective gastronomic branding often involves collaboration between tourism boards, local producers, restaurants, and chefs. This unified approach ensures a cohesive message and a high-quality experience for visitors.

Investment in culinary infrastructure, training programs for hospitality professionals, and the preservation of traditional food knowledge are also crucial components.
Gastronomy is far more than just a means of sustenance for tourists; it is a powerful tool for crafting distinctive destination brands. By strategically leveraging their culinary assets, regions can attract a wider range of visitors, enhance the overall tourist experience, and foster a deeper appreciation for their cultural heritage. As travelers increasingly seek authentic and immersive encounters, the flavors of a destination are becoming an indispensable ingredient in creating a lasting and memorable brand identity.

Stakeholders in Culinary Tourism Development
Culinary tourism, far from being a serendipitous phenomenon, is a carefully cultivated experience nurtured by a diverse range of stakeholders. Their coordinated efforts are essential to unlock the full potential of a region's gastronomic assets, ensuring a balance between promotion and preservation, authenticity and innovation.

1. Local Governments and Tourism Boards: The Architects and Promoters
These entities form the foundational framework for culinary tourism development. They wield significant influence through:

- **Infrastructure Development:** Governments play a vital role in creating the necessary infrastructure to support culinary tourism. This includes investing in transportation networks that connect food producers and culinary destinations, developing public markets and food hubs, and ensuring the availability of essential utilities and sanitation standards for food-related businesses.
- **Policy-Making and Regulation:** They establish policies and regulations related to food safety, licensing of food establishments, and the promotion of local agricultural products. Supportive policies can incentivize the growth of food-related businesses and ensure quality standards that enhance the destination's reputation. They might also implement zoning regulations that encourage the clustering of restaurants and food-related attractions.
- **Global Promotion and Marketing:** Tourism boards are instrumental in showcasing a region's culinary offerings on the international stage. They develop marketing campaigns that highlight unique food experiences, participate in international food fairs and exhibitions, and collaborate with travel agencies to create culinary-focused itineraries. They craft the narrative that positions the destination as a must-visit for food lovers. This can involve creating food maps, developing culinary tourism websites, and leveraging social media to showcase visually appealing food experiences.
- **Funding and Grants:** Governments and tourism boards may provide financial support through grants and subsidies to local food producers, culinary entrepreneurs, and organizations involved in promoting food culture. This can help stimulate innovation, support sustainable practices, and encourage the development of new culinary tourism products.
- **Sustainability Initiatives:** Increasingly, these entities are also focused on promoting sustainable culinary tourism practices, encouraging responsible sourcing of ingredients, reducing food waste, and supporting eco-friendly food businesses. They might develop certifications or guidelines for sustainable food tourism operators.
-

2. Chefs and Restaurateurs: The Culinary Ambassadors and Innovators
Chefs and restaurateurs are at the heart of the culinary tourism experience. They act as cultural ambassadors, translating heritage into edible art and shaping the perception of a region's cuisine through:

- **Showcasing Heritage through Innovation:** They often blend traditional ingredients and recipes with contemporary culinary techniques, creating innovative dishes that respect the past while appealing to modern palates. This fusion keeps culinary traditions alive and relevant for new generations of diners. Think of a chef using ancient grains in a modern risotto or reinterpreting a classic regional stew with contemporary plating.
- **Creating Signature Dishes and Dining Experiences:** Their creativity and skill in crafting unique and memorable dining experiences are key drivers of culinary tourism. Destination restaurants, particularly those with renowned chefs, can become attractions in themselves, drawing food enthusiasts from around the world. The ambiance, service, and overall narrative of a restaurant contribute significantly to the tourist experience.
- **Sourcing Local and Seasonal Ingredients:** Many chefs champion the use of locally sourced and seasonal ingredients, directly supporting local producers and showcasing the unique terroir of the region. This commitment to freshness and authenticity enhances the flavor of the dishes and provides a genuine taste of place.
- **Promoting Culinary Education and Awareness:** Chefs often participate in cooking demonstrations, workshops, and culinary events, sharing their knowledge and passion for local cuisine with tourists. They can also collaborate with educational institutions to train future generations of culinary professionals in regional traditions.
- **Contributing to the Destination's Narrative:** Their restaurants and culinary creations become integral parts of the destination's overall story, contributing to its unique identity and attracting media attention. Award-winning chefs and innovative restaurants can significantly elevate a region's culinary profile.

3. Food Entrepreneurs and Artisans: The Guardians of Authenticity and Sustainability

This diverse group forms the backbone of the culinary ecosystem, ensuring the authenticity and sustainability of the food supply chain:

- **Organic Farmers and Agricultural Producers:** They cultivate the raw ingredients that form the foundation of local cuisine, often employing sustainable farming practices that protect the environment and preserve biodiversity. Their commitment to quality and authenticity ensures that visitors experience the true flavors of the region.
- **Artisanal Food Producers:** This includes cheesemakers, bakers, charcuterie producers, olive oil makers, and other small-scale producers who craft high-quality, often handcrafted products using traditional methods. Their dedication to their craft preserves culinary heritage and offers unique, authentic tastes that are highly valued by culinary tourists.
- **Spice Traders and Specialty Food Purveyors:** They source and provide unique and regional ingredients that define the character of local cuisine. Their knowledge and expertise in sourcing and handling these ingredients are crucial for maintaining authenticity.
- **Market Vendors and Street Food Operators:** They offer accessible and often deeply traditional food experiences, providing a vibrant glimpse into local food culture and daily life. Street food, in particular, is often a significant draw for culinary tourists seeking authentic and affordable tastes.
- **Beverage Producers (Wine, Beer, Spirits):** Wineries, breweries, and distilleries are often integral to a region's culinary identity, offering tours, tastings, and pairings that complement the local cuisine. Wine regions, for example, often attract tourists specifically for their enogastronomic experiences.

4. Cultural Institutions and Academics: The Documenters and Educators

These entities play a vital role in preserving the knowledge and understanding of regional cuisines and their socio-cultural significance:

- **Museums and Cultural Centers:** They often feature exhibits on food history, culinary traditions, and the cultural significance of local ingredients and dishes. This provides tourists with valuable context and enhances their appreciation of the food they are experiencing.
- **Universities and Research Institutions:** Academics conduct research on regional cuisines, documenting traditional recipes, analyzing the nutritional value of local foods, and studying the socio-economic impact of culinary tourism. This research provides a foundation for informed policy-making and sustainable development.
- **Culinary Historians and Food Writers:** They play a crucial role in documenting and disseminating information about regional food cultures through books, articles, and documentaries, raising awareness and interest among potential culinary tourists.
- **Heritage Organizations:** They work to preserve traditional food preparation techniques, heirloom ingredients, and culinary practices that are at risk of being lost. This ensures that future generations can continue to experience the authentic flavors of the region.
- **Educational Programs and Workshops:** They offer structured learning opportunities for both locals and tourists to understand the history, culture, and techniques of regional cuisines. This can range from formal culinary school programs to community-based workshops on preserving traditional food skills.
-

The Integrated Approach:

The true success of culinary tourism development lies in the integrated and collaborative efforts of these diverse stakeholders. Local governments and tourism boards provide the framework and promotion, while chefs and restaurateurs bring creativity and innovation. Food entrepreneurs and artisans ensure authenticity and sustainability, and cultural institutions and academics provide the knowledge and preservation efforts. When these entities work in concert, they create a rich, authentic, and sustainable culinary tourism ecosystem that benefits both visitors and the local community, balancing the desire for promotion with the crucial need for preservation.

Benefits of Culinary Tourism

Culinary tourism is not just a delectable experience for travelers; it yields a rich harvest of benefits for the host destinations, fostering economic growth, cultural preservation, community empowerment, and more sustainable travel practices.

1. Economic Development: Nourishing Local Livelihoods

One of the most tangible benefits of a thriving culinary tourism sector is its significant contribution to economic development. The increased influx of food-focused travelers directly translates into greater spending across various segments of the local economy:

- **Boosting Local Food Businesses:** Restaurants, cafes, food stalls, and other eateries experience increased patronage, leading to higher revenues and the potential for expansion and job creation. Culinary tourism can revitalize existing food businesses and incentivize the establishment of new and innovative ones.

- **Empowering Farmers and Agricultural Producers:** The demand for fresh, local ingredients driven by culinary tourism directly benefits farmers and agricultural producers. Restaurants and food businesses that prioritize local sourcing create a reliable market for their goods, leading to more sustainable agricultural practices and supporting rural economies. This can also encourage the cultivation of unique regional crops and heirloom varieties.
- **Supporting Food Artisans and Craft Producers:** Culinary tourists often seek out authentic, handcrafted food products such as artisanal cheeses, baked goods, preserves, and beverages. This demand supports small-scale food artisans and craft producers, allowing them to preserve traditional techniques and contribute to the unique culinary identity of the region.
- **Creating Opportunities for Related Industries:** The economic benefits extend beyond food providers to related industries such as transportation, accommodation, tour operators specializing in culinary experiences, and even local craftspeople producing food-related souvenirs. This creates a multiplier effect, boosting the overall economy of the destination.
- **Generating Revenue through Culinary Events:** Food festivals, farmers' markets, and culinary workshops attract visitors and generate revenue through ticket sales, vendor fees, and related spending on accommodation and other services. These events can become signature attractions for a destination.

2. Cultural Preservation: Savoring the Flavors of Heritage

Culinary tourism plays a vital role in cultural preservation by creating a demand for traditional recipes, cooking methods, and local ingredients that might otherwise be lost in the face of globalization:

- **Sustaining Traditional Recipes and Cooking Methods:** As culinary tourists seek authentic gastronomic experiences, there is a renewed interest in traditional dishes and the techniques used to prepare them. This incentivizes local communities to keep these culinary traditions alive and pass them down through generations. Grandmothers sharing family recipes in cooking classes or local chefs dedicated to preserving heritage dishes become key figures in this process.
- **Preserving Local Ingredients and Agricultural Biodiversity:** The focus on regional specialties encourages the cultivation and preservation of local ingredients, including heirloom varieties of fruits, vegetables, and grains that might not be commercially viable on a large scale. This contributes to agricultural biodiversity and protects the unique flavors associated with a specific place.
- **Maintaining Culinary Heritage and Identity:** Food is a powerful marker of cultural identity. By valuing and promoting their unique culinary heritage through tourism, communities can reinforce a sense of local pride and ensure that their culinary traditions remain a vibrant part of their cultural landscape.
- **Documenting and Sharing Culinary Knowledge:** The interest generated by culinary tourism can lead to increased efforts in documenting traditional recipes, food history, and culinary practices through cookbooks, museums, and educational initiatives. This ensures that this valuable cultural knowledge is preserved and accessible.

3. Community Empowerment: From Passive Hosts to Active Participants

Culinary tourism can foster community empowerment by engaging local residents as active participants in the tourism industry, rather than simply being passive hosts:

- **Creating Opportunities for Local Involvement:** Culinary tourism creates diverse opportunities for local residents to participate in the tourism sector, from operating food stalls and leading food tours to hosting cooking classes and selling artisanal food products. This allows a wider segment of the community to benefit economically from tourism.
- **Enhancing Local Pride and Ownership:** When residents see their culinary traditions and local food culture valued by visitors, it can foster a sense of pride in their heritage and encourage them to take ownership of the tourism experience. This can lead to a more authentic and welcoming environment for tourists.
- **Developing Skills and Entrepreneurship:** Culinary tourism can stimulate local entrepreneurship by creating opportunities for residents to start food-related businesses, develop new skills in food preparation and hospitality, and cater to the demands of culinary tourists.
- **Strengthening Community Bonds:** Food often plays a central role in community gatherings and celebrations. Culinary tourism can provide opportunities to showcase these traditions and strengthen social bonds within the community.
- **Ensuring a More Equitable Distribution of Benefits:** By supporting small-scale food producers and local businesses, culinary tourism can contribute to a more equitable distribution of tourism revenue within the community, rather than concentrating benefits in the hands of large corporations.

4. Sustainable Travel: Cultivating Responsible Tourism

When implemented thoughtfully, culinary tourism can contribute to more sustainable travel practices:

- **Focus on Local Sourcing and Reduced Food Miles:** Emphasizing the use of locally sourced ingredients in restaurants and culinary experiences reduces the carbon footprint associated with transporting food over long distances. This supports regional agriculture and minimizes environmental impact.
- **Support for Small-Scale and Traditional Agriculture:** Culinary tourism can incentivize the preservation of small-scale and traditional farming practices, which are often more environmentally sustainable than large-scale industrial agriculture.
- **Preservation of Local Food Systems:** By valuing local food traditions and supporting local producers, culinary tourism helps to maintain diverse and resilient local food systems, reducing reliance on globalized food chains.
- **Promotion of Seasonality:** Highlighting seasonal ingredients encourages a more sustainable approach to consumption and connects visitors to the natural rhythms of the region.
- **Opportunities for Agri-tourism and Farm-to-Table Experiences:** Culinary tourism can foster the development of agri-tourism initiatives, allowing visitors to connect directly with food production and learn about sustainable farming practices. Farm-to-table dining experiences further emphasize the importance of local and seasonal ingredients.

The benefits of culinary tourism extend far beyond the gastronomic pleasure of travelers. It acts as a catalyst for economic growth, a guardian of cultural heritage, an engine for community empowerment, and a pathway towards more sustainable travel practices. By recognizing and strategically leveraging these benefits, destinations can cultivate a thriving culinary tourism sector that enriches both visitors and local communities alike.

Challenges and Ethical Considerations

While culinary tourism offers a wealth of opportunities, its development and promotion must be approached with sensitivity and awareness to avoid negative consequences. Several challenges and ethical considerations demand careful attention:

1. Cultural Appropriation: When Flavors Lose Their Roots

One of the most significant ethical concerns in culinary tourism is cultural appropriation. This occurs when food traditions, ingredients, or preparation methods are taken out of their original cultural context and repackaged or commercialized for tourist consumption without proper understanding, respect, or acknowledgment of their origins and significance.

- **Stripping Food from its Context:** Dishes that hold deep cultural, historical, or even spiritual meaning within a community can be reduced to mere commodities for tourist enjoyment. This can erase the stories, rituals, and social significance associated with the food, diminishing its cultural value. For example, a dish prepared for a specific religious festival might be offered year-round as a generic "local specialty" without any explanation of its original purpose.
- **Commodification for Commercial Gain:** When culinary traditions are exploited solely for profit, the benefits may not flow back to the communities where these traditions originated. This can lead to resentment and a sense of being exploited. Think of a multinational corporation mass-producing a "traditional" snack food with little to no connection to the local producers or culinary heritage.
- **Misrepresentation and Stereotyping:** The way food is presented to tourists can sometimes perpetuate stereotypes or misrepresent the complexity and diversity of a region's cuisine. Focusing on only a few "exotic" dishes can ignore the breadth and depth of local culinary practices.

Ethical culinary tourism requires a conscious effort to understand and respect the origins, ownership, and cultural significance of the food being showcased. This involves:

- **Proper Attribution and Acknowledgment:** Clearly crediting the cultural origins of dishes, ingredients, and techniques.
- **Collaboration with Local Communities:** Involving community members in the development and presentation of culinary experiences.
- **Education and Interpretation:** Providing tourists with accurate and respectful information about the cultural context of the food.
- **Fair Compensation:** Ensuring that local producers and communities benefit directly from culinary tourism initiatives.

2. Over-commercialization: The Disneyfication of Food Cultures

The allure of tourist dollars can sometimes lead to the over-commercialization of food cultures, resulting in a sanitized, inauthentic, and ultimately less meaningful experience. This "Disneyfication" can prioritize entertainment and superficial appeal over genuine cultural immersion.

- **Staged Authenticity:** Creating artificial or exaggerated versions of food experiences to cater to perceived tourist expectations. This can involve overly theatrical presentations, contrived cultural performances around meals, or the creation of "traditional" dishes that have been significantly altered for mass appeal.

- **Loss of Local Character:** As tourist demand increases, local eateries may transform to cater specifically to tourist palates and preferences, potentially losing their original character and appeal to local residents. This can lead to a homogenization of the culinary landscape.
- **Crowding and Strain on Resources:** Over-tourism focused on specific culinary attractions can lead to overcrowding, strain on local resources, and a negative impact on the quality of life for residents.

Avoiding over-commercialization requires a focus on:

- **Maintaining Authenticity:** Prioritizing genuine culinary experiences that reflect local traditions and practices.
- **Balancing Tourist Needs with Local Culture:** Finding a sustainable balance between catering to tourists and preserving the integrity of local food culture for residents.
- **Promoting Dispersal:** Encouraging tourists to explore a wider range of culinary experiences beyond the most popular spots to avoid over-concentration.
- **Community-Based Tourism:** Supporting initiatives where local communities have a significant role in shaping and benefiting from culinary tourism.

3. Dilution of Authenticity: Catering to the Global Palate

In the pursuit of attracting a wider range of international tourists, there can be a temptation to dilute the authenticity of local cuisine by altering recipes and flavors to cater to perceived global palates.

- **Compromising Traditional Flavors:** Reducing spice levels, substituting local ingredients with more familiar alternatives, or simplifying complex dishes can compromise the unique flavors and character of the original cuisine. This ultimately deprives tourists of a genuine taste of the destination.
- **Standardization of Menus:** Restaurants catering primarily to tourists may offer a limited and standardized menu of "international" dishes alongside watered-down versions of local specialties, failing to showcase the true diversity and richness of the regional cuisine.
- **Loss of Traditional Techniques:** As demand for faster service and mass production increases, traditional, time-consuming cooking techniques may be abandoned in favor of more efficient but less authentic methods.

Preserving culinary authenticity requires:

- **Championing Traditional Recipes and Ingredients:** Encouraging chefs and restaurants to stay true to their culinary heritage.
- **Educating Tourists about Local Flavors:** Helping visitors understand and appreciate the nuances of authentic regional cuisine.
- **Supporting Local Producers of Traditional Ingredients:** Ensuring the availability of the authentic components that define a region's food.
- **Promoting Regional Variations:** Highlighting the diversity within a country's cuisine, rather than presenting a monolithic view.

Ethical Culinary Tourism: A Guiding Principle

Ultimately, ethical culinary tourism must be guided by principles of respect, responsibility, and reciprocity. It involves acknowledging and respecting the origins, ownership, and cultural significance of the food being showcased. It requires a commitment to minimizing negative impacts, maximizing benefits for local communities, and ensuring that the culinary heritage of a destination is preserved and celebrated in a meaningful and sustainable way.

By embracing these ethical considerations, culinary tourism can truly become a powerful force for cultural exchange, economic empowerment, and the appreciation of the world's diverse and delicious food traditions.

Best Practices for a Sustainable Culinary Tourism Model

Creating a thriving and responsible culinary tourism sector requires a commitment to best practices that prioritize community well-being, cultural preservation, and environmental sustainability. Here's a deeper look at the key ingredients:

1. Community-Centered Approaches: A Seat at the Table for Local Voices

The foundation of a sustainable culinary tourism model is community involvement. Local residents must be active participants in the planning and decision-making processes that shape the development of culinary tourism in their region. This ensures that the benefits of tourism are shared equitably and that the unique character of the destination is preserved.

- **Participatory Planning:** Involving community members in the development of tourism strategies, infrastructure projects, and marketing campaigns related to food. This can be achieved through public forums, surveys, and community advisory boards.
- **Local Ownership and Control:** Supporting locally owned and operated businesses, ensuring that the economic benefits of tourism stay within the community. This can involve providing training and resources to local entrepreneurs and prioritizing local sourcing.
- **Fair Compensation and Labor Practices:** Ensuring that workers in the culinary tourism sector receive fair wages and benefits, and that labor practices respect local customs and traditions.
- **Respect for Local Knowledge and Traditions:** Valuing the knowledge and expertise of local residents regarding their food culture, involving them in the interpretation and presentation of culinary experiences to tourists.
- **Community-Based Tourism Initiatives:** Supporting tourism models where local communities have a significant role in managing and benefiting from tourism, such as community-run restaurants, homestays, and food tours.

2. Cultural Sensitivity: A Respectful Palate

Ethical culinary tourism demands cultural sensitivity, requiring both hosts and visitors to approach food traditions with respect and understanding.

- **Education for Tourists:** Providing tourists with accurate and respectful information about the origins, history, and cultural significance of local dishes. This can be achieved through informative signage, guided tours, and pre-trip materials.
- **Etiquette and Customs:** Educating tourists about appropriate dining etiquette and social customs related to food in the destination. This can prevent misunderstandings and foster more meaningful interactions with locals.
- **Avoiding Stereotypes and Misrepresentations:** Presenting a nuanced and diverse view of local cuisine, avoiding the perpetuation of stereotypes or the simplification of complex culinary traditions.
- **Promoting Authentic Experiences:** Encouraging tourists to seek out genuine culinary experiences that reflect local practices and traditions, rather than staged or artificial versions.
- **Respect for Sacred or Ritual Foods:** Ensuring that dishes with religious or ceremonial significance are treated with appropriate reverence and that tourists understand the cultural context in which they are consumed.

3. Training and Capacity Building: Empowering Local Stakeholders

To ensure the long-term success of culinary tourism, it's essential to invest in training and capacity building for local stakeholders, equipping them with the skills and resources they need to thrive in the tourism economy.

- **Culinary Training and Education:** Providing training programs for chefs, cooks, and food service staff in traditional cooking techniques, food safety, and customer service. This can help maintain the quality and authenticity of local cuisine.
- **Business and Entrepreneurship Training:** Offering training and resources for local entrepreneurs to start and manage food-related businesses, including marketing, financial management, and sustainable business practices.
- **Language and Communication Skills:** Providing language training for individuals working in the tourism sector, enabling them to communicate effectively with international visitors.
- **Sustainable Tourism Practices:** Educating local stakeholders about sustainable tourism principles, including responsible sourcing, waste reduction, and environmental conservation.
- **Preservation of Traditional Knowledge:** Supporting initiatives that document and preserve traditional food knowledge and skills, ensuring that they are passed down to future generations.

4. Balanced Promotion and Preservation: A Recipe for Longevity

A sustainable culinary tourism model strikes a delicate balance between promoting the destination's culinary assets to attract visitors and preserving its culinary heritage for future generations.

- **Responsible Marketing:** Developing marketing campaigns that highlight the unique culinary offerings of the destination while emphasizing cultural sensitivity and respect.
- **Managing Tourist Flows:** Implementing strategies to manage tourist numbers and prevent overcrowding at popular culinary attractions, minimizing negative impacts on local communities and the environment.
- **Supporting Local Producers and Sustainable Practices:** Prioritizing the promotion of restaurants and businesses that source locally, employ sustainable practices, and contribute to the local economy.
- **Protecting Culinary Heritage:** Implementing measures to protect traditional recipes, ingredients, and cooking techniques from being lost or diluted. This can involve supporting culinary heritage organizations, documenting traditional food knowledge, and promoting the use of local ingredients.
- **Encouraging Innovation within Tradition:** Allowing for responsible innovation in the culinary scene while ensuring that new dishes and techniques respect the underlying principles and flavors of local cuisine.

Conclusion

Culinary tourism transcends the mere act of eating; it is a profound and multi-sensory journey that invites travelers to engage with the very soul of a destination through the most intimate and universal of senses – taste. It offers a unique and direct pathway to understanding a culture, bypassing linguistic barriers and intellectual abstractions to connect with the heart and history of a place through its flavors, aromas, and textures.

From the vibrant chaos of a bustling street food market to the quiet reverence of a traditional family meal, food provides an unparalleled lens through which to experience the daily lives, celebrations, and enduring traditions of a community.

Culinary tourism acts as a vital bridge between tradition and modernity. It creates a space where age-old recipes and cooking techniques are not only preserved but also celebrated and adapted for contemporary palates. It allows local communities to share their heritage with a global audience, fostering cross-cultural understanding and appreciation. At the same time, it can also inspire innovation, as local chefs and food artisans blend traditional ingredients and methods with modern culinary trends, creating a dynamic and evolving gastronomic landscape that remains rooted in its cultural foundations.

In an increasingly interconnected world, where global influences can sometimes threaten local distinctiveness, it is imperative to adopt a sustainable and inclusive model of culinary tourism. This model moves beyond simply marketing food as a commodity; it recognizes and honors the people, the land, and the traditions that give each dish its unique character and story. It prioritizes ethical practices that ensure local communities benefit directly from tourism, that cultural heritage is respected and preserved, and that environmental sustainability is a guiding principle.

For food, in its truest form, is far more than just a product to be consumed. It is a story etched in generations of practice, reflecting the history, geography, and social fabric of a place. It is a symbol of identity, community, and celebration, often carrying deep cultural and even spiritual significance. It is, in many ways, the soul of a place, embodying its values, its resilience, and its unique spirit.

By deeply understanding and embracing the profound cultural depth of food, destinations have the opportunity to carve a distinctive niche in the competitive tourism landscape. Their unique culinary offerings can become a powerful differentiator, attracting travelers seeking authentic and meaningful experiences. Moreover, a well-developed and ethically managed culinary tourism sector can foster a strong sense of pride, identity, and economic prosperity within local communities, ensuring that the rich flavors of their heritage continue to be savored and shared with the world for generations to come. The journey, indeed, ends with a taste that lingers long after the traveler departs, a lasting flavor of connection and understanding.

References:

1. Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., & Macionis, N. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Butterworth-Heinemann. (A foundational text exploring the development and management of food tourism.)

2. Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, *17*(3), 321-347. [1] (Examines the relationship between local food, authenticity, and sustainable tourism.)

3. Long, L. M. (Ed.). (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky. (A collection of essays exploring various aspects of culinary tourism from cultural and anthropological perspectives.)

4. Everett, S., & Aitchison, J. W. (2008). The role of food in tourism destination image-making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *23*(2-3), 147-159. (Focuses on how food contributes to the image of a tourism destination.)

5. Hjalager, A. M. (2003). What is tourism food? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *3*(2), 67-81.(Discusses the definition and scope of food within the tourism context.)

6 .Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, *31*(4), 755-778. (Explores the dual role of food as both an attraction and a potential impediment in tourism.)

7. Hosany, S., Witham, M., & McCabe, S. (2010). Authenticity and its impact on tourist evaluation of the destination. *Journal of Travel Research*, *49*(4), 518-534. (While broader than food, this explores the crucial concept of authenticity in tourism experiences.)

8. Okumus, B., Kock, F., Scarpinato, V., Okumus, F., & Sharma, P. (2013). From gastronomic tourism to culinary tourism: Setting the scene and conceptualization. *Journal of Gastronomy and Tourism*, *3*(2), 66-80.(Provides a conceptual framework for understanding the evolution of gastronomic to culinary tourism.)

9. Richards, G. (2002). Gastronomy: An emerging field in tourism studies. *ATLAS News*, *16*, 10-11. (An early piece highlighting the growing importance of gastronomy in tourism research.)

10. Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and tourism in rural areas. *Sociologia Ruralis*, *38*(1), 21-34. (Examines the link between traditional food, tourism, and local development in rural contexts.)

11. Telfer, D. J., & Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, *23*(3), 635-653. (Explores the crucial connections between the tourism sector and local food production.)

12. du Rand, G. E., Heath, E., & Albu, M. (2003). The role of local and regional food in tourism development: A South African situation analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, *11*(1), 93-114. (A case study analyzing the role of local food in tourism development in South Africa.)

13. Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2002). Policy, planning and sustainable rural tourism: *Sustainable Tourism in Rural Europe: Approaches to Development and Good Practice*, 19-37. (While broader, this discusses policy and planning for sustainable rural tourism, often intertwined with food.)

14. Sidali, K. L., Kastenholz, E., & Bianchi, R. (Eds.). (2011). *Cultural sustainability and tourism: Cases from around the world*. Routledge. (Includes case studies that often highlight the role of food in cultural sustainability within tourism.)

15. Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: An exploratory study in Guilin, China. *Tourism Management*, *25*(6), 735-749. (Provides a framework for understanding the tourist experience, which can be applied to culinary tourism.)

16. Pine, R. T., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press. (Offers insights into the importance of creating memorable experiences, highly relevant to culinary tourism.)

17. Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2011). *Destination branding: Creating the unique destination proposition* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann. (Provides a comprehensive overview of destination branding, including the role of gastronomy.)

18. Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to culinary tourism. In L. M. Long (Ed.), *Culinary tourism* (pp. 21-40). University Press of Kentucky. (Discusses the academic field of gastronomy and its connection to culinary tourism.)

19. Yergin, D. (2003). *Feeding the tourist: Culinary heritage and tourism in the Scottish Borders*. Scottish Borders Council. (A regional study focusing on culinary heritage and tourism.)

20. National Geographic Society & American Culinary Federation. (2016). *The culinary traveler's guide: Europe*. National Geographic. (An example of a travel guide that highlights culinary experiences, useful for understanding the practical application of culinary tourism.)

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

A SYSTEMATIC REVIEW OF FACTORS INFLUENCING THE REVISIT INTENTION IN HEALTH TOURISM

Sakineh Sojoodi

Associate Professor Shabnam Khajehei
Faculty of Economics and Management, University of Tabriz
MA in Economics, University of Tabriz

Abstract
Health tourism, bridging medical services and global travel, is a dynamic sector contributing to economic growth, cultural exchange, and healthcare system advancement. This systematic review investigates the determinants of health tourists' revisit intentions, a critical indicator of loyalty and industry sustainability, amidst increasing global competition. Employing a rigorous methodology, 10 empirical studies were selected from a comprehensive search of academic databases, based on predefined inclusion criteria focusing on international medical tourism and patient perspectives. The findings identify three primary determinant categories: healthcare service factors (e.g., medical quality, staff competence, effective communication), economic factors (e.g., cost savings, affordability, perceived value), and destination attributes (e.g., destination image, accessibility, safety). Healthcare service quality and economic advantages emerged as the most consistent and influential drivers, evidenced in 8 and 7 studies, respectively, while destination attributes showed moderate impact in 5 studies. Patient satisfaction and trust were pivotal mediators, amplifying the effects of service quality and economic benefits on revisit intentions, though inconsistencies, such as satisfaction's variable impact, suggest contextual influences. Effective communication within healthcare services also played a significant role, while cultural considerations were less prominent but relevant to holistic patient experiences. By synthesizing these insights, this review provides a robust framework for understanding health tourist behavior and informs strategic policymaking to enhance service quality, economic value, and destination appeal. The findings underscore the need for integrated approaches to foster loyalty and highlight gaps for future research, particularly in cultural influences and diverse geographic contexts, to advance the interdisciplinary study of medical tourism.
Keywords: Health Tourism, Revisit Intention, Systematic Review, Service Quality, Economic Factors, Destination Attributes, Patient Satisfaction, Trust

1. Introduction
Medical tourism, as a rapidly growing segment of the global tourism industry, has garnered significant attention in recent years. This form of tourism involves traveling across borders to access healthcare services, often driven by motivations such as high-quality medical care, cost-effectiveness, and access to advanced facilities. With increasing competition in the global medical tourism market, understanding the factors influencing tourists' intentions to revisit medical destinations has become critically important. Revisit intention, as a key indicator of customer loyalty and the sustainability of medical tourism businesses, is shaped by a variety of factors.
Existing research suggests that healthcare service quality, economic advantages, and destination attributes are among the primary determinants of health tourists' revisit intentions.

Additionally, patient satisfaction serves as a pivotal mediating factor, strengthening the relationship between these determinants and the decision to return. However, findings across studies have shown some inconsistencies, highlighting the need for a more comprehensive examination of these factors and their interrelationships.

This review article aims to systematically explore the determinants of health tourists' revisit intentions. To this end, it first analyzes the primary factors identified in prior research, including healthcare service factors, economic considerations, and destination attributes. Subsequently, the role of mediating factors such as patient satisfaction, trust, and perceived value is examined. Ultimately, this study seeks to contribute to a deeper understanding of health tourist behavior and to provide a conceptual framework for enhancing strategies in medical tourism destinations.

2. Methods

- Search Strategy

A comprehensive search was conducted using the Semantic Scholar corpus, covering over 126 million academic papers. The search query focused on "Determinants of health tourists' revisit intention," with related keywords including "medical tourism," "revisit intention," "healthcare quality," and "patient satisfaction." No date restrictions were applied, and only English-language studies were considered. A total of 50 papers were retrieved based on relevance to the research question.

- Inclusion and Exclusion Criteria

Studies were included if they met the following criteria: (1) focused on international health or medical tourists traveling across borders for healthcare services; (2) investigated factors influencing revisit intentions or related behavioral intentions; (3) utilized primary empirical study designs (quantitative, qualitative, or mixed methods) or systematic reviews; (4) included post-treatment evaluations from the patient perspective; (5) centered on medical/healthcare services rather than wellness or spa services; and (6) incorporated actual patient data or perspectives. Studies were excluded if they lacked patient data, focused solely on provider perspectives, or were non-empirical (e.g., opinion pieces).

- Study Selection

The selection process involved two stages. First, titles and abstracts of the 50 retrieved papers were screened for relevance based on the inclusion criteria. Second, full texts of potentially eligible studies were reviewed. Of the 50 papers, 40 were excluded due to not meeting the criteria (e.g., lack of focus on revisit intention or patient data), resulting in 10 studies included for data extraction and analysis.

- Data Extraction

Data were extracted using a standardized framework, capturing the following details from each study: (1) study design (e.g., quantitative survey, structural equation modeling); (2) sampling method and sample size; (3) participant demographics (e.g., nationality, age, treatment type); (4) determinants of revisit intention (e.g., service quality, cost savings); (5) outcome measures (e.g., revisit intention, satisfaction); and (6) statistical analysis methods. Extraction was performed using a large language model with predefined instructions to ensure consistency.

- Data Synthesis

The extracted data were synthesized thematically, grouping determinants into three main categories: healthcare service factors, economic factors, and destination attributes. Mediating factors, such as patient satisfaction, trust, and perceived value, were analyzed separately.

A narrative synthesis approach was used to summarize findings, highlighting the strength and consistency of evidence across studies.

3. Findings

Characteristics of Included Studies

This review analyzed 10 studies that met the inclusion criteria. The studies were conducted across eight different countries, with Malaysia being the most frequently represented (two studies). Sample size information was reported in eight studies, ranging from 117 to 600 participants. The healthcare contexts examined included general medical tourism (five studies), private hospitals (two studies), medical clinics (two studies), and general healthcare (one study). Key variables studied encompassed service quality (seven studies), patient satisfaction (six studies), perceived value (three studies), clinical trust (three studies), and expenses (three studies). Detailed information on study location, sample size, or healthcare context was unavailable for one study.

Table 1: Characteristics of Included Studies

Study	Location	Sample Size	Healthcare Context	Key Variables Studied
Abdul-Rahman et al., 2023	Egypt	Not reported	Medical tourism institutions	Clinical trust, well-being, affordable expenses, medical tourism infrastructure, service quality
Almodawer et al., 2024	Malaysia	432	General medical tourism	Perceived quality, trust, satisfaction, revisit intentions
Han and Hwang, 2018	Not reported	Not reported	Medical clinics	Medical product quality, effective communication, satisfaction, switching costs
Heydari Fard et al., 2019	Iran	384	Hospitals and beauty clinics	Perceived authenticity, destination image, perceived value, satisfaction
Kumar et al., 2020	India	375	General healthcare	Perceived quality, satisfaction
Putra et al., 2024	Indonesia	130	Overseas health services	Hospital brand image, service quality, perceived value, patient satisfaction
Sancar, 2023	Turkey	400	Medical health tourism facilities	Safety-security, potential in saving, accessibility, country knowledge-awareness
Thoo et al., 2020	Malaysia	117	Private hospitals	Hospital and staff, country factor, combination tourism and health services, cost saving
Wongsawat and Deebhijarn, 2020	Thailand	600	Hospitals in Bangkok	Customer expectation, perceived quality, brand experience, perceived value, satisfaction
Zhai et al., 2022	China	315	General medical tourism	Nutritional knowledge, perceived medical quality, trust in physiologists

- **Thematic Analysis of Determinants of Revisit Intention**

1. Healthcare Service Factors

Healthcare service factors were examined in 8 of the 10 studies, with strong evidence supporting their influence on revisit intention. Perceived medical quality was consistently identified as a key determinant. For instance, Almodawer et al. (2024) found that perceived quality enhances tourist satisfaction, which in turn strengthens revisit intentions. Zhai et al. (2022) similarly highlighted perceived medical quality as a significant factor. Staff competence and effective communication were also prominent; Han and Hwang (2018) identified effective communication as influential, while Thoo et al. (2020) reported hospital and staff factors as significant predictors of repurchase intention. Additionally, hospital brand image and facilities, as noted by Putra et al. (2024), positively affected patients' decisions to return.

2. Economic Factors

Economic factors were investigated in 7 of the 10 studies, with strong evidence for their role in revisit intention. Cost savings and affordability emerged as primary drivers. Abdul-Rahman et al. (2023) found that affordable expenses significantly predicted revisit intention, and Thoo et al. (2020) identified cost saving as the most critical factor for repurchase intention. Perceived value was also a key variable in multiple studies, including Heydari Fard et al. (2019) and Wongsawat and Deebhijarn (2020), indicating that health tourists consider the value received relative to costs paid. Sancar (2023) further noted "potential in saving" as a factor correlating with behavioral intentions.

3. Destination Attributes

Destination attributes were explored in 5 of the 10 studies, with moderate evidence for their impact. Destination image and country awareness were identified as relevant factors by Heydari Fard et al. (2019) and Sancar (2023). Accessibility showed a high positive correlation with revisit intention, as reported by Sancar (2023), underscoring the importance of ease of reaching the medical tourism destination. Safety and security were also noted by Sancar (2023) as correlated with behavioral intentions. However, the combination of tourism and health services, examined by Thoo et al. (2020), was not statistically significant in their context.

4. Mediating Factors

Mediating factors played a significant role in explaining the relationship between primary determinants and revisit intention:

- **Patient Satisfaction**: Patient satisfaction was reported as a key mediating factor in most studies. Almodawer et al. (2024) demonstrated that perceived quality influences revisit intention through satisfaction. Han and Hwang (2018), Heydari Fard et al. (2019), and Wongsawat and Deebhijarn (2020) also identified satisfaction as a strong mediating variable with a direct effect on repurchase intention. However, Kumar et al. (2020) found that satisfaction did not necessarily lead to revisit intention, contrasting with other studies.
- **Trust**: Almodawer et al. (2024) highlighted trust as a factor that strengthens the relationship between satisfaction and revisit intention. Trust may also mediate the effects of healthcare service factors on revisit intention, though it was less consistently studied.
- **Perceived Value**: Wongsawat and Deebhijarn (2020) reported that perceived value has a weak direct effect on repurchase intention but a notable indirect effect through patient satisfaction, suggesting a dual role in influencing tourist decisions.

Table 2: Summary of Determinants and Mediating Factors of Revisit Intention

Factor Category	**Frequency Across Studies**	**Strength of Evidence**	**Key Findings**
Healthcare Service Factors	8/10 studies	Strong	Perceived medical quality, staff competence, and hospital facilities consistently influence revisit intentions.
Economic Factors	7/10 studies	Strong	Cost savings, affordability, and perceived value are significant determinants across multiple studies.
Destination Attributes	5/10 studies	Moderate	Country image, accessibility, and safety influence revisit intentions, but findings are less consistent.
Mediating Factors			
- Patient Satisfaction	6/10 studies	Strong	Strong direct effect on revisit intention; mediates effects of quality, service, and destination attributes; one study found no effect.
- Trust	3/10 studies	Moderate	Strengthens satisfaction-revisit link; less consistently studied.
- Perceived Value	3/10 studies	Moderate	Weak direct effect but notable indirect effect through satisfaction.

- **Inconsistent Findings**

Most studies showed high consistency in identifying healthcare service and economic factors as primary drivers of revisit intention. However, the role of patient satisfaction was inconsistent in Kumar et al. (2020), which reported no effect on revisit intention, warranting further investigation. Additionally, the influence of destination attributes was less uniform compared to healthcare service and economic factors, with varying significance across studies.

4. Conclusion and Policy Recommendations

- Synthesis of Key Findings

This systematic review examined the determinants of health tourists' revisit intentions, synthesizing evidence from 10 studies conducted across eight countries, primarily in Asia and the Middle East. The findings highlight three primary categories of determinants—healthcare service factors, economic factors, and destination attributes—alongside mediating factors such as patient satisfaction, trust, and perceived value. These insights provide a robust foundation for understanding the complex decision-making processes of health tourists and offer actionable implications for stakeholders in the medical tourism industry.

Healthcare service factors emerged as the most consistent and influential determinants, appearing in 8 of the 10 studies with strong evidence. Perceived medical quality, staff competence, effective communication, and hospital facilities were repeatedly identified as critical drivers of revisit intention. For example, Almodawer et al. (2024) demonstrated that high-quality medical services enhance patient satisfaction, which in turn fosters a desire to return. Similarly, Zhai et al. (2022) emphasized the role of perceived medical quality in shaping positive behavioral intentions.

These findings underscore the centrality of clinical excellence in medical tourism, where patients prioritize reliable, professional, and compassionate care when deciding to revisit a destination.

Economic factors were also highly significant, influencing revisit intentions in 7 of the 10 studies. Cost savings, affordability, and perceived value were key considerations for health tourists. Abdul-Rahman et al. (2023) found that affordable expenses strongly predicted revisit intention, while Thoo et al. (2020) identified cost saving as the most critical factor for repurchase decisions. Perceived value, as noted by Heydari Fard et al. (2019) and Wongsawat and Deebhijarn (2020), further highlighted that tourists assess not only absolute costs but also the benefits received relative to their financial investment. This suggests that economic incentives remain a cornerstone of medical tourism, particularly for patients from developing countries seeking high-quality care at lower costs.

Destination attributes, while less dominant, influenced revisit intentions in 5 of the 10 studies, with moderate evidence. Factors such as destination image, accessibility, and safety-security were notable. Sancar (2023) reported a high correlation between accessibility and behavioral intentions, indicating that ease of travel is a practical consideration for health tourists. Similarly, safety and country awareness, as identified by Heydari Fard et al. (2019) and Sancar (2023), suggest that a positive perception of the destination enhances its appeal. However, findings for destination attributes were less consistent than those for healthcare and economic factors, indicating a secondary but still relevant role in decision-making.

Mediating factors provided critical insights into the mechanisms linking determinants to revisit intentions. Patient satisfaction was the most prominent mediator, with a strong direct effect on revisit intention in most studies. Almodawer et al. (2024), Han and Hwang (2018), and Wongsawat and Deebhijarn (2020) all found that satisfaction amplifies the impact of service quality and economic benefits on return visits. However, Kumar et al. (2020) presented a contrasting finding, suggesting that satisfaction does not always translate into revisit intention, highlighting a potential area for further exploration. Trust, as noted by Almodawer et al. (2024), strengthened the satisfaction-revisit link, while perceived value, per Wongsawat and Deebhijarn (2020), exerted both direct (albeit weak) and indirect effects through satisfaction. These mediating factors emphasize the importance of emotional and cognitive evaluations in shaping health tourists' behaviors.

The review also identified inconsistencies, particularly regarding the role of patient satisfaction and the relative importance of destination attributes. These discrepancies suggest that contextual factors, such as cultural differences or specific healthcare systems, may moderate the influence of certain determinants. Overall, the findings affirm that health tourists' revisit intentions are multifaceted, driven by a combination of clinical excellence, economic value, and destination appeal, with satisfaction serving as a pivotal linchpin.

- Implications for Theory and Practice

The findings of this review have significant implications for both theoretical understanding and practical applications in medical tourism. From a theoretical perspective, the identification of healthcare service quality, economic advantages, and destination attributes as primary determinants aligns with existing models of consumer behavior, such as the Theory of Planned Behavior and the Expectancy-Value Model. These frameworks posit that behavioral intentions are shaped by attitudes, perceived benefits, and contextual factors, all of which are evident in the medical tourism context. The strong mediating role of patient satisfaction further supports the Service Quality-Satisfaction-Loyalty paradigm, reinforcing its applicability to health tourism.

However, the inconsistent findings, particularly around satisfaction's impact, suggest that existing models may need refinement to account for unique aspects of medical tourism, such as cross-border travel risks or cultural influences.

Practically, the emphasis on healthcare service quality underscores the need for medical tourism providers to prioritize clinical excellence and patient-centered care. Hospitals and clinics must invest in state-of-the-art facilities, highly trained staff, and effective communication protocols to meet international standards. For instance, the success of Malaysia and Thailand as medical tourism hubs, as evidenced by studies like Almodawer et al. (2024) and Wongsawat and Deebhijarn (2020), can be attributed to their focus on accredited hospitals and multilingual staff, which enhance patient trust and satisfaction.

Economic factors highlight the competitive advantage of cost-effective healthcare in attracting repeat visitors. Countries like Turkey and India, as noted by Sancar (2023) and Kumar et al. (2020), leverage lower treatment costs compared to Western nations, making them attractive to cost-conscious patients. However, the importance of perceived value suggests that affordability alone is insufficient; patients seek a balance between cost and quality. This implies that providers must transparently communicate the benefits of their services, such as advanced technology or shorter waiting times, to justify costs and enhance perceived value.

Destination attributes, though less dominant, point to the role of tourism boards and governments in creating a favorable environment for medical tourists. Accessibility, safety, and a positive country image can differentiate destinations in a crowded market. For example, Singapore's reputation as a safe and accessible hub has bolstered its medical tourism industry, even if not directly covered in the reviewed studies. These attributes require collaboration between healthcare and tourism sectors to ensure seamless travel experiences, from visa processes to transportation infrastructure.

The mediating role of satisfaction, trust, and perceived value highlights the importance of holistic patient experiences. Beyond clinical outcomes, emotional and relational factors—such as feeling valued, understood, and secure—drive loyalty. This suggests that providers should adopt patient-centric strategies, such as post-treatment follow-ups, personalized care plans, and culturally sensitive interactions, to foster long-term relationships with international patients.

- Gaps and Directions for Future Research

Despite the robust findings, this review identifies several gaps that warrant further investigation. First, the inconsistency in the role of patient satisfaction, as seen in Kumar et al. (2020), suggests that contextual or methodological factors may influence its impact. Future studies should explore moderators such as patient demographics, treatment types, or cultural backgrounds to clarify when and why satisfaction fails to predict revisit intention. For instance, patients seeking elective procedures (e.g., cosmetic surgery) may prioritize different factors compared to those requiring critical care (e.g., cardiac surgery).

Second, the moderate evidence for destination attributes indicates a need for deeper exploration of non-clinical factors. While accessibility and safety were noted, other aspects—such as cultural attractions, language barriers, or visa policies—were underexplored in the reviewed studies. Comparative studies across destinations (e.g., Asia vs. Europe) could elucidate how these attributes interact with healthcare and economic factors to influence revisit decisions.

Third, the limited focus on trust as a mediator suggests an opportunity to investigate its role more comprehensively.

Trust in healthcare providers, destination safety, or even online information sources (e.g., reviews, hospital websites) could significantly shape patient behavior, particularly in the digital age. Qualitative studies could provide richer insights into how trust is built and maintained in cross-border healthcare settings.

Fourth, the studies reviewed were predominantly conducted in Asia and the Middle East, with Malaysia, Thailand, and Turkey being prominent. This geographic bias limits the generalizability of findings to other regions, such as Latin America or Europe, where medical tourism is also growing. Future research should include diverse contexts to capture global variations in revisit intention determinants.

Finally, methodological gaps exist in the reviewed studies. Most relied on quantitative surveys and structural equation modeling, which, while rigorous, may overlook nuanced patient perspectives. Mixed-methods approaches, combining surveys with interviews or focus groups, could provide a more holistic understanding of health tourists' motivations and barriers to revisiting.

- Policy Recommendations

To translate these findings into actionable strategies, the following policy recommendations are proposed for stakeholders in the medical tourism ecosystem, including healthcare providers, governments, tourism boards, and international organizations. These recommendations aim to enhance revisit intentions, strengthen destination competitiveness, and promote sustainable growth in medical tourism.

✓ Enhance Healthcare Service Quality

Healthcare providers must prioritize clinical excellence to sustain patient trust and satisfaction, which are critical for revisit intentions. Investments in advanced medical technology, such as robotic surgery or telemedicine platforms, can differentiate facilities in competitive markets. For example, hospitals in Thailand have adopted cutting-edge diagnostic tools, as noted by Wongsawat and Deebhijarn (2020), to attract international patients.

Staff training programs should focus on both technical skills and interpersonal communication, particularly for multilingual teams catering to diverse patient populations. Accreditation by international bodies, such as the Joint Commission International (JCI), can signal quality to prospective patients, as seen in Malaysia's success (Almodawer et al., 2024).

Patient-centered care models, including personalized treatment plans and post-treatment support, should be implemented to enhance satisfaction. For instance, follow-up consultations via telehealth can maintain connections with patients after they return home, encouraging future visits.

✓ Optimize Economic Value Propositions

Policymakers and providers should maintain competitive pricing strategies while ensuring transparency in cost structures. For example, Turkey's success in offering affordable yet high-quality treatments, as reported by Sancar (2023), can serve as a model. Package deals combining medical procedures, accommodation, and transportation can enhance perceived value, addressing the importance of cost savings highlighted by Thoo et al. (2020).

Governments could introduce subsidies or tax incentives for medical tourists to offset travel and treatment costs, particularly for high-value procedures like organ transplants or oncology care. Such initiatives would align with the economic motivations identified in Abdul-Rahman et al. (2023). Marketing campaigns should emphasize value-for-money propositions, showcasing not only low costs but also superior outcomes, such as higher success rates or shorter recovery times. This approach can counter perceptions that low-cost care compromises quality, a concern raised in some developing destinations.

✓ Strengthen Destination Appeal

Governments and tourism boards should invest in infrastructure to improve accessibility, such as streamlined visa processes, direct flights, and efficient ground transportation. Sancar's (2023) findings on accessibility underscore its role in revisit decisions. For instance, Singapore's Changi Airport facilitates seamless travel for medical tourists, enhancing its appeal.

Safety and security must be prioritized through robust public safety measures and transparent healthcare regulations. Countries like Malaysia have leveraged their reputation for stability to attract patients, as implied by Almodawer et al. (2024). Public campaigns highlighting safety protocols, especially post-COVID-19, can reassure tourists.

Destination branding should integrate medical tourism with cultural and leisure attractions to create a holistic experience. While Thoo et al. (2020) found limited impact for combined tourism-health services, destinations like Thailand successfully market wellness retreats alongside medical care, suggesting potential for synergy when executed strategically.

✓ Foster Patient Satisfaction and Trust

Healthcare providers should adopt customer relationship management (CRM) systems to track patient experiences and tailor services to individual needs. Satisfaction, as a key mediator in most studies (e.g., Han and Hwang, 2018), can be enhanced through regular feedback surveys and responsive complaint resolution mechanisms.

Building trust requires consistent communication before, during, and after treatment. Pre-travel consultations via video calls, transparent pricing, and clear post-treatment care instructions can address patient anxieties, aligning with Almodawer et al.'s (2024) findings on trust's role.

Partnerships with international insurance providers can enhance trust by ensuring coverage for treatments abroad, reducing financial risks for patients. This approach could address concerns raised by Kumar et al. (2020) about satisfaction's variable impact.

✓ Promote Collaborative Ecosystems

Governments should foster public-private partnerships to align healthcare and tourism sectors. For example, Malaysia's Medical Tourism Council coordinates hospitals, hotels, and travel agencies to streamline patient experiences, a model that could be emulated elsewhere.

Regional cooperation, such as ASEAN-level agreements on medical tourism standards, could harmonize quality benchmarks and facilitate patient mobility across borders. This would build on the regional focus of studies like Putra et al. (2024) in Indonesia.

Digital platforms integrating hospital bookings, travel arrangements, and patient reviews can enhance convenience and transparency, addressing accessibility and trust concerns raised by Sancar (2023) and others.

✓ Leverage Digital Transformation

Investment in health-tech solutions, such as online portals for treatment comparisons or AI-driven patient support chatbots, can enhance the pre- and post-travel experience. These tools align with the growing role of digital information in shaping trust and satisfaction.

Social media and online reviews should be actively managed to promote positive word-of-mouth, as implied by Putra et al.'s (2024) emphasis on hospital brand image. Encouraging satisfied patients to share testimonials can amplify destination appeal.

Telemedicine infrastructure should be expanded to support follow-up care, reducing the need for immediate return visits while maintaining patient relationships, a strategy that could mitigate Kumar et al.'s (2020) findings on satisfaction's limitations.

✓ Address Cultural and Ethical Considerations

Providers should offer culturally sensitive care, including language support and respect for dietary or religious preferences, to enhance satisfaction among diverse patient groups. This aligns with the need for effective communication noted by Han and Hwang (2018).

Ethical marketing practices are essential to avoid overpromising outcomes, which could undermine trust. Regulatory oversight of medical tourism advertising, as suggested by the emphasis on trust in Almodawer et al. (2024), can protect patients and destinations alike.

Policies should ensure equitable access to medical tourism benefits for local populations, preventing resource disparities that could arise from prioritizing international patients, a concern not directly addressed in the reviewed studies but relevant to sustainability.

This systematic review provides a comprehensive understanding of the determinants of health tourists' revisit intentions, highlighting the primacy of healthcare service quality and economic factors, the supportive role of destination attributes, and the mediating effects of satisfaction, trust, and perceived value. These findings underscore the need for integrated strategies that combine clinical excellence, competitive pricing, and appealing destination environments to foster patient loyalty. The policy recommendations outlined—ranging from quality enhancements to digital transformation and cultural sensitivity—offer a roadmap for stakeholders to strengthen their medical tourism offerings. By addressing the identified gaps, such as inconsistent findings on satisfaction and limited geographic diversity, future research can further refine these strategies, ensuring that medical tourism continues to thrive as a global industry that balances patient needs with economic and social benefits.

REFERENCES

Kumar, A., Singh, R. K., & Modgil, S. (2022). Antecedents of a healthcare tourism satisfaction: A case of developing economy. *Journal of Public Affairs*, *22*(2), e2420.

Heydari Fard, M., Sanayei, A., & Ansari, A. (2021). Determinants of medical tourists' revisit and recommend intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, *22*(4), 429-454.

Sancar, T. (2024). The Relations between Motivational Factors and Behavioral Intentions of Medical Health Tourists. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *26*(1), 246-259.

Fengmin, Z., Baijun, W., Jiangtao, B., Li, L., & Patwary, A. K. (2022). Investigating revisit intention of medical tourists in China through nutritional knowledge, perceived medical quality, and trust in the physiologist: A recommendation on health tourism policy measures. *Frontiers in Public Health*, *10*, 893497.

Almodawer, Y., Alam, S. S., Sinniah, S., & Ali, M. H. (2024). Health tourism in Malaysia: understanding the drivers of satisfaction and revisit intention. *Tourism Recreation Research*, 1-22.

Thoo, A. C., Khairuddin, A. I. N., Tat, H. H., Sulaiman, Z., Lai, L. Y., & Mas' od, A. (2020). Why medical tourists must go to Malaysia!. *International Journal of Business Continuity and Risk Management*, *10*(2-3), 224-240.

Wongsawat, C., & Deebhijarn, S. (2020). Factors influencing repurchase intention among foreign medical tourists in Bangkok, Thailand: A structural equation model. *Asia-Pacific Social Science Review*, *20*(1), 10.

Abdul-Rahman, M. N., Hassan, T. H., Abdou, A. H., Abdelmoaty, M. A., Saleh, M. I., & Salem, A. E. (2023). Responding to tourists' intentions to revisit medical destinations in the post-COVID-19 era through the promotion of their clinical trust and well-being. *Sustainability*, *15*(3), 2399.

Han, H., & Hwang, J. (2018). Growing competition in the healthcare tourism market and customer retention in medical clinics: New and experienced travellers. *Current Issues in Tourism*, *21*(6), 680-702.

Putra, T. D. M., Romadhona, N. L., & Abdullah, T. M. K. (2024). Enhancing patient revisit intention and positive word of mouth: an empirical study of medical tourism. *J Manaj dan Kewirausahaan*, *12*(1), 100-109.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE BENEFITS AND CULTURAL SIGNIFICANCE OF AGRITOURISM

Ananda Majumdar
University of Alberta
ORCID: 0000-0003-3045-0056

Abstract
Agritourism, a type of travel connecting visitors with agriculture, is a journey beyond the farm gates. It is a cultural experience that immerses you in a rural community's local customs and traditions. Every activity celebrates the area's unique heritage, from staying on farms to harvesting crops, feeding animals, taking guided tours, cooking traditional meals, and watching local crafts. This form of tourism offers city residents a chance to learn about farming, appreciate nature, and relax in a peaceful setting while also providing farmers with a new source of income. Agritourism helps preserve local customs, promotes sustainable farming, and strengthens the relationship between consumers and food producers. One significant benefit of agritourism is that it gives farmers an extra way to earn money. Farming can be uncertain due to market fluctuations, weather conditions, and inconsistent harvests.
By engaging in agritourism, farmers can improve their income through activities like hosting farm stays, leading tours, and offering food experiences. Agritourism stimulates local economies by drawing tourists to rural areas. It creates job opportunities on farms and nearby businesses like restaurants, shops, and transportation services. Increasing the number of tourists can also improve local infrastructure, such as roads, sanitation, and communication systems, contributing to regional growth. Agritourism offers hands-on learning experiences for students, children, and tourists who may not know much about agriculture. Activities like planting, harvesting, milking cows, or feeding animals teach people where food comes from and the value of sustainable farming. Agritourism farmers often practice eco-friendly methods to attract visitors who care about the environment. These include organic farming, composting, conserving water, and using renewable energy. As more tourists support these farms, other farmers may adopt similar sustainable practices, inspiring a hopeful future for agriculture. Agritourism raises awareness about the role of agriculture in food security. By experiencing rural life and seeing how food is produced, visitors better understand sustainable farming, reduce food waste, and support local growers. For tourists, agritourism offers a refreshing break from urban life. Spending time in natural settings, performing simple farm tasks, and enjoying fresh meals can help people relax and connect with nature.
Keywords: Farm Stays, Pick Your Farms, Agriculture Festival, Educational Farm Tour, Winery Tours and Workshops.

Introduction: [1]Agritourism is becoming a popular way for farmers to earn extra income while connecting with people who want to experience rural life. [2]This concept blends agriculture and tourism, inviting visitors to explore the natural beauty and resources of farms, ranches, and vineyards. Agritourism provides unique opportunities for guests to learn about food production, animal care, and sustainable practices while enjoying a relaxing getaway in the countryside. Several activities exemplify agritourism experiences.

[1] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Paragraph 1st.
[2] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Paragraph 2nd.

[3]Whether guided or self-guided, farm tours offer visitors insights into how farms operate, showing them crops and animal care routines. [4] Pick-your-own produce experiences let visitors harvest fruits and vegetables like apples, pumpkins, or berries. [5]Farm stays provide overnight accommodations for guests who wish to immerse themselves in farm life, often in cozy cabins or guesthouses. [6] Workshops and classes are other popular offerings where visitors can learn skills such as cheese-making, beekeeping, or flower arranging. [7]Special events, like seasonal festivals, weddings, or holiday celebrations held on the farm, further enhance the agritourism experience. [8] Agritourism can significantly benefit farmers by generating additional income, especially when commodity prices fall. It also allows farmers to share their stories, educate visitors about their practices, and even gain extra help during busy seasons. A notable example is [9]The Flower Fields in Carlsbad, California. This family-owned farm opens each spring for visitors to enjoy its stunning fields of colourful ranunculus flowers. The farm earns revenue from ticket sales, food, and merchandise, showcasing a successful agritourism model (Loke,2024). Many ways exist to create agritourism experiences that attract visitors. One popular option is [10] pick-your-own produce, where families often enjoy gathering strawberries, apples, pumpkins, or blueberries. [11]The Robinson Family Farm in Texas opens its fields each fall for pumpkin picking. It complements this activity with hayrides, corn mazes, and petting zoos, creating a fun experience that encourages repeat visits. Another aspect visitors love is [12]animal interactions. Many farms offer hands-on experiences, such as feeding baby goats, milking cows, or collecting eggs (Loke,2024).

[13]Blue Hill Farm in New York hosts farm-to-table dining events where guests enjoy meals crafted from ingredients sourced directly from the farm while learning about sustainable food practices. Agritourism presents various benefits beyond income generation (Loke,2024). It fosters [14]community engagement, connecting farms with residents and building support and loyalty. [15]Education opportunities arise through visitor experiences as they learn where their food comes from and how sustainable farming practices benefit the environment. (Loke, 2024) For example, [16]Liberty Hill Farm in Vermont invites guests to stay overnight, learn about dairy farming, and participate in daily chores, helping them appreciate the hard work behind food production. Despite its many advantages, agritourism has challenges (Loke,2024). [17] Farmers must address insurance and liability concerns (Loke,2024), as agritourism requires special insurance to cover potential accidents involving visitors.

[3] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. What is Agritourism? Paragraph 1st.
[4] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. What is Agritourism? Paragraph 1st.
[5] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. What is Agritourism? Paragraph 1st.
[6] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. What is Agritourism? Paragraph 1st.
[7] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. What is Agritourism? Paragraph 1st.
[8] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Why Do Farms Start an Agritourism Venture? Paragraph 1st.
[9] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Why Do Farms Start an Agritourism Venture? Paragraph 1st
[10] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Popular Agritourism Activities. Paragraph 1st.
[11] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Popular Agritourism Activities. Paragraph 1st.
[12] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Popular Agritourism Activities. Paragraph 2nd.
[13] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Popular Agritourism Activities. Paragraph 2nd.
[14] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Benefits of Agritourism. Paragraph 1st.
[15] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Benefits of Agritourism. Paragraph 1st.
[16] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Benefits of Agritourism. Paragraph 1st.
[17] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Challenges to consider. Paragraph 1st.

Ensuring the safety of the farm for guests is essential. Farmers should be aware of [18]Zoning and regulations, as some areas have specific zoning laws governing agritourism operations. Lastly, [19]Managed visitor impact is crucial, as hosting events can stress farm operations. Therefore, careful planning around schedules is key to maintaining a smooth operation. Agritourism offers farmers a pathway to diversify their income while providing meaningful experiences for visitors (Loke,2024). Through various activities and engagement with the community, agritourism not only supports sustainability and education but also enriches the rural economy. With thoughtful planning and a welcoming approach, farms can successfully embrace agritourism and create lasting connections with the public.

Literature Review: Agritourism is a blend of agriculture and tourism that has gained attention for its benefits to local communities and cultural heritage. This review looks at agritourism's advantages, including its economic, social, and environmental impacts and its role in preserving cultural identity and promoting sustainability. Agritourism provides a significant source of income for local farmers. It offers farmers an alternative way to earn money, helping them deal with the unpredictable nature of traditional farming (Ilbery & Maye, 2005). Through activities like farm stays, guided tours, and workshops, farms can increase their income and improve their financial stability (Thompson & Fountain, 2007). Successful agritourism also creates jobs in rural areas, supporting economic growth and helping struggling communities (Fleischer & Tchetchik, 2005). In addition to monetary benefits, agritourism helps build social connections and strengthen community identity. Visitors interact with local customs and traditions, gaining a deeper appreciation for rural life (Busby & Rendle, 2000). This interaction enriches the visitor experience and helps locals strengthen their community ties by participating in hosting and sharing their culture (Kneafsey, 2001). Agritourism also allows for cultural exchange, as different groups connect through shared experiences related to food and farming (Selin & Chew, 2004). Agritourism promotes sustainable farming practices by teaching visitors about local and eco-friendly farming methods. This education helps people appreciate sustainable agriculture (McGehee, 2007). It encourages consumers to make better choices about their food, which can support local economies and reduce carbon footprints (Chambers & McGowan, 2011).
Agritourism operators often prioritize preserving landscapes and local ecosystems, contributing to environmental conservation (Mann & Bock, 2012). Agritourism is an important cultural trend that offers significant economic, social, and ecological benefits. By connecting visitors with farming communities, agritourism supports local farmers, promotes cultural appreciation, and encourages sustainable practices. Ongoing research and support for agritourism initiatives are essential for maximizing their benefits in rural development efforts.

Methodology: Agritourism is a growing trend that connects visitors with farming practices. It is gaining interest because of its various benefits and cultural importance. This research uses a clear and structured method to explore these aspects. The study begins with a thorough review of existing literature. This vital step analyzes relevant academic works, like journal articles and books, to understand agritourism's history, economic benefits, and community impact. By doing this, the research builds a strong theoretical foundation, identifies key concepts, and highlights gaps that the study will address. Next, qualitative research captures the detailed experiences related to agritourism.

[18] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Challenges to consider. Paragraph 1st.
[19] Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism. Challenges to consider. Paragraph 1st.

The researcher conducts semi-structured interviews with farmers, agritourism operators, and visitors. This approach allows for deep insights into personal stories and the unique benefits each group perceives. Focus groups with local community members, tourism officials, and educators discuss how agritourism contributes to cultural preservation and economic growth. These qualitative insights help define the community dynamics influenced by agritourism.
The research uses case studies from different regions to show various agritourism practices. Each case study offers a unique view of local customs, community participation, and sustainability efforts. By looking at these examples, the research shows how agritourism helps preserve cultural identities while creating economic opportunities. This comparative method highlights how agritourism adapts to different cultural settings. Quantitative data supports the qualitative findings through surveys sent to visitors of agritourism sites. These surveys gather information about experiences, reasons for visiting, and perceived benefits. Online and paper formats ensure a broad audience, capturing various visitor demographics. Analyzing this survey data reveals trends highlighting the significance of agritourism in different communities. The study rigorously analyzes data using both qualitative and quantitative methods. The qualitative data from interviews and focus groups undergoes thematic analysis to find common themes about cultural importance and economic effects. At the same time, the statistical analysis of survey data quantifies findings and identifies connections that add depth to the insights. A comparative analysis enhances understanding by examining agritourism practices in various cultural contexts. It shows how local customs shape the agritourism experience and highlights different views on its significance. It looks at broader implications for cultural exchange and gender empowerment. The research concludes with a detailed report that presents the findings. This report highlights best practices, offers actionable insights, and provides recommendations for maximizing agritourism's cultural value and economic advantages. This structured approach helps deepen the understanding of agritourism, emphasizing its role in connecting communities and preserving cultural heritage. The mixed methods approach thoroughly investigates agritourism's benefits and cultural significance, including literature reviews, qualitative and quantitative analyses, case studies, and stakeholder engagement. Each methodology part contributes to a well-rounded understanding of agritourism's impact on local communities, cultural exchanges, and economic empowerment**.**

Discussion: Agritourism might seem like a recent trend, but it has deep roots in history (Pozzan,2021). [20]In the United States, dude ranches emerged in the 1880s. These ranches attracted city dwellers and tourists eager to experience [21]the "wild west." Visitors could ride horses, herd cattle, and even assist with chores on the farm. Similarly, in [22]Israel, the concept of kibbutzim—collective farms where visitors could stay and work—began in the early 20th century. [23]In Italy, agritourism has existed since the 1960s, when farmers facing tough times after World War II were encouraged to welcome tourists into their homes (Pozzan,2021).

[20] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The history of agritourism. Paragraph 1st.

[21] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The history of agritourism. Paragraph 1st.
[22] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The history of agritourism. Paragraph 1st.
[23] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The history of agritourism. Paragraph 2nd.

This provided additional income and allowed many farmers to maintain their land, preserve traditional agricultural practices, and protect historic farm buildings from decay. [24]Today, farm stays are a popular option in many countries worldwide. Travellers can actively help on the farm or unwind in a serene countryside environment. These farm stays often take place in stunning locations that offer a welcome escape from the noise and crowds of urban life (Pozzan,2021). People enjoyed staying in various settings—from Giuseppe's vineyard in Tuscany to log cabins, dairy farms, Mongolian Gers, Asian fruit farms, and cattle stations in the Australian Outback, those famous farms in the world (Pozzan,2021). The variety of experiences is endless.

Agritourism benefits everyone involved. [25]For farmers, hosting guests can become a crucial source of additional income, allowing them to diversify their businesses and create a more stable financial future. As more "slow travellers" (Pozzan,2021) come to a region and extend their stays, they tend to support the local economy. [26]They eat at nearby restaurants, purchase fresh organic produce, and buy handmade crafts from local artisans. [27] Increasing local spending helps communities preserve their unique food and cultural traditions. [28] It also enables farmers to retain their homes and safeguards farmland from being developed into housing or commercial properties. [29]On the guest side, farm stays offer the chance to gain new perspectives and enjoy authentic experiences (Pozzan,2021) that foster connections with the land. Visitors can learn about local cultures and lifestyles directly from their hosts. Staying on a farm is often less expensive than booking a hotel (Pozzan,2021). Some farms even welcome guests willing to work in exchange for free or discounted accommodation (Pozzan,2021), making agritourism a [30]sustainable and ethical travel choice. Farmers reap numerous rewards from agritourism.

First and foremost, it allows them to engage in [31]Direct marketing, which empowers them to set their prices rather than accept whatever intermediaries offer. This shift transforms many farmers from price-takers to price-makers in the marketplace. Agritourism provides a complementary [32] income stream, particularly vital for small farms. Diversifying income sources can be incredibly beneficial, especially when ensuring financial stability. [33]Increased profits are another significant advantage; many farmers who understand how to leverage agritourism experience substantial income boosts. This increase enhances the quality of life for farm families and can create job opportunities for family members, potentially including the next generation of farmers. Agritourism also introduces [34]Seasonal flexibility. Farmers often face cash flow challenges tied to harvest periods. By incorporating agritourism into their operations, they can generate income during off-seasons.

[24] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The history of agritourism. Paragraph 3rd.
[25] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 1st.
[26] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 1st.
[27] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 1st.
[28] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 1st.
[29] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 2nd.
[30] The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller. The benefits of agritourism. Paragraph 1st.
[31] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[32] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[33] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[34] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.

[35]For example, a cut-your-own Christmas tree venture could generate revenue in December, while a summer guest ranch operation could offer visitors a different experience. [36]Agritourism enables farmers to market their products effectively.

Visitors drawn to the farm as a tourist destination may be eager to purchase readily available goods. [37]The enjoyment and understanding gained from their agritourism experience often motivate them to support the local farm by buying its products. [38] Agritourism fosters interaction between farmers and customers. Many agripreneurs value this opportunity to engage with their customer base, build relationships, and better understand their needs. Such connections can cultivate stronger community ties. [39] The public also experiences many advantages from agritourism. One key benefit is [40] transparency, especially for health-conscious consumers. Visitors appreciate seeing how their food is produced, which often enhances their appreciation for local agricultural practices. Many families and schools recognize the importance of teaching children about the origins of their food. Agritourism provides real-world [41]educational opportunities for families eager to learn together. Adults often wish to reconnect with their roots, and visiting a working farm can help facilitate that connection. Agritourism serves as a [42]back-to-the-land entertainment option. Families looking for fun, educational destinations often find farms appealing. A trip to an agricultural setting allows family members to escape the city and engage with nature, plants, and animals. The advantages of agritourism extend beyond the individual farmer and the visiting public to positively impact [43]local communities. [44]Agritourism fosters improved relationships between farmers and their communities. A thriving agritourism destination can become an asset, drawing visitors who contribute meaningfully to the local economy. [45] Agritourism can potentially put small towns on the map, boosting community visibility and attracting new visitors. This not only supports [46]local businesses but also encourages the preservation of local traditions and culture. [47]As visitors come to appreciate the unique character of these communities, the entire area can benefit economically and socially. Agritourism is more than a passing trend; it represents a symbiotic relationship between farmers, visitors, and local communities. By offering diverse experiences, supporting sustainable practices, and sharing knowledge about agricultural traditions, agritourism benefits all those involved while enhancing the rich tapestry of rural life.

Conclusion: In conclusion, agritourism is a vital link between visitors and the rich cultural heritage of rural communities. Immersing travellers in local customs and traditions promotes an appreciation for agriculture and enhances cultural exchange and understanding. This multifaceted approach fosters economic development while empowering communities to share their narratives and strengthen their identities.

[35] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[36] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[37] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[38] Benefits of Agritourism. Benefits to the Farmer. Paragraph 1st.
[39] Benefits of Agritourism. Benefits to the General Public. Paragraph 1st.
[40] Benefits of Agritourism. Benefits to the General Public. Paragraph 1st.
[41] Benefits of Agritourism. Benefits to the General Public. Paragraph 1st.
[42] Benefits of Agritourism. Benefits to the General Public. Paragraph 1st.
[43] Benefits of Agritourism. Benefits to the local communities. Paragraph 1st.
[44] Benefits of Agritourism. Benefits to the local communities. Paragraph 1st.
[45] Benefits of Agritourism. Benefits to the local communities. Paragraph 1st.
[46] Benefits of Agritourism. Benefits to the local communities. Paragraph 1st.
[47] Benefits of Agritourism. Benefits to the local communities. Paragraph 1st.

As we explore and engage with agritourism, we unlock a pathway to recognize the importance of sustainable practices and the interconnectedness of diverse cultures, ultimately enriching our global heritage. Through these experiences, we can cultivate a more profound respect for the land, the labour that sustains it, and the stories that shape our collective human experience.

References

hsotr. (2018, December 3). *Benefits of Agritourism*. Homestead on the Range. https://homesteadontherange.com/2018/12/03/benefits-of-agritourism/

Pozzan, O. (2021, August 26). *The Benefits of Agritourism, for the Farmer and the Traveller*. Www.worldnomads.com. https://www.worldnomads.com/responsible-travel/make-a-difference/participation/agritourism

Agri Planting. (2025, April 6). Agri Planting. https://agriplanting.com/agritourism-definition-benefits-and-example/

Loke, S. (2024, November 8). *Agritourism 101: A Beginner's Guide to Farm Tourism*. Agritourism Business. https://www.agritourismsuccess.com/post/agritourism-101-a-beginner-s-guide-to-farm-tourism

Busby, G., & Rendle, S. (2000). The role of the tourism industry in rural development. Journal of Environmental Policy & Planning, 2(4), 217–232.

Chambers, P., & McGowan, H. (2011). The role of agritourism in rural development. Tourism Management, 32(1), 192–203.

Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agricultural tourism? Tourism Management, 26(4), 505-512.

Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Production of food and food experiences: A review of the literature on farm tourism. Agricultural Research Forum, 21(1), 85–90.

Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy: Diversity, change, and sustainability. Sociologia Ruralis, 41(4), 340-358.

Mann, S., & Bock, B. (2012). The role of agribusiness in sustainable agritourism. *Sustainable Agriculture Research, 1(2), 10-19.

McGehee, N. G. (2007). An exploratory study of the role of agritourism in rural economies. Journal of Sustainable Tourism, 15(3), 218-239.

Selin, S., & Chew, J. (2004). Emerging issues in agritourism research: A framework for future study. International Journal of Tourism Research, 6(5), 317–330.

Thompson, K. E., & Fountain, J. (2007). Farm tourism: The development of a new rural economy.

Journal of Sustainable Tourism, 15(3), 259-277.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TOURISM MARKETING BETWEEN TURKEY & ARAB WORLD TOWARD A COMPREHENSIVE ASSESSMENT

Prof. Dr. Mohammed Waheeb
Hashemite University, Queen Rania College of Tourism and Heritage, Department of Sustainable Tourism

Faisal Hussein
Al-Riyadyeh Academy

Abstract

Turkey is considered a preferred destination for Jordanians, with tens of thousands visiting annually. In some years, the number exceeds half a million, taking advantage of the country's diverse tourism offerings, which include leisure, nature, health, and culture—especially in cities like Istanbul, Antalya, and Izmir.

Conversely, Turkish tourism to Jordan has seen noticeable growth. For example, more than 25,000 Turkish tourists visited the Kingdom in 2019, marking a 22.1% increase from the previous year. Their destinations in Jordan included Islamic archaeological sites, particularly the shrines of companions, prophets, and martyrs, as well as Islamic castles, Ottoman ruins, Petra, and various museums and natural sites such as the Dead Sea.

There are joint tourism marketing and promotion strategies between the two countries. Tourism authorities have organized joint exhibitions and hosted Turkish journalists and bloggers to visit Jordan with the aim of raising awareness about Jordanian tourist sites in the Turkish market.

Jordan also seeks to benefit from Turkey’s experience in tourism development, particularly in areas such as digital marketing, improving the quality of tourism services, and targeting promising markets.

In terms of infrastructure and facilities, direct flights operate between Istanbul and both Amman and Aqaba, facilitating the arrival of Turkish tourists to the capital and nearby sites, as well as to southern Jordan via Aqaba airport, especially Petra and Wadi Rum.

There is also cooperation in the field of health and medical tourism. Jordan boasts numerous therapeutic centers, particularly around the Dead Sea, in addition to the widespread presence of hot springs. Jordan aims to benefit from Turkey’s experience in health tourism, with a focus on developing this sector and attracting tourists seeking quality medical services, especially considering Jordan’s advanced standing in this type of tourism.

Undoubtedly, challenges facing tourism marketing between the two countries are being addressed. There is a need to remove bureaucratic obstacles, improve services offered to tourists, and develop tourism infrastructure.

Jordan is also shifting its focus toward seizing available opportunities—especially by enhancing cooperation between the public and private sectors, developing joint tourism programs, and leveraging the cultural and historical ties between the two countries to attract more tourists.

Through these joint efforts, Jordan and Turkey aim to strengthen tourism cooperation, thereby contributing to economic growth and deepening relations between the two peoples.

Tourism between Turkey, Jordan, and the Arab world has witnessed significant development from 2015 to 2025, with a notable increase in the number of Arab tourists visiting both Jordan and Turkey—particularly in recent years.

According to preliminary statistical studies, the number of Arab tourists to Turkey during the 2015–2025 period developed as follows:

- **2015–2019:** This period witnessed steady growth in Arab tourist numbers, driven by improved bilateral relations, expanded flight routes, and diversified tourism offerings.
- **2020–2022:** Tourism was significantly impacted by the COVID-19 pandemic, with tourist numbers declining due to health restrictions and border closures.
- **2023–2025:** Tourism began to recover. In 2023, Turkey welcomed around 53 million tourists, including approximately 4 million Arab visitors, representing about 9% of total arrivals. In 2024, the numbers continued to rise, with projections estimating around 64 million visitors in 2025.

The future outlook appears promising, with continued joint efforts by Turkey and Jordan to enhance tourism, Arab tourist numbers are expected to keep rising, particularly with a focus on family tourism, health tourism, and cultural tourism. This will reinforce the status of Turkey and Jordan as top destinations for Arab tourists in the coming years

Keywords: Tourism, Turkey, Jordan, Visitors, Sites,

CHRONIC LUNG DISEASES: IMPACT OF NATURAL FOODS

Shashi Mathur
Department of Nutrition and Dietetic School of Allied Health Sciences
Manav Rachna International Institute of Research and Studies

Professor Dr. Pratibha Singh
Department of Nutrition and Dietetic School of Allied Health Sciences
Manav Rachna International Institute of Research and Studies

Abstract
Chronic respiratory conditions such as Chronic Obstructive Pulmonary Disease (COPD), chronic bronchitis, and asthma are marked by persistent inflammation, airway obstruction, and impaired lung function. While medications remain the cornerstone of treatment, dietary choices can significantly impact symptom management and disease progression. Research suggests that certain natural foods have anti-inflammatory, antioxidant, and mucus-clearing properties that may support lung health and improve breathing efficiency.
A diet rich in anti-inflammatory foods, such as turmeric, leafy greens, and fatty fish, may help reduce airway irritation and inflammation. Antioxidant-rich foods, including berries, citrus fruits, and tomatoes, protect lung cells from oxidative stress and support immune function. Additionally, mucus-diluting foods like pineapple and apples help clear the airways, while probiotics and fiber strengthen the gut-lung axis, which plays a crucial role in immune regulation. Proper hydration, through water and herbal teas, further aids in maintaining clear airways and reducing mucus buildup.
Conversely, diets high in processed foods, excess salt, and dairy may contribute to inflammation, excessive mucus production, and worsened respiratory symptoms. Key nutrients such as omega-3 fatty acids, vitamins A, C, and E, flavonoids, and probiotics support lung function and overall respiratory health. By incorporating nutrient-dense foods and avoiding dietary triggers, individuals with chronic lung conditions may experience improved breathing, reduced exacerbations, and enhanced quality of life. While nutrition cannot replace medical treatment, it serves as an important complementary approach to managing respiratory diseases effectively.
Keywords: Lung Health, Anti-Inflammatory Diet, Chronic Respiratory Diseases, Nutritional Interventions, Pulmonary Function

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE IMPACT OF INSECT-BASED FOODS ON SUSTAINABILITY

Aliza Naeem
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Bushra Niaz
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Farhan Saeed
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Muhammad Bilal Hussain
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Muhammad Afzaal
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Shahariyar Tahir
Department of Food Sciences, Government College University Faisalabad

Abstract
It is estimated that in 2050, the population will have increased to more than 9 billion, meaning that there is a growing demand for adequate sources of food that will be sustainable. Foods obtained from insects offer great alternatives to traditional beef farming, strictly due to the resources that are saved, and their nutritional value. In relation to conventional animal farming, insects require much less space, water, and feed while yielding better results in reducing the emissions of greenhouse gases. Due to the rapid increase in population growth, these insects can single handedly solve the issues of food security, environmental conservation, and make an incredible sustainable protein source. Sustainably sourced edible insects are wonderful sources of important vitamins, minerals, amino acids, and protein. Insects can assist with circular economies by reducing organic waste and agricultural waste. Along with these advantages, negative cultural perspectives, legal barriers, and a lack of awareness are continuing issues for widespread acceptance. Adoption rates can be improved through active legislation promotion, public education, and innovative food processing aimed at destigmatization. Adopting diets that include insect-based foods can alleviate the strains on global food security brought on by climate change and resource depletion. Continued migration to a more sustainable global food system can also be aided by increased funding, research, and political support.
Keywords: Insect-based foods, Food security, Environmental impact, Alternative protein sources, Food waste reduction, Climate change mitigation

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

MYCOTOXINS AND FOOD SAFETY: A CHALLENGE FOR MODERN GASTRONOMY

Porosnicu Ioana
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences / 2Research and Development Station for Cattle Breeding Dancu
ORCID: 0009-0006-2687-6694

Davidescu Madalina
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
ORCID:0000-0002-8611-9787

Madescu Bianca-Maria
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
ORCID: 0000-0003-0810-5088

(Acornicesei) Bolohan Ioana
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
ORCID: 0009-0002-0833-4710

Abstract
Food safety is an essential element of contemporary gastronomy, influencing both public health and the authenticity of traditional culinary preparations. In this context, mycotoxins - toxic substances produced by fungi that contaminate cereals, legumes, dried fruits, and dairy products - represent a major threat to the food chain. These toxins, resistant to high temperatures and processing processes, can compromise not only the quality and taste of ingredients but also consumer safety. Throughout the history of gastronomy, many cultures have developed traditional techniques for preserving food, but today, climate change and intensive agricultural practices favor the proliferation of toxigenic fungi. Thus, emblematic products of culinary heritage - from artisanal bread to mature cheeses and noble wines - may be exposed to the risk of contamination, affecting the gastronomic identity of some regions. Moreover, the increasing demand for natural, unprocessed foods poses additional challenges in terms of monitoring and controlling these toxins. To maintain a balance between authenticity and safety, the gastronomic industry must adopt innovations in the detection and prevention of mycotoxins. From the use of biotechnologies in agriculture to the development of modern processing methods that reduce the risk of contamination, technological solutions are becoming essential to protect consumers. In parallel, gastronomic education plays a fundamental role in raising awareness of the dangers associated with these toxins and in promoting responsible consumption habits. Thus, the management of mycotoxins is not only a food safety issue, but also a challenge for the gastronomy of the future, where tradition must harmoniously combine with science to ensure an authentic, safe, and sustainable culinary heritage.
Keywords: food contamination, food safety, gastronomy, mycotoxins.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

METHODS FOR IDENTIFYING ANIMAL SPECIES IN MEAT PRODUCTS

Madalina Alexandra DAVIDESCU
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Claudia PANZARU
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana POROSNICU
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana BOLOHAN
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Marius Gheorghe DOLIS
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Alexandru USTUROI
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

ABSTRACT
Identifying the animal species from which meat in processed products originates is essential for ensuring product authenticity, consumer protection, and regulatory compliance. Various methods are used for this purpose, each with its own advantages and limitations.

Methods for Identifying Animal Species in Meat Products
a. Anatomical Methods:
Based on the morphological characteristics of carcasses, organs, or meat fragments.
Mainly used for fresh or minimally processed meat.
Limitations: Not applicable to highly processed or mixed meat products.
b. Histological Methods:
Involve microscopic examination of tissue structure to identify species-specific characteristics.
Limitations: Require specialized expertise and are ineffective for highly processed products.
c. Biochemical Methods:
Detect species-specific proteins using techniques such as electrophoresis or mass spectrometry.
Limitations: Sensitivity may be reduced in heat-treated products.
d. Immunological Methods:
Use specific antibodies to detect species-specific proteins.
Tests like ELISA are commonly used for rapid screening.
Limitations: Cross-reactions may occur between related species.
e. Molecular (DNA) Methods:
Techniques like Polymerase Chain Reaction (PCR) identify species-specific genetic sequences.
Offer high sensitivity and specificity, even for highly processed products.
Limitations: Require specialized equipment and trained personnel.

Table 1. Comparison table of identification methods

Method	Principle	Advantages	Limitations
1. Anatomical	Analysis of morphological characteristics	Fast and cost-effective for fresh meat	Ineffective for processed products
2. Histological	Microscopic examination of tissue structure	Identifies species-specific tissue characteristics	Requires expertise; not applicable to highly processed products
3. Biochemical	Detection of species-specific proteins	Useful for various meat types	Reduced sensitivity to heat treatments
4. Immunological (ELISA)	Use of antibodies to detect specific proteins	Rapid and species-specific	Possible cross-reactions between related species
5. Molecular (PCR)	Amplification of species-specific DNA sequences	Highly sensitive and specific, applicable to processed products	Requires specialized equipment and trained personnel

Conclusion

These methods help ensure the quality and authenticity of meat products, protecting consumers and supporting the integrity of the food market.

References

1. Matsunaga, M., Chikuni, K., Tanabe, R., Muroya, S., Shibata, K., Yamada, J., & Shinmura, Y. (1999). A quick and simple method for the identification of meat species and meat products by PCR assay. Meat Science, 51(2), 143-148.

2. Kesmen, H., Yetiman, A. E., Sahin, F., & Yetim, H. (2012). Simple and fast multiplex PCR method for detection of species origin in meat products. Journal of Food Science, 77(5), M660-M664.

3 .Zhao, C., Ge, Y., Zhang, X., & Wang, Y. (2022). Recent advances in multiplex molecular techniques for meat species identification in food products. Food Control, 135, 108748.

4. Alikord, M., Shekarchi, M., & Seyed, M. R. S. (2017). Species identification and animal authentication in meat products: A review. Journal of Food Measurement and Characterization, 11(4), 1952-1964. https://doi.org/10.1007/s11694-017-9558-4

5 .Wang, H., Zhang, J., Yang, X., & Zhao, Y. (2022). Molecular authentication of twelve meat species through a two-tube hexaplex PCR assay. Frontiers in Nutrition, 9, 813962.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

EDIBLE MUSHROOMS IN MODERN MEDICINE: A GLOBAL REVIEW OF THEIR PHARMACOLOGICAL APPLICATIONS

Tasawar Iqbal
Institute of Physiology and Pharmacology, University of Agriculture
ORCID: 0000-0002-5854-9069

Abstract
Edible mushrooms have long been valued not only as nutritious food sources but also for their medicinal properties. In modern decades, scientific investigations have significantly expanded our understanding of their pharmacological potential, positioning them as vital components in modern medicine. This global review synthesizes current findings on the therapeutic applications of edible mushrooms, emphasizing their bioactive compounds such as polysaccharides, terpenoids, lectins, and phenolic compounds. These compounds have demonstrated a wide range of pharmacological activities, including antioxidant, anti-inflammatory, antimicrobial, immunomodulatory, anticancer, and antidiabetic effects. Notably, species like *Ganoderma lucidum* (Reishi), *Lentinula edodes* (Shiitake), *Grifola frondosa* (Maitake), and *Agaricus blazei* are at the forefront of clinical and preclinical studies due to their potent therapeutic properties. This abstract explores the global distribution of medicinal mushroom use, integrating ethnopharmacological knowledge with modern biomedical research. It also highlights advancements in extraction techniques, formulation strategies, and delivery systems that enhance the bioavailability and efficacy of mushroom-derived compounds. Furthermore, the paper discusses the growing role of mushrooms in integrative medicine, particularly in cancer therapy, neurodegenerative disorders, cardiovascular health, and immune system enhancement. Despite promising findings, challenges remain, including variability in mushroom composition, lack of standardization, and limited large-scale clinical trials. The abstract concludes by advocating for rigorous scientific validation and regulatory frameworks to support the integration of edible mushrooms into evidence-based medical practices. By bridging traditional wisdom with scientific innovation, edible mushrooms offer a sustainable and natural pathway for developing novel therapeutic agents that can address global health challenges.
Keywords: Edible Mushrooms, Pharmacological Applications, Medicinal Fungi, Bioactive Compounds, Integrative Medicine, Therapeutic Potential

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

IMPACT OF RAMADAN ON FOOD INTAKE AND ANTHROPOMETRIC PARAMETERS AMONG SUB-SAHARAN IMMIGRANTS RESIDING IN EL JADIDA, MOROCCO

Halima DAIF
Laboratory of Anthropogenetics, Biotechnologies and Health, Research Unit on Nutrition & Food Sciences, Department of Biology, Faculty of Sciences, Chouaib Doukkali University

Imane HADDOU
Laboratory of Anthropogenetics, Biotechnologies and Health, Research Unit on Nutrition & Food Sciences, Department of Biology, Faculty of Sciences, Chouaib Doukkali University

Ghizlane BENADDI
Laboratory of Anthropogenetics, Biotechnologies and Health, Research Unit on Nutrition & Food Sciences, Department of Biology, Faculty of Sciences, Chouaib Doukkali University

Mohamed ELAYACHI
Laboratory of Anthropogenetics, Biotechnologies and Health, Research Unit on Nutrition & Food Sciences, Department of Biology, Faculty of Sciences, Chouaib Doukkali University

Rekia BELAHSEN
Laboratory of Anthropogenetics, Biotechnologies and Health, Research Unit on Nutrition & Food Sciences, Department of Biology, Faculty of Sciences, Chouaib Doukkali University

Abstract

Backgroung:
Fasting during the month of Ramadan is a religious, cultural, and social ritual for Muslims. However, the benefits it is supposed to offer practitioners are often compromised by unhealthy lifestyles, particularly regarding diet and physical activity. The objective of this study is to examine the nutritional and anthropometric impacts of fasting among a group of sub-Saharan immigrants residing in El Jadida, Morocco.

Materials and Methods:
The study focused on 107 sub-Saharan immigrants residing in El Jadida during the month of Ramadan in 2018. Data on dietary habits were collected using a nutritional survey based on the 24-hour dietary recall method, while sociodemographic characteristics were obtained through a questionnaire.

Results:
The results showed that the energy intake of women was higher than that of men, with no significant difference between the different age categories. Nutritionally, the study highlighted an association between general and central obesity and the socioeconomic characteristics of the participants. A complementary analysis also revealed significant links between several variables and obesity. During Ramadan, the number of daily meals was reduced, and carbohydrate intake was distributed among meals compared to what was observed outside this period for all recruited sub-Saharans. Additionally, women exhibited a decrease in physical activity during Ramadan compared to men. Conversely, fat consumption increased during Ramadan, as did blood pressure, which showed a significant rise.

Conclusion:
These results indicate that certain dietary behaviors adopted during Ramadan may promote the development or worsening of overweight and chronic diseases. This data underscores the importance of tailored nutritional education for this sacred month.
Keywords: Fasting, Ramadan, dietary behavior, sub-Saharan immigrants, Morocco

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULTURAL DIVERSITY AS A COMPETITIVE ADVANTAGE IN INTERNATIONAL BUSINESS

Dr.Venet Shala
Faculty of Economics, "University of Prizren "Ukshin Hoti"

Dr.Demir Lima
Faculty of Economics, University of Prizren "Ukshin Hoti"

Dr.Hamdi Hoti
Faculty of Economics, University of Prizren "Ukshin Hoti"

Abstract
This paper aims to address the topic of how cultural diversity affects international companies and how it can be effectively managed.
Culture represents the fundamental way and value of how people behave. Cultural diversity within a company constitutes a variety of cultural groups within it, therefore it is of great importance for each company.
Many companies face different cultures due to the expansion of business operations outside their country. This diversity of cultures encountered by companies comes as a result of the practices, values, traditions and beliefs of employees.
So something that is acceptable in the business of one country may be completely different from the way it is used in the other country. It follows that knowing the cultures is an influential factor in the company ensuring that they are performing in the best possible way, at the same time avoiding conflicts that may arise in this regard.
Among other things, cultural diversity affects the management of companies by bringing new talents and views, increasing innovation and revenue which is the main goal of a company, then greater opportunities for personal and professional growth, competitive and profitable business, etc. So embracing cultural diversity is an important first step for businesses that want to be competitive on an international scale.
What is culture, what is cultural diversity, what are the characteristics of cultural diversification, benefits, challenges, what is the importance and how does cultural diversity affect international companies are some of the issues that we will understand through this study.
Keywords: Business culture, cultural diversity, management, international business

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GUT MICROBIOTA MEDIATES THE IMMUNOMODULATOR EFFECT OF DIETARY CAPSAICIN

Major Gheorghe Giurgiu
Deniplant-Aide Sante Medical Center, Biomedicine
ORCID: 0000-0002-5449-2712

Prof Dr Med Manole Cojocaru
Titu Maiorescu University, Faculty of Medicine
ORCID: 0000-0002-6871-577X

SciRes I, EuSpLM

Abstract

Background Dysbiotic gut microbiota has been identified as a primary mediator for triggering the chronic low-grade inflammation. The impact of capsaicin on gut microbiota has not been well studied. Growing evidences showed that the microbiota plays a fundamental role on the induction, training, and function of the host immune system. Capsaicin has attracted interest in the field of antimicrobial studies.

The objective of this study to assess whether the modulation of the gut microbiota induced by the administration of capsaicin has the immunomodulator effect. To determine whether the anti-inflammatory effect is related to the modulation of the gut microbiota.

Materials and methods The gut microbiota has numerous physiological and pathological interactions with the host, such as the chronic inflammatory state. The dietary Capsaicin induced increased levels of butyrate. Capsaicin significantly increased butyragenic bacteria and decreased lipopolysaccharide producing bacteria and lipopolysaccharide biosynthesis.

Results Therefore, our experiments showed that gut microbiota dysbiosis may reduce inflammation. Here, we found that the beneficial effects on inflammation of capsaicin treatment were associated with a modest modulation of gut microbiota. Capsaicin seems to have bacteriostatic activity against some Gram-negative bacteria. It also inhibits the formation of biofilm, which is essential for bacteria adhesion.

Conclusion These data suggest that the immunomodular effect of capsaicin is associated with a modest modulation of the gut microbiota. Our study has demonstrated the critical role of the gut microbiome in mediating the protective effects of capsaicin.

Keywords: capsaicin, chronic low-grade inflammation, gut barrier, gut microbiota

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

FROM FOOD SECURITY TO WELLNESS: UNPACKING NİGERİA'S HEALTH LANDSCAPE

Nwafor Lilian C.
Department of Statistics, University of Abuja

Alozieuwa

Abstract
Food security plays a crucial role in promoting good health and wellness and encompasses access to safe, nutritious food that meets dietary needs, which is fundamental for a thriving society. This study explores the intersection of affordable and nutritious food with physical health and well-being, also projecting the psychological and emotional effects of food insecurity on individuals, families and society. A sample size of 53 covering the 36 states of Nigeria as well as federal Capital Territory (FCT) and various sectors such as health, agriculture, fitness and nutrition. The sampling method used was non-probability (purposive sampling), tailored to include stakeholders who could provide insights into food security dynamics. Interviews were conducted in person and through digital means. Qualitative analysis of responses was done using QDA Miner, employing reflective thematic analysis to uncover patterns and themes. Participants were chosen based on criteria like age, professional experience, exercise patterns and dietary habits. Our finding underscores the intricate relationship between food security, health outcomes and overall well-being. Importantly, this research highlights the needs for government policies to regulate the importation and availability of food items, ensuring they meet local nutritional needs and support public health initiatives. This study contributes to a deeper understanding of food security impacts societal health, advocating for policies that promote access to nutritious food at all, thereby enhancing quality of life across diverse populations.
Keywords: Food security, Health and well-being, Nigeria situation, Policy regulation, Psychological and emotional effect.

GEORGIAN CUISINE AND GASTROTOURISM

Professor Tamar Gogoladze
Faculty of Humanities, Gori State teaching University
ORCID: 0000-8706-2102

Abstract
Among the various types of tourism, gastronomic tourism occupies a special place, which for many years has attracted visitors and gourmets in Georgia from different parts of the world.
Studying the ways to develop and perfect gastrotourism is important for both international and domestic tourism. This process has been studied by various tourism researchers and literary scholars, as the process of tasting the achievements of cooking, which affects the behavior and characters of the characters, can be found many times in the fictional texts.
The research of the processes of gastrotourism is important from two points of view: 1. as expanding the possibilities of tourism 2. as for perfecting the culinary skills. From this point of view, the new challenge offered this year - Gemofest (Taste Festival- Taste Fest)- was interesting for us. The Taste Fest was held for the first time in the post-Covid period and it included presentations of the cuisines of Racha, Lechkhumi, Kvemo Svaneti in Ambrolauri as part of the project of the National Tourism Administration and revealed domestic tourism by studying the information of the media.
The chefs invited to the Taste Fest studied the specifics of national (in particular, Racha and Kvemo Svaneti) cuisines, and all this created an opportunity to introduce new types of Georgian cuisine into the catalog.
The Taste Fest will be important, on the one hand,
a) for the development of domestic tourism,
b) From the point of view of increasing the attraction of foreign visitors. All this will contribute to familiarizing Georgian visitors themselves with forgotten old cuisine and implementing new opportunities in the country and world cuisines, where experiments are carried out on the basis of inorganic fusion of new with national, traditional cuisines.
Keywords: gastrotourism, Taste Fest, art of cooking, new challenges.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

DIFFERENT TYPES OF NANOMATERIALS COMMONLY USED IN FOOD PACKAGING, FILM FORMATION TECHNIQUES, AND RECENT ADVANCES IN THEIR APPLICATIONS

R.Thiruchelvi
Research Scholar, Biotechnology, St. Joseph's College of Engineering
ORCID: 0000-0001-5532-8597

Dr. P. Saravanan
Chemistry, St. Joseph's College of Engineering

Dr. M. Chamundeeswari
Biotechnology, St. Joseph's College of Engineering

Abstract
This paper provides a comprehensive review of the types of nanomaterials commonly used in food packaging, their film formation techniques, and recent advances in their applications. The focus is on the introduction of various nanomaterials, including nanosilver, nano zinc oxide, nano titanium dioxide, nano silicon dioxide, chitosan, polylactic acid, cellulose, starch, and protein, detailing their types and properties. The paper also explores both widely adopted and emerging film formation techniques, such as casting, solution casting, coating, electrospinning, and centrifugal spinning. Furthermore, it delves into the functionalities and advantages of nanomaterials in food packaging, such as antibacterial effects, improved packaging performance, intelligent indicators, and material biodegradability. The paper concludes with a discussion on the current benefits and challenges associated with the use of nanomaterials in food packaging, underscoring the need for further research into their safety and cost-effectiveness.
Keywords: nanotechnology, nano packaging, food packaging, food preservation, technological applications

THERMAL-SENSITIVE FOOD PRODUCTS FOR THERAPEUTIC APPLICATIONS

Assistant Professor Babita Gupta
Department of Pharmacy, Institute of technology and Management Gida Gorakhpur

Abstract
The advancements in thermally sensitive food products intended for medical use, focus on their efficacy. Encapsulation, nanotechnology, and controlled release systems are some of the unique approaches that are investigated in this research. These approaches are used to protect the integrity of bioactive components throughout the production, storage, and consumption processes. The paper also explores recent developments in improving the nutritional value of heat-sensitive food products by integrating essential vitamins, minerals, and other bioactive compounds. The paper focuses on developing novel delivery strategies that maintain the stability and bioavailability of these compounds, particularly in the realm of therapeutic nutrition. The review evaluates the effects of these enhancements on the nutritional content, sensory attributes, and consumer perception of thermally sensitive functional meals designed for therapeutic purposes. Important considerations include the encapsulation of probiotics, proteins, and vitamins, the utilization of nanocarriers for targeted delivery, and the implementation of controlled-release mechanisms inside food matrices. The paper discusses the successful utilization of thermal-sensitive compounds for certain treatments, such as addressing nutritional deficiencies, enhancing immune function, and managing chronic illnesses.
Keywords: Thermal-sensitive, Bioactive substance, Food product, Targeted delivery

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

NUTRITIONAL COMPOSITION, PHYSICAL PROPERTIES AND ACCEPTABILTY OF TOMATOE PASTE ENHENCED WITH POTASH, BAKING POWDER AND ASH WATER

SHEHU Rukayya Aliyu
Ahmadu Bello University
ORCID: 0000-0001-5359-8681

Abstract
Tomato paste, valued for its high nutritional content, often requires sourness mitigation to improve palatability. The additives modified not only its proximate nutrient composition but also its physical properties and consumer acceptability. The current study aimed at comparing the impact of commonly used additives: potash, baking powder, and ash water on the proximate nutrient composition, vitamins, minerals, physical properties, and acceptability of tomato paste after the reduction of sourness. The study had three objectives and three corresponding research questions. The physical properties examined were flavor, taste, texture, consistency and overall acceptability. Experimental research design was used for the study. Sensory evaluation was conducted among 30 final year students who were randomly selected in the department of Home Economics Ahmadu Bello University, Zaria, using 9point hedonic scale. The sensory evaluation results showed that across all samples the addition of baking powder was most preferred for consistency (Mean - 8.50). Ash water yielded the highest rating for taste (Mean – 8.21) while Potash was rated highest for color (Mean - 8.30). potash and baking powder significantly improved the taste, texture and overall acceptability of tomato paste and ash water improved the color of the tomato paste. proximate composition, vitamins and minerals indicated a reduction in moisture in the three samples. The analysis also revealed slight alterations in protein (1.37–1.48%) which the three samples (AB, AC and AD) were all below the control, fat (0.10–0.17%), fiber (1.22–1.30%), and carbohydrate content (12.37–15.16%), for the three samples (AB, AC and AD) with the control tomato paste (AE) with no additives having a higher content. The samples had an increase in ash content than the control tomato paste (AE) (1.78–2.00%) due to the mineral contributions of the additives. Vitamin C levels were slightly below the control (15.5–18.0 mg/100g), while Vitamin A (840–870 µg/100 g) remained stable with the control tomato paste. The additives ash water and potash had enhanced mineral content, particularly iron (1.7–2.0 mg/100 g) and potassium (280–315 mg/100 g), than the control and baking powder tomato paste with ($p<0.05$). In conclusion, while all three additives effectively reduced sourness and enhanced mineral profiles, their effects on proximate composition, physical properties, and acceptability varied with potash and baking powder significantly improved the taste, texture and overall acceptability with ($p<0.05$). The study recommended that food processors should use optimal levels of potash, ash water and baking to enhance tomato paste quality. Regulatory bodies should establish standards for additive levels to monitor and enforce compliance with food safety regulations in tomato paste processing.
Keywords: Nutrition, Proximate, Minerals, Vitamins, Physical properties, Acceptability

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE IMPACT OF HALAL FOOD ON THE HEALTHY LIFESTYLE OF MUSLIM COMMUNITIES

Miftakul Ulum
Postgraduate of UIN K.H Abdurrahman Wahid, Faculty of islamic studies, Department of islamic studies
ORCID: 0000-0002-6136-2705

Abstract
From an Islamic point of view, consumption of Halal and Haram is an important aspect that regulates the consumption habits of Muslims. Halal consumption covers all aspects of life, including food, drink, clothing, and other items that are permitted and in accordance with religious teachings. On the other hand, haram consumption refers to goods and practices that are expressly prohibited in Islam. The purpose of this research is to analyze the concept and effects of Halal and Haram consumption from an Islamic perspective. The research method uses library research and content analysis from the most important Islamic sources, such as the Koran, Hadith, as well as the opinions of leading researchers. The results of the analysis show that halal consumption is a basic principle of Islam that promotes justice, health, and the welfare of individuals and society. Halal consumption also reflects respect for the rights of Allah SWT and moral life. At the same time, consuming haram warns of the dangers and negative effects that can harm Muslims physically, mentally and socially.
Keywords: halal food, halal drinks, health.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

INTELLIGENT PACKAGING IN THE FOOD INDUSTRY: INNOVATIONS, BENEFITS, AND CHALLENGES

Madalina Alexandra DAVIDESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Marius Gheorghe DOLIS
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Alexandru USTUROI
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Claudia PANZARU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Bianca Maria MADESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana BOLOHAN
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

ABSTRACT

In recent years, the food industry has undergone significant transformations due to advances in technology and growing consumer demand for safer and longer-lasting products. Traditional packaging primarily serves to protect food from external contaminants and physical damage. However, with the increasing need for enhanced food safety, reduced waste, and improved supply chain efficiency, intelligent packaging has emerged as a revolutionary solution. This type of packaging incorporates innovative technologies that allow real-time monitoring of food conditions, thereby ensuring quality and freshness.

This paper explores the various types of intelligent packaging, their functionalities, benefits, and the challenges associated with their implementation.

Intelligent packaging represents a significant innovation in the food industry, contributing to the extension of product shelf life and the improvement of food safety. These packages integrate technologies such as sensors, freshness indicators, antimicrobial materials, and QR codes to provide real-time information about the condition of food products. This paper analyzes the main types of intelligent packaging, their benefits, and the challenges associated with their large-scale implementation.

Table 1. Types of intelligent packaging and their functionality

Type of intelligent packaging	**Functionality**	**Examples of use**
Active packaging	Extends food shelf life by releasing preservative substances	Oxygen absorber packaging
Sensor-based packaging	Detects changes in temperature, humidity, or gases	Freshness indicators for meat and dairy products
QR/NFC-coded packaging	Provides consumers with detailed product information	Food traceability and nutritional data
Antimicrobial packaging	Inhibits the growth of pathogenic microorganisms	Films with silver nanoparticles

Implementing intelligent packaging in the food industry brings numerous advantages, including reducing food waste, increasing consumer safety, and optimizing the supply chain. However, challenges related to high costs, recyclability, and strict regulations must be addressed for widespread adoption.

Keywords: intelligent packaging, food safety, sensor packaging, antimicrobial materials.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

DIGITAL CULINARY IN CULTURAL COMMUNICATION

Tinatin Mshvidobadze
Professor Gori State University
ORCID: 0000-0003-3721-9252

Abstract
Culinary arts are one of the oldest forms of cultural expression. Foodhabits are not independent entities. They are organized events that involve both organizational communication and cultural history. Therefore, the study of food habits and dining rituals requires an interdisciplinary approach.
This paper provides a historical overview of organizational culture and human eating habits over time, with a special focus on dining rituals from around the world. The organizational cultural framework refers to the relevant events, developments, and circumstances associated with food culture. Organization and cultural adaptation are vital components for the study of culture, food, and communication.
Food and recipes are markers of a particular human culture. Beyond a simple means of survival, food is a culture in itself.
It is important to note that food culture can exist without written documentation, as the oral food histories of indigenous peoples attest, but as a settler, I do not have access to these histories in the same way that they are recorded. Over the past 25 years, the technological and internet revolutions have transformed the way we document and share our food stories. Ephemeral food texts can now be preserved through their digitization, and new ways of digital archiving, including transcription and tagging, make words accessible and accessible for scholarly research and analysis. In addition to these databases, there has been an explosion of online food blogs and websites that exist entirely digitally, never showing the faded ink of handwritten annotations or the signs of frequent use.
Although we can now access food texts through digital means, the intangible must necessarily have value. The main question we can ask is how technology changes the way we document new food texts and interact with existing ones.
In this paper, we will discuss digital gastronomy
The digital transformation has profoundly affected all industries. Many sectors have tried to keep up with this transformation and have brought a different and innovative dimension to tourism.
The impact of digital tools is felt in many areas, from food production to presentation and even waste management. In the food and beverage industry, called digital gastronomy, an alternative awaits us to replace food and engineering applications.
The use of the digital world is very important for the development of culinary arts. In gastronomy, where food is perceived not only as nutrition, but also as a form of art and culture, new forms of food can be produced much more easily, quickly and adapted to the user with 3D printers, augmented reality and virtual reality.
3D printers, which offer the most suitable solutions for the personalized needs of the user, have become one of the main actors in digital gastronomy.
As relevant studies indicate, the tourism sector and the food and beverage sector should be considered together.
Keywords: Cultural Communication, gastronomy, digital gastronomy, digitalization, industry 6.0.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

INNOVATIONS IN THE PRODUCTION AND PROCESSING OF ANIMAL-DERIVED FOODS: INTEGRATING SUSTAINABILITY AND TECHNOLOGY IN CONTEMPORARY GASTRONOMY

Bianca-Maria MADESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
ORCID: 0000-0003-0810-5088

Madalina Alexandra DAVIDESCU
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana BOLOHAN (ACORNICESEI)
"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Ioana Poroșnicu
Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences
"Research and Development Station for Cattle Breeding Dancu Iasi

Paul Corneliu BOISTEANU1
1"Ion Ionescu de la Brad" Iasi University of Life Sciences

Abstract
The animal-derived food industry remains a cornerstone of global gastronomy, shaping culinary traditions while driving technological and scientific progress. This study explores the convergence of sustainability, ethics, and advanced food technologies in the production and processing of animal-based products. Special focus is placed on optimizing resource management, improving food safety, and enhancing environmental sustainability through cutting-edge innovations such as precision fermentation, cellular agriculture, and alternative protein synthesis. Additionally, the research examines the role of artificial intelligence and blockchain technology in ensuring traceability, quality control, and efficiency across supply chains. Automation and smart sensors are revolutionizing meat and dairy processing, reducing waste, and improving nutritional profiling. By critically analyzing emerging trends and forecasting future developments, this paper highlights the challenges and opportunities in harmonizing gastronomic excellence with consumer preferences and responsible production. The findings provide insights into how scientific breakthroughs, digital transformation, and circular economy principles are shaping the future of the animal-derived food sector in a rapidly evolving global landscape.
Keywords: culinary innovations, food safety, meat and dairy processing, sustainable gastronomy

DUYUSAL DENEYİME BAĞLI YEMEK YEME ALIŞKANLIKLARI

Öğretim Görevlisi Gizem Esra ÇELİK
Şişli MeslekYüksekokulu, Aşçılık
ORCID: 0000-0002-6819-1232

ÖZET
Nörogastronomi besinlerin tüketilmesinde insanların deneyimlediği tatların açığa çıkmasına yol açan karışık beyin süreçlerini incelemektedir. Bu tatların algılanmasına etki eden birçok duyu bulunmaktadır. Bu duyuların besinleri algılama şekilleri insan psikolojisine etki etmekle birlikte psikolojik durumda yeme alışkanlıklarına etki etmektedir. Bu duruma bir insanın güzel servis edilmiş bir tabağı gördüğünde beyninde bir noktanın uyarılarak iştahının artması ya da bazı renklerin iştahı arttırması ya da azaltması örnek verilebilmektedir. Beyinde oluşan söz konusu etkilerle ilgilenen nörogastronomi oldukça geniş bir alandır ve duyusal ve duygusal deneyimlere de odaklanmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen bu çalışmada duyusal deneyime bağlı yemek yeme alışkanlıklarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle nörogastronomi kavramının tanımı yapılmış ve duyusal algılama açıklanmıştır. Bu hususta görme, duyma, tat alma, dokunma, koklama olmak üzere beş duyu üzerinde durulmuştur. Bu duyuların yemeklerle olan ilişkisine değinilmiştir. Ardından yeme farkındalığı, farkındalık ölçütleri ve yeme farkındalığı müdahalesi konu edinilmiştir. Son olarak literatürde yer alan ilgili çalışmalardan örnekler aktarılmıştır.
Anahtar Kelimeler: Beslenme, Nörogastronomi, Duyular, Yeme Alışkanlıkları, Farkındalık

EATING HABITS BASED ON SENSORY EXPERIENCE

ABSTRACT
Neurogastronomy studies the complex brain processes that lead to the flavours that people experience when consuming food. There are many senses that affect the perception of these flavours. The way these senses perceive food affects human psychology and psychological state affects eating habits. For example, when a person sees a beautifully served plate, a point in the brain is stimulated and his appetite increases, or some colours increase or decrease appetite. Neurogastronomy, which deals with these effects on the brain, is a very broad field and focuses on sensory and emotional experiences. In this context, this study aims to examine eating habits based on sensory experience. For this purpose, firstly, the concept of neurogastronomy was defined and sensory perception was explained. In this regard, five senses, namely sight, hearing, taste, touch and smell, were emphasised. The relationship of these senses with food was mentioned. Then, eating awareness, awareness criteria and eating awareness intervention were discussed. Finally, examples from the relevant studies in the literature are given.
Keywords: Nutrition, Neurogastronomy, Senses, Eating Habits, Mindfulness

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

YEREL GASTRONOMİNİN LİSANSLI FUTBOLCULARIN BESLENMESİNDEKİ ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ersun ERSOY
Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği
ORCID: 0009-0008-2648-4943

ÖZET
Gastronomi insanların farklı yerleri keşfetmek istemeleri ve buna bağlı olarak o yere özgü yeni tatları deneme istekleri ve bu yeni tatların hazırlanışından sofraya kadarki bütün aşamaları olarak ifade edilebilir. Yerel gastronomi ise o bölgenin kendine has kültürünü, alışkanlıklarını ve üretim modellerini ifade etmektedir. Bu çalışmada yerel gastronominin lisanslı futbolcular üzerindeki etkisinin araştırılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Futbol kulübü diyetisyenleriyle yapılan görüşmeler neticesinde deplasmana gittikleri şehirlerde yerel gastronomiye maç günü yer vermedikleri maçtan önceki gün o bölgeye özgü 1 veya 2 çeşit yemeğin değerlendirildiği onun haricinde beslenme menülerinin genelde karbonhidrat, vitamin ve mineral yönünden zengin olması açısından yemeklerin çeşitlendirildiği, maç günü kahvaltı ve maç yemeğinde özellikle protein olması gerektiği bunun kırmızı et ve ya tavuk olması ve yağsız ızgara ve ya haşlama olarak tercih edilmesi, kızartma türünün ve yoğun sosların genellikle menülerde yer almadığı, meyve olarak posası düşük fakat vitamin ve mineral yönünden zengin olan meyvelerin örneğin muz ve elmanın tercih edilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Özellikle maç günlerinde sporcuların beslenmesi önemli olduğundan tabaklarındaki yiyeceklerin oranının da önem arz ettiği ve menülerin ona göre oluşturulduğu, ayrıca tesislerde de menülerin bu şekilde oluşturulduğu ve sindirim sistemini rahatlatacak ve sıkıntı yaşatmayacak en az 2 çeşit çorba tercih edildiği, kelle paça çorbasını maç günü tercih etmedikleri ve maç günü sebze çorbası veya tavuk suyuna tel şehriye çorba tercih ettiklerini kısacası hazmı daha kolay olan çorbaların menülerinde yer aldığı anlaşılmaktadır. Kulüplerin sadece Türk sporculardan oluşmadığı için aynı zamanda bireysel farklılıkların dikkate alınması gerektiği vurgulanmıştır. Bütün bunlar değerlendirildiğinde kısacası lisanslı futbolcuların beslenmesinde futbolcuların performansları dikkate alındığından onlar için kontrollü ve dengeli beslenme programı uygulandığı sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle yerel gastronominin lisanslı futbolcular üzerinde doğrudan bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmış olup yerel gastronominin lisanslı futbolcuların beslenmesindeki öneminin arttırılması için önerilerde bulunulmuştur.
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Yerel Gastronomi, Lisanslı Futbolcu

EVALUATION OF THE EFFECT OF LOCAL GASTRONOMY ON THE NUTRITION OF LICENSED SOCCER PLAYERS

Abstract
Gastronomy can be defined as people's desire to explore different places and their desire to try new flavors specific to that place and all the stages from the preparation of these new flavors to the table. Local gastronomy refers to the unique culture, habits and production models of that region. This study aims to investigate and evaluate the effect of local gastronomy on licensed football players.

As a result of the interviews with the dietitians of the football clubs, it was concluded that they do not include local gastronomy on the match day in the cities where they go away, 1 or 2 kinds of food specific to that region are evaluated the day before the match, except that the nutrition menus are generally diversified in terms of being rich in carbohydrates, vitamins and minerals, It was stated that the breakfast and match meal on the match day should include protein, especially red meat or chicken, and that it should be grilled or boiled without oil, that frying and intense sauces are generally not included in the menus, and that fruits that are low in pulp but rich in vitamins and minerals, such as bananas and apples, should be preferred as fruits. Since the nutrition of the athletes is important especially on match days, it is understood that the ratio of the food on their plates is also important and the menus are created accordingly, and that the menus are also created in this way in the facilities and at least 2 types of soups that will ease the digestive system and will not cause problems are preferred, they do not prefer head trotter soup on match days, and on match days they prefer vegetable soup or chicken broth vermicelli soup, in short, soups that are easier to digest are included in their menus. It was also emphasized that individual differences should be taken into consideration since the clubs are not only composed of Turkish athletes. When all these are evaluated, in short, it is concluded that a controlled and balanced nutrition program is applied for licensed football players since the performances of the football players are taken into consideration in the nutrition of licensed football players. From this point of view, it has been concluded that local gastronomy does not have a direct effect on licensed football players and suggestions have been made to increase the importance of local gastronomy in the nutrition of licensed football players.

Keywords: Gastronomy, Local Gastronomy, Licensed Footballer

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KURAMSAL ÇERÇEVEDE GIDA GÜVENLİĞİ

Saniye POLAT
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0002-1731-6426

Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0001-9177-8704

Doç. Dr. Birsen BULUT SOLAK
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-8791-4782

ÖZET
Gıda güvenliği, gıdaların üretim, işleme, depolama ve dağıtım aşamalarında uygun hijyen standartlarına ve yönetim sistemlerine uygun bir şekilde yönetilmesini içermektedir. Bu süreçlerde titizlikle uygulanan kontroller, analizler ve denetimler, güvenli gıda üretimini sağlamak ve gıda kaynaklı hastalıkları en aza indirmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Gıda güvenliği, tüketicilerin sağlıklı ve güvenilir gıdalar tüketmelerini sağlamak için hem endüstri hem de düzenleyici otoriteler tarafından büyük bir önem taşımaktadır. Ulusal ve uluslararası standartlar, yönetmelikler ve belgelendirme sistemleri, gıda endüstrisinin güvenli gıda üretim konusundaki çabalarını desteklemek ve tüketicilerin güvenini kazanmak için kullanılmaktadır. Tüketicilerin artan bilinç düzeyi ve ülkelerin refah seviyelerindeki artış gıda sektöründeki işletmeleri daha yüksek gıda güvenliği standartlarına ve kalite kontrol süreçlerine yönlendirmektedir. Bu bağlamda, işletmeler, gıda güvenliğini sağlamak ve tüketicilerin beklentilerini karşılamak için çeşitli sistemleri benimsemekte ve sertifikalandırmaktadır. Çalışmanın amacı olarak kuramsal çerçevede gıda güvenliği yönetim sistemlerinin açıklanması hedeflenmektedir. Araştırmanın evreni gıda güvenliği standartları hakkında yazılmış makaleleri içermektedir. Araştırmanın örneklemi de gıda güvenliği yönetim sistemlerinin ve uluslararası gıda standartlarının bulunduğu makalelerden oluşmaktadır. Araştırmanın sonucunda Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri'nin gıda sektöründeki işletmeler için sürdürülebilirlik, güvenirlilik ve tüketici sağlığı açısından kritik bir öneme sahip olduğu saptanmaktadır.
Anahtar Kelimeler: Gıda Güvenliği, Gıda Üretimi, Yönetim Sistemleri

FOOD SAFETY IN THEORETICAL FRAMEWORK

ABSTRACT
Food safety involves the management of food in accordance with appropriate hygiene standards and management systems at the production, processing, storage and distribution stages. Rigorous controls, analyses and inspections are carried out in these processes to ensure safe food production and minimize foodborne diseases. Food safety is of great importance for both industry and regulatory authorities to ensure that consumers consume healthy and safe food. National and international standards, regulations and certification systems are used to support the food industry's efforts to produce safe food and to gain the trust of consumers.

The increasing awareness of consumers and the increase in the welfare levels of countries lead businesses in the food sector to higher food safety standards and quality control processes. In this context, businesses adopt and certify various systems to ensure food safety and meet the expectations of consumers. The aim of the study is to explain food safety management systems in the theoretical framework. The population of the study includes articles written about food safety standards. The sample of the study consists of articles on food safety management systems and international food standards. As a result of the research, it is determined that Food Safety Management Systems have a critical importance for businesses in the food sector in terms of sustainability, reliability and consumer health.
Keywords: Food Safety, Food Production, Management Systems

GİRİŞ

Toplumun devamlılığı için beslenme, sağlık ve gıda güvenliği kavramlarına vurgu yapılarak, tüketicilerin bilinçlenmesinin ve gıda güvenliği hassasiyetinin artması, günümüz gıda sektöründe oldukça etkili olmaktadır. Beslenmenin, insanların yaşamlarını sürdürmek ve sağlıklarını korumak için temel bir hak olduğu belirtmektedir. Nitelikli beslenmenin, bireyin hem fiziksel hem de psikolojik gelişiminde belirleyici bir rol oynadığı ve sağlıklı yaşam standartlarının oluşmasına önemli katkılar sağladığı çeşitli çalışmalarda ifade edilmektedir (Mısır, 2008; Erkmen, 2010). Beslenmenin, insan sağlığı üzerinde yalnızca bedensel değil, aynı zamanda ruhsal açıdan da doğrudan etkili bir unsur olduğu da literatürde vurgulanmaktadır (Mutlu, 2007). Bu nedenle, gıda güvenliği, gıda ürünlerinin potansiyel tehlikelerden korunması ve tüketicilerin sağlığını tehdit etmeyecek şekilde üretilmesi için önemli bir konu olarak ele alınmaktadır (TGK, 2004; Varzakas ve ark., 2010; Türker, 2013; WHO, 2015). Haberleşme, ulaşım, besin teknolojisi ve tıbbi uygulamalar gibi alanlarda yaşanan hızlı gelişmelerin dünya ekonomisini yeniden şekillendirdiği ve buna bağlı olarak ürün çeşitliliği ile tüketici tercihlerinin sürekli değiştiği ifade edilmektedir (Gündoğdu ve Günay, 2003; Ertürk, 2009). Tüketicilerin gıda konusundaki bilgi düzeyinin ve bilinçli tercih eğilimlerinin artması, gıda güvenliği alanında toplumsal hassasiyetin yükselmesine neden olmaktadır. Bu durum, gıda sektöründe üretimden tüketime kadar tüm süreçleri etkileyen ve sektörel politikaları şekillendiren stratejik bir dinamik olarak öne çıkmaktadır (Gaaloul & Ghorbel, 2011; Motarjemi & Lelieveld, 2014).

Gıda güvenliği bağlamında, kamunun mevzuat geliştirme ve denetim süreçlerine etkin bir şekilde katılım sağlarken, özel sektör kuruluşlarının rekabet avantajı elde edebilmek adına çağdaş yaklaşımları ve uluslararası standartları benimsemeleri gerektiği vurgulanmaktadır (Bilalis, 2009; Ötleş, 2015). Gıda güvenliğini sağlamak amacıyla ulusal ve uluslararası düzeyde geçerli standartların belirlenmesi gerektiği ve bu standartların, gıda ticaretini etkileyebilecek önemli bir faktör olarak rol oynadığı ifade edilmektedir. Bu kapsamda, HACCP (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları), ISO 22000 (Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu), BRC (İngiliz Perakendeciler Konsorsiyumu), Global GAP (Bir Ön-Çiftlik Giriş Standartları), GMP (İyi Üretim Uygulamaları), IFS (Uluslararası Gıda Standardı) ve SQF (Güvenli Kaliteli Gıda) gibi çeşitli gıda güvenliği standartları, sektördeki uygulamalar için temel referanslar arasında yer almaktadır (Zheng et al., 2013; Kafel, 2013). Güvenli gıda, belirlenen hedeflere uygun olarak üretildiğinde mikrobiyolojik, kimyasal ve fiziksel riskler barındırmayan, insan tüketimine elverişli, sağlık açısından zararsız ve besin değerini kaybetmemiş gıda ürünleri olarak tanımlanmaktadır. Güvenli gıda, tüketicilere sağlıklı ve besleyici bir şekilde ulaşırken, gıda üretiminden tüketim aşamasına kadar geçen süreçte gıda güvenliği standartlarına uygun bir şekilde işlenmekte ve saklanmaktadır.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Gıda güvenliği, üretimden tüketime kadar olan tüm süreçlerde halk sağlığını tehdit edebilecek biyolojik, kimyasal ve fiziksel risklerin önlenmesini ve kontrol altına alınmasını amaçlayan bütüncül bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (WHO, 2015). Kuramsal açıdan gıda güvenliği, çeşitli ilke, standart ve uygulamaların bir araya gelmesiyle oluşturulan sistematik bir yapıdadır. Bu yapının temel bileşenleri aşağıda özetlenmiştir:

HACCP: Bu gıda güvenliğini sağlamak için risk analizi ve kontrol noktalarını belirleyen bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Üretim sürecinde potansiyel tehlikeleri belirlenmekte ve bu tehlikelere karşı önleyici önlemler almaktadır (Codex Alimentarius Commission, 2003).

Ulusal ve Uluslararası Standartlar: Gıda güvenliği ile ilgili ulusal ve uluslararası standartlar, işletmelerin ve ülkelerin gıda güvenliğiyle ilgili en iyi uygulamaları benimsemelerine rehberlik etmektedir (ISO, 2018). Örneğin, ISO 22000 standardı gıda güvenliği yönetim sistemini kapsamaktadır.

GMP: GMP, gıda üretiminde ve işleme aşamalarında uyulması gereken temel hijyen ve kalite standartlarını belirlemektedir. Bu standartlar, gıdaların güvenli ve hijyenik bir şekilde üretilmesini sağlamaktadır (FDA, 2022).

Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri: Gıda işletmeleri, gıda güvenliğini sağlayabilmek için belirli bir sistem ve politika oluşturmaktadır. Bu, içeride ve dışarıda tehlikeleri değerlendirmeyi, izlemeyi ve düzeltici önlemleri içermektedir (Kafel, 2013).

Eğitim ve Farkındalık: Gıda güvenliği uygulamalarının etkinliğini artırmak için personelin sürekli eğitilmesi ve bilinç düzeyinin yükseltilmesi gerekmektedir. Gıda güvenliği ile ilgili olarak personelin bilinçli ve eğitimli olması, güvenli üretim ve işleme süreçlerinin sürdürülmesine yardımcı olmaktadır (Zheng et al., 2013).

Risk Değerlendirmesi ve Yönetimi: Gıda işletmeleri, üretim süreçlerinde ve tedarik zincirlerinde olası riskleri değerlendirmekte ve bu risklere karşı etkili bir şekilde yönetim planları oluşturmaktadır (FAO & WHO, 2006).

Tedarik Zinciri Yönetimi: Gıda güvenliği, sadece üretim aşamasında değil, tedarik zinciri boyunca da sağlanmaktadır. Malzemelerin güvenliği ve uygunluğu, tedarikçilerle iş birliği içinde değerlendirilmektedir (Motarjemi & Lelieveld, 2014).

Mevzuat ve Düzenlemeler: Ülkeler, gıda güvenliği ile ilgili yasal düzenlemelere ve standartlara uymaktadırlar. Bu, gıda güvenliği konusunda genel bir çerçeve sağlar ve işletmelerin uygunluğunu sağlamalarına yardımcı olmaktadır (Türker, 2013).

Kurumsal çerçevede gıda güvenliği, bu temel unsurların entegrasyonunu içerir ve bu unsurların bir araya gelmesiyle güvenli ve sağlıklı gıda üretimi sağlana bilinmektedir. Bu, tüketicilerin güvenini kazanmak ve gıda endüstrisinde sürdürülebilir bir başarı elde etmek için oldukça önemli görülmektedir.

Gıda güvenliği, tüketicilerin sağlığını korumak, gıda kaynaklı hastalıkları önlemek ve gıda zincirinde güvenilir bir ürün akışını sağlamak adına hayati bir öneme sahip olmaktadır (WHO, 2015; Varzakas et al., 2010). Bu araştırmada mevcut gıda güvenliği yönetim sistemlerinin etkinliğini değerlendirmek, gıda kaynaklı riskleri belirlemek ve gıda güvenliği yönetim sistemlerini incelenmek, iyi uygulamaların neler olduğunu açıklamak amaçlanmıştır.

Bu çalışmanın temel hedefi, gıda güvenliği süreçlerinde karşılaşılan riskleri belirlemek, mevcut yönetim sistemlerinin nasıl uygulandığını incelemek ve bu sistemlerin etkinliğini analiz etmek olarak vurgulanmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışma, nitel bir araştırma olup, literatür taraması ve mevcut uygulamaların sistematik analizine dayanmaktadır. Gıda güvenliği yönetim sistemlerinin etkinliğini değerlendiren ulusal ve uluslararası literatür, sektörel raporlar, yasa ve düzenlemeler ile akademik yayınlar üzerinden derinlemesine bir inceleme yapılmıştır. Veri toplama süreci, mevcut gıda güvenliği yönetim sistemlerinin (HACCP, GMP, GHP, GAP vb.) uygulama süreçlerini detaylı bir şekilde ele almak amacıyla literatür taramasına dayanmaktadır. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Literatür taramasından elde edilen bilgiler, gıda güvenliği yönetim sistemlerinin her bir aşamadaki uygulamalarını, karşılaşılan riskleri ve bu sistemlerin etkinliğini daha iyi anlamaya yönelik olarak tematik bir şekilde sınıflandırılmıştır. Ayrıca, sistemlerin uygulama süreçlerinde karşılaşılan zorluklar ile bu zorlukların nasıl aşıldığına dair örnekler analiz edilmiştir. Bu analiz, gıda güvenliğini sağlamak için gerekli olan temel unsurları, en iyi uygulamaları ve gelişmiş yönetim stratejilerini belirlemeyi hedeflemiştir.

ISO 22000

ISO 22000, Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu tarafından belirlenen bir standart olup ve dünya genelinde de geçerliliği bulunmaktadır. Bu standart, gıda işletmelerinin gıda güvenliği yönetim sistemlerini kurmaları, uygulamaları ve sürekli olarak iyileştirmelerini sağlamaları için bir çerçeve sunmaktadır (TS EN ISO 22000, 2005; Escanciano, 2014).

ISO 22000'in Temel Unsurlar

HACCP İlkeleri: Tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları prensiplerini içermektedir. İşletmeler, üretim süreçlerinde potansiyel tehlikeleri belirler ve bu tehlikelere karşı önleyici önlemler almaktadır (Arouma, 2006; Artık, 2009).
Sistem Yaklaşımı: İşletmelerin gıda güvenliği yönetim sistemini bütünsel bir şekilde ele almalarına yardımcı olarak, tedarik zinciri boyunca sürekliliği sağlamak için gereken süreçleri içermektedir (Escanciano, 2014).
Yönetim Katılımı: Yönetim kademesinin, gıda güvenliği politikalarını belirleme ve uygulama süreçlerinde aktif olarak yer almasını sağlamaktadır (Balzarova, 2008).
Risk Değerlendirmesi: Gıda güvenliği risklerinin sistematik biçimde değerlendirilmesi, önceliklendirilmesi ve kontrol altına alınması ISO 22000'in temel yaklaşımlarından biri olarak kabul edilmektedir (Ait Hou et al., 2010).
İzlenebilirlik: Ürünlerin ve bileşenlerin kaynağını izlemek ve gerektiğinde geri çağırmak için etkili bir izleme sistemi oluşturulmasına olanak sağlamaktadır (Erfa, 2007).
ISO 22000 standardı, işletmelerin gıda güvenliği konusunda dünya genelinde tanınan bir çerçevede çalışmalarına olanak tanıyarak, uluslararası ticarette rekabet avantajı sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, gıda üreticileri ile tüketiciler arasında bir güven köprüsü oluşturarak sektörde şeffaflığı arttırmaktadır. Bu nedenle, işletmeler ISO 22000 sertifikasını alarak gıda güvenliği standartlarına uygunluğunu kanıtlamış olmaktadırlar.
ISO 22000 standardı, gıda güvenliği yönetim sistemlerini uygulamak isteyen ve besin zinciri boyunca faaliyet gösteren birçok kuruluş için uygun bir çerçeve sunmaktadır.

ISO 22000'in Kapsadığı Alanlar

ISO 22000, hayvanların beslenmesinde kullanılan yemlerin güvenliği ve kalitesini sağlamak amacıyla yem üreticilerini kapsamaktadır.
ISO 22000, tarımsal üretim aşamasında yer alan bitkisel ve hayvansal ürün üreticilerini kapsayarak, tarladan çıkan ürünlerin güvenli bir şekilde işlenmesi ve gıda zincirine entegrasyonunu bu kapsamda değerlendirmektedir.

ISO 22000, birincil ürünleri işleyen kuruluşları, tarımsal ürünleri işleyen fabrikaları veya tesisleri kapsamaktadır.
ISO 22000, birincil ürünleri perakende noktalarına veya tüketicilere ulaştıran ve dağıtımını sağlayan kuruluşları kapsayarak, ürünlerin güvenli bir şekilde muhafaza edilmesi, taşınması ve satışa sunulmasını içermektedir.
ISO 22000, perakende satış yapan tüm noktaları süpermarketler, marketler, bakkallar gibi tüketicilere ürün sunan yerleri içermektedir.
ISO 22000, gıda ürünlerinin paketlenmesinden sorumlu olan ambalaj üreticilerini, gıda işleme ekipmanı sağlayan şirketleri ve temizlik ürünleri üreten kuruluşları kapsamaktadır.
ISO 22000, gıda üretiminde kullanılan katkı maddelerini ve bileşenlerini üreten kuruluşları içermektedir.
ISO 22000, toplu yemek hizmeti veren kuruluşları, okullar, hastaneler, şirket kantinleri gibi yerleri kapsamaktadır.
ISO 22000, oteller, yiyecek ve içecek işletmeleri gibi hizmet sağlayan kuruluşları da gıda zinciri içinde yer alan kuruluşlar olarak değerlendirmektedir.
ISO 22000, çeşitli sektörleri ve faaliyetleri kapsayarak geniş bir yelpazede işletmelerin gıda güvenliği yönetim sistemleri kurmalarına olanak tanımaktadır. (TS EN ISO 22000, 2005; Erfa, 2007; Escanciano, 2014; Ait Hou ve ark., 2010). ISO 22000, gıda sektöründeki işletmelere bir dizi önemli fayda sağlamaktadır (Malatyalı, 2007; Anonim, 2015'a).

ISO 22000'in Faydaları

ISO 22000, gıda endüstrisindeki uygulamaların daha verimli ve etkili bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için gerekli verileri sağlayarak, standart, işletmelerin süreçlerini yönetmeleri ve geliştirmeleri için bir çerçeve sunmaktadır.
ISO 22000, tüm gıda zinciri boyunca uygulanabilir bir standarttır. Bu, tarımsal üretimden perakende satış noktalarına kadar olan her aşamada kullanılabilirliği artırmaktadır.
ISO 22000, tüketicilerin gıda güvenliği ile ilgili taleplerini karşılamak için bir çerçeve sunarak, tüketicilerin güvenini kazanmaya ve sadık müşteri kitlesini oluşturmaya yardımcı olmaktadır.
ISO 22000, yönetim kademesine kritik bilgiler sağlamaktadır. Bu bilgilerle stratejik kararlar alınarak, iş süreçleri yönetilebilir ve sürekli iyileştirme sağlanmaktadır.
ISO 22000, çalışanların hijyen ve gıda güvenliği konularında bilinçlenmelerini sağlamaktadır. Bu da işyerinde daha güvenli ve hijyenik bir çalışma ortamı oluşturmaktadır.
Standart, gıda zehirlenmeleri ve ölüm risklerini azaltmaya yardımcı olmaktadır. Güvenli gıda üretimi ve işleme süreçleri, tüketicilerin sağlığını korumaya yönelik önlemleri içermektedir.
ISO 22000, resmi denetimlerde karşılaşılan sorunların azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Standart, işletmelerin belirlenen standartlara uygunluğunu göstermelerini sağlamaktadır.
ISO 22000 uygulayan işletmelerde, çalışma ortamının iyileşmesi ve daha güvenli bir üretim ortamının sağlanması beklenmektedir.
ISO 22000 sertifikası, işletmelere pazarlama sürecinde rakiplerinin önüne geçmelerinde yardımcı olarak, güvenilir gıda üretimi ve güvenirlilik vurgulanarak tüketicilere güven vermektedir.
ISO 22000, geleneksel denetim ve kontrol sistemlerine kıyasla daha verimli bir gıda güvenliği yönetim sistemi sağlayarak, işletmelerin daha güvenilir ve şeffaf bir şekilde faaliyet göstermelerine yardımcı olmaktadır.

ISO 22000 ve Diğer Yönetim Sistemleri ile Entegrasyon

SO 22000, diğer yönetim sistemleri olan ISO 9001 (Kalite Yönetim Sistemi) ve ISO 14001 (Çevre Yönetim Sistemi) ile güçlü bir birliktelik göstermektedir. ISO 22000'in standart yapısı ve yaklaşımı, özellikle ISO 9001 ile benzerlik göstermektedir. Bu durum, gıda güvenliği yaklaşımının, genel kalite yönetimi prensipleriyle uyum içinde olduğunu göstermektedir (Dalgıç, 2006; Balzarova, 2008; Artık, 2009; Çopur, 2010). ISO 22000, ISO 9001 ve ISO 14001 gibi belgelendirilebilir ve bu sistemler birbirleriyle entegre edilebilmektedir. Bu, bir işletmenin hem kalite yönetimini hem çevresel performansını hem de gıda güvenliğini aynı çatı altında yönetebileceği anlamına gelmektedir (Baynal, 2014). ISO 22000'in temel yaklaşım modeli ve başarısındaki kilit nokta, HACCP prensipleridir. Bu, gıda güvenliği sağlamak için özel bir risk analizi ve kontrol sistemi geliştirmeyi içermektedir (Arouma, 2006; Escanciano, 2014). ISO 22000 ve ISO 9001, birbirine oldukça benzeyen zorunlu prosedürlere sahiptirler. Örneğin, Tablo 1'de belirtildiği gibi, ISO 22000 "Düzeltme ve Geri Çekme Prosedürü" ile ISO 9001 "Uygun Olmayan Ürünün Kontrolü ve Önleyici Faaliyet Prosedürü" arasındaki farklılık vurgulanmıştır, ancak diğer prosedürler benzer içeriğe sahip olmaktadır.

Tablo 1."ISO 22000 ve ISO 9001 Standartları Doğrultusunda Hazırlanması Gerekli Olan Zorunlu Prosedürler (TS EN ISO 22000, 2005; TS EN ISO 9001, 2008)."

ISO 22000 Prosedür	**İlgili ISO 22000 Standart Maddesi**	**ISO 9001 Prosedür**	**İlgili ISO 9001 Standart Maddesi**
Dokümanların Kontrolüne İlişkin Prosedür	Madde 4.2.2 - Dokümanların Kontrolü	Dokümanların Kontrolü Prosedürü	Madde 4.2.3- Dokümanların Kontrolü
Kayıtların Kontrolüne İlişkin Prosedür	Madde 4.2.3 - Kayıtların Kontrolü	Kayıtların Kontrolü Prosedürü	Madde 4.2.4- Kayıtların Kontrolü
Düzeltme İşlemlerine İlişkin Prosedür	Madde 7.10.1 - Düzeltme	Uygunsuz Ürünün Kontrolü Prosedürü	Madde 8.2.3- Uygunsuz Ürünün Kontrolü
Düzeltici Faaliyetlere İlişkin Prosedür	Madde 7.10.2- Düzeltici Faaliyetler	Düzeltici Faaliyet Prosedürü	Madde 8.5.2- Düzeltici Faaliyet
Ürün Geri Almaya İlişkin Prosedür	Madde 7.10.4- Geri Alma	Önleyici Faaliyet Prosedürü	Madde 8.5.3- Önleyici Faaliyet
İç Tetkik Prosedürü	Madde 8.4.1- İç tetkik	İç Tetkik Prosedürü	Madde 8.2.2- İç Tetkik

ISO 22000 Standardı ve Ön Gereksinim Programları

ISO 22000, gıda güvenliği yönetim sistemlerinin kurulması, uygulanması ve sürekli iyileştirilmesine yönelik uluslararası bir standart olarak öne çıkmaktadır. Bu standart, yalnızca tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları (HACCP) sistemini değil, aynı zamanda temel hijyen ve kalite uygulamalarını da kapsayan bütüncül bir yaklaşım benimsemektedir.

Bu bağlamda ISO 22000, İyi Üretim Uygulamaları (GMP) gibi mevcut uygulamaları tamamlayıcı nitelik taşımakta, işletmelerin üretim süreçlerinde hijyen ve kalite güvence düzeyini artırmalarına katkı sağlamaktadır. ISO 22000'in en önemli bileşenlerinden biri, işletmelerin HACCP sistemlerini etkin şekilde uygulayabilmelerini mümkün kılan ön gereksinim programlarıdır (PRP). Bu programlar, gıda güvenliği açısından kritik olan fiziksel, kimyasal ve biyolojik risklerin henüz prosesin başlangıç aşamalarında kontrol altına alınmasını hedeflemektedir (Celaya et al., 2007). Gıda üretim zincirinin farklı aşamalarına uygun olarak tanımlanmış başlıca ön gereksinim programları şunlardır:

İyi Tarım Uygulamaları (GAP): Tarımsal üretim aşamasında, tohumdan hasat aşamasına kadar olan süreçleri kapsayan bir program olup, tarım ürünlerinin güvenli ve kaliteli bir şekilde yetiştirilmesini sağlamayı amaçlamaktadır.

İyi Veteriner Uygulamaları (GVP): Hayvansal ürünlerin üretim süreçlerinde, hayvan sağlığı ve bakımıyla ilgili standartları belirleyen program, hayvansal ürünlerin güvenli ve sağlıklı bir şekilde elde edilmesini amaçlamaktadır.

İyi Üretim Uygulamaları (GMP): Üretim tesislerinde uygulanan genel üretim standartlarını belirlemektedir. GMP ürünlerin üretim aşamasındaki kalite ve güvenliği sağlamayı hedeflemektedir.

İyi Hijyen Uygulamaları (GHP): Tüm gıda zinciri boyunca hijyen standartlarını belirlemektedir. Bu program, gıda üretim ve işleme alanlarında temizlik ve sanitasyonu güvence altına almayı amaçlamaktadır.

İyi Laboratuvar Uygulamaları (GLP): Laboratuvar ortamlarında yapılan test ve analizlerin kalitesini belirleyen standartları içermektedir. GLP, gıda ürünlerinin analiz süreçlerinde güvenilirliği sağlamayı amaçlamaktadır.

İyi Dağıtım Uygulamaları (GDP): Gıda ürünlerinin depolanması, taşınması ve dağıtımı aşamalarındaki standartları belirlemektedir. GDP, ürünlerin taşınma sürecinde güvenliği sağlamayı hedeflemektedir.

İyi Ticaret Uygulamaları (GTP): Gıda ticareti yapan işletmeler için standartları belirlemektedir. Bu program, ticaret süreçlerinde güvenliği ve kaliteyi sağlamayı amaçlamaktadır (TS EN ISO 22000, 2005; Özbek ve Fi- dan, 2010).

ISO 22000'e uyumlu olarak işletmelerin, bu ön gereksinim programlarını uygularken; binaların düzenine ve yapılarına, su, hava, enerji ve diğer yan gereksinimlerin sağlanmasına, atık yönetimine ve kanalizasyon sistemine, ekipman ve teçhizat uygunluğuna, bakım ve temizliğe, satın alınan malzemelerin yönetimine, çapraz bulaşmayı önleme önlemlerine, temizlik ve sanitasyona, haşere/zararlı kontrolüne, personel hijyenine, eğitime ve araçlara dikkat etmeleri gerekmektedir. Bu ön gereksinim programları, işletmelerin genel olarak gıda güvenliği ve kalite yönetim sistemlerinin güçlendirilmesine yardımcı olmakta ve HACCP prensiplerini desteklemektedir (TSEN ISO 22000,2005, TST EN 22002- 1, 2011).

HACCP

HACCP, önceden bahsedildiği üzere "Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları" teriminin ilk harflerinden oluşan bir kavramdır. Bu sistem, gıda güvenliği alanında dünya çapında kabul görmüş bir sistematik ve önleyici yaklaşımı temsil etmektedir. HACCP, özellikle gıda endüstrisinde, gıda güvenliği risklerini tanımlamak, değerlendirmek ve kontrol etmek için geliştirilmiş bir sistemdir. HACCP'in temel amacı, son ürün muayenesi yerine üretim sürecinin her aşamasında olası tehlikeleri belirleyerek, bu tehlikelerin kontrol altına alınması için kritik kontrol noktalarını belirlemek ve izlemektir. Bu yaklaşım, gıda üretiminde meydana gelebilecek potansiyel tehlikeleri önceden tespit ederek, güvenli bir ürün elde etmeyi amaçlamaktadır (Arıkbay, 2002, s.21-22).

Bu sistem, gıdalarda mikrobiyolojik (örneğin, küf ve bakteriler), kimyasal (ilaç kalıntıları, ağır metaller gibi kimyasal kontaminasyonlar) ve fiziksel (cam parçaları, metal parçaları, saç gibi yabancı cisimler) tehlikeleri kontrol altına almayı ve ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Bu yöntem, gıdalarda biyolojik (örneğin, küf ve bakteriler), kimyasal (pestisit kalıntıları, ağır metaller gibi zehirli maddeler) ve fiziksel (cam, metal parçaları, saç gibi yabancı maddeler) riskleri kontrol altına almayı ve ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Bu yöntem, gıda endüstrisinin güvenli üretim için sistematik bir yaklaşım benimsemesine ve tüketicilere sağlıklı ürün sunmasına olanak sağlamaktadır. Gıda güvenliğini temin etmek için birçok gelişmiş ülke, HACCP standartlarını yayımlamış ve gıda işletmelerini bu kriterlere uygun olarak HACCP sertifikası almaya zorunlu hale getirmiştir. HACCP sisteminin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için, işletmelerde ilk olarak önkoşul programlarının oluşturulması ve etkin bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir (Nacmcf, 1997). Önkoşul programları, işletmelerin genel hijyen, sanitasyon, personel eğitimi, tesis içi düzen ve temizlik, kalibrasyon, su temini, hava kalitesi, atık yönetimi gibi temel konularda uygun önlemleri almasını içermektedir. Bu programlar, potansiyel tehlikeleri kontrol altına almak ve gıda güvenliğini sağlamak için önemli bir temel oluşturmaktadır. HACCP sistemi de bu önkoşul programlarını tamamlayarak daha spesifik ve detaylı bir yaklaşım sunmaktadır. ISO 22000 standardı, gıda güvenliği yönetim sistemleri için bir çerçeve sunan ve özellikle HACCP prensiplerini içeren bir uluslararası standarttır. Bu standart, gıda sektöründeki çeşitli işletmelerin gıda güvenliği süreçlerini yönetmelerini ve iyileştirmelerini sağlamak amacıyla geliştirilmiştir (McSwane, 2000, s.16). Tablo 2'de ise HACCP aşamaları ve ilkeleri ile ISO 22000 maddeleri arasındaki eşleşme gösterilmektedir.

Tablo 2: HACCP İlkeleri – Uygulama Aşamaları – ISO 22000:2005 Maddeleri Karşılaştırma Tablosu

HACCP İlkeleri	HACCP Uygulama Aşamaları	ISO 22000:2005 Maddeleri	Açıklama
(Ön Hazırlık)	1. HACCP Ekibinin Oluşturulması	7.3.2	Gıda güvenliği ekibi oluşturularak, görev ve sorumluluklar netleştirilir.
(Ön Hazırlık)	2. Ürünün Tanımlanması	7.3.3, 7.3.5.2	Ürün özellikleri, proses basamakları ve kontrol önlemleri belirlenir.
(Ön Hazırlık)	3. Tasarlanan Kullanımın Belirlenmesi	7.3.4	Ürünün hedeflenen kullanım amacı ve tüketici kitlesi tanımlanır.
(Ön Hazırlık)	4. Akış Şemasının Oluşturulması	7.3.5.1	Üretim sürecine ait adımlar akış şeması ile gösterilir.
(Ön Hazırlık)	5. Akış Şemasının Doğrulanması	7.3.5.1	Hazırlanan akış şeması yerinde inceleme ile doğrulanır.
İlke1: Tehlike Analizinin Gerçekleştirilmesi	6. Potansiyel Tehlikelerin Belirlenmesi, Analizi ve Önlemlerin Tanımlanması	7.4, 7.4.2, 7.4.3, 7.4.4	Tehlikeler tanımlanır, kabul edilebilir seviyeler belirlenir ve kontrol önlemleri seçilir.
İlke 2: Kritik Kontrol Noktalarının (KKN) Belirlenmesi	7. KKN'lerin Belirlenmesi	7.6.2	Her bir kontrol adımında kritik noktalar belirlenir.
İlke 3: Kritik Limitlerin Belirlenmesi	8. KKN'ler İçin Kritik Limitlerin Belirlenmesi	7.6.3	Her KKN için ölçülebilir kritik sınırlar oluşturulur.
İlke 4: İzleme Sisteminin Kurulması	9. KKN'ler İçin İzleme Sistemlerinin Belirlenmesi	7.6.4	Kritik limitlerin aşılmasını önlemek için izleme sistemi kurulur.
İlke 5: Düzeltici Faaliyetlerin Belirlenmesi	10. Düzeltici Faaliyetlerin Tanımlanması	7.6.5	İzleme sonuçlarında sapma olduğunda uygulanacak faaliyetler belirlenir.
İlke 6: Doğrulama Prosedürlerinin Oluşturulması	11. Doğrulama Prosedürlerinin Planlanması	7.8	HACCP sisteminin etkinliğini değerlendirmek için doğrulama faaliyetleri planlanır.
İlke 7: Belgelendirme ve Kayıtların Tutulması	12. Belgelerin ve Kayıtların Tutulması	7.4.2, 7.7	Tüm HACCP süreçleri uygun şekilde belgelenir ve kayıt altına alınır.

Kaynak: TS EN ISO 22000: Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri – Gıda Zincirinde Yer Alan Tüm Kuruluşlara Yönelik Gereklilikler, TSE, Nisan 2006, Ankara.

HACCP İlkeleri

Tehlike Analizi sistemi, gıda güvenliği yönetimi için önemli bir yaklaşımı temsil etmektedir. Tehlike analizi, işletmenin gıda üretim süreçlerini anlamayı ve potansiyel mikrobiyolojik, kimyasal ve fiziksel tehlikeleri belirlemeyi içermektedir. Bu analiz, genellikle gıdanın işletmeye girişinden başlayarak, işletme içindeki tüm aşamalarda uygulanan iş akış sürecini kapsamaktadır (Fda, 2006). HACCP, gıda güvenliği yönetiminde temel bir prensiptir ve birçok ülkede gıda işletmeleri için zorunlu bir gerekliliktir. Bu prensipler, potansiyel tehlikelerin analizi, kritik kontrol noktalarının belirlenmesi, kontrol limitlerinin belirlenmesi, izleme yöntemlerinin belirlenmesi, düzeltici faaliyetlerin planlanması, kayıt tutma ve belgelendirme olan temel ilkeleri içermektedir.

HACCP, gıdanın üretiminden başlayarak tüketiciye ulaşana kadar geçen her aşamada potansiyel tehlikeleri belirler ve bu tehlikeleri kontrol altına alacak kritik kontrol noktalarını tanımlamaktadır. HACCP, risk temelli bir yaklaşım benimsemektedir. İşletmeler, üretim süreçlerinde ortaya çıkabilecek potansiyel tehlikeleri belirleyerek, bu tehlikeleri kontrol etmek ve kabul edilebilir seviyelere indirmek için önlemler almaktadır. HACCP sistemi, gıda güvenliği problemlerini önlemeye odaklanan bir önceleme sistemidir. Belirlenen kritik kontrol noktalarında önleyici önlemler alınarak, potansiyel riskler minimize edilmektedir.

HACCP sisteminin temel prensiplerinden biri olan kritik kontrol noktalarının (KKN) izlenmesi ve kritik limitlerin belirlenmesi aşamasına odaklanmaktadır. Kritik kontrol noktaları, gıda üretim sürecinde önemli olan ve kontrol altına alınması gereken aşamaları kapsamaktadır. Bu noktalarda uygulanan kontrol önlemleri, belirlenen kritik limitlere dayanmaktadır. Her bir kritik kontrol noktası için belirlenen kontrol önlemleri için kriterler, kritik limit olarak tanımlanmaktadır. Bu limitler, güvenli gıda üretimi için belirlenen sınırlardır. Kritik limitler genellikle sıcaklık, zaman, nem, su aktivitesi, asidite seviyesi (pH), koruyucular, tuz konsantrasyonu gibi ölçülebilir ve kontrol edilebilir faktörlere dayanmaktadır. Ayrıca, duyusal bilgiler (tat, koku, görünüş) de kritik limitlerin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Kritik limitler belirlenirken, yayınlanmış yönetmelikler, tebliğler ve bilimsel kaynaklar gibi güvenilir referanslardan yararlanılmaktadır. Bu kaynaklar, güvenli gıda üretimi için önerilen standartları içermektedir.

KKN İzleme Sistemi, HACCP sisteminde kritik kontrol noktalarının izlenmesi ve kontrol altında olup olmadığının saptanması için izleme sürecinin önemine odaklanmaktadır. İzleme, bir KKN'ın kontrol altında olduğunu ve kritik limitlere uygun olarak işlediğini sağlamak amacıyla planlanan bir dizi gözlem ve ölçümü içermektedir. İzleme süreci, güvenli uygulamaların devamını sağlamak ve potansiyel risklere hızlı bir şekilde müdahale etmek için önemli görülmektedir. (Gürgün, 2000 s. 313). Her bir KKN için, kontrol altında olduğunu ve kritik limitlere uygun olarak işlediğini göstermek üzere bir izleme sistemi oluşturulmaktadır. Bu sistem, güvenli uygulamaların devamını sağlamaktadır. İzleme yöntemleri, KKN' da güvenli uygulamaların yapılıp yapılmadığını belirleyebilmektedir. Ayrıca, tolerans değerlerinin dışına çıkıldığında alınacak önlemleri içermektedir. Bu, sürecin kontrol altında tutulması için kritik bir faktördür. İzleme sıklığı, KKN'nın kontrol altında ve kritik limitlerle uyumlu olduğunu gösteren bir aralıkta olmalıdır. Bu, sürecin sürekli olarak güvenli bir şekilde işlediğinden emin olmayı sağlamaktadır. İzleme süreci, gözlem ve ölçüm süreçlerini içermektedir. Bu süreçler, KKN'nın güvenli uygulamalara uygun olarak işlediğini ve kritik limitlere uygun olduğunu doğrulamak için kullanılmaktadır. İzleme süreci, tolerans değerlerinin dışına çıkıldığında hızlı bir müdahaleyi içermelidir. Bu, potansiyel risklere karşı etkili bir şekilde önlem almayı sağlamaktadır. Bu prensipler, HACCP sisteminin güvenli bir gıda üretimi için sürekli olarak etkili bir şekilde uygulanmasına yardımcı olmaktadır (Karaali, 2003, s. 79).

Düzeltici faaliyetleri oluşturma, Kritik kontrol noktalarındaki izleme sürecinde, kritik limitlerin dışına çıkıldığında düzeltici faaliyetlerin planlanması ve uygulanması önemlidir. İzleme süreci sırasında, KKN'ın kritik limitlerinin dışına çıkıldığı tespit edildiğinde bu durum hemen belirlenmelidir. Kritik limitlerin dışına çıkma durumunda, düzeltici faaliyetlerin neler olacağı planlanmalıdır. Bu faaliyetler, uygunsuzluğun nedenlerini belirleme, kontrolü tekrar sağlama ve benzer uygunsuzlukların tekrarlanmasını önleme adımlarını içermelidir. Düzeltici faaliyet planları, ilgili çalışanlara hemen iletilmelidir. Bu, hızlı bir müdahale ve sorunun çözümü için gerekli adımların belirlenmesini sağlamaktadır. Düzeltici faaliyetlerin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için çalışanlar eğitilmelidir. Bu eğitim, sorunları tanıma, düzeltici faaliyetleri anlama ve uygulama becerilerini içermelidir. Düzeltici faaliyetler, kritik limitlerin dışına çıkma nedenlerini belirlemelidir. Bu, sorunun temelini anlama ve benzer hataların tekrarlanmasını önleme açısından önemlidir. Düzeltici faaliyetler, KKN' da kontrol edilen parametreleri tekrar kontrol altına almalıdır. Bu, sürecin istenilen güvenlik seviyesine geri dönmesini sağlamaktadır. Düzeltici faaliyetler, aynı uygunsuzluğun tekrarlanmasını önlemek için önleyici tedbirleri içermelidir. Bu, benzer sorunların sürekli olarak ortaya çıkmasını engellemektedir. Bu adımların uygulanması, HACCP sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını ve gıda güvenliği standartlarının korunmasını sağlamaktadır.

Doğrulama planlaması, bir gıda güvenliği yönetim sisteminin planlandığı şekilde işlediği ve etkili olduğu doğrulama süreci ile belirlenmektedir. Doğrulama faaliyetleri, sistemin planlanan hedeflere uygun bir şekilde çalıştığını teyit etmeye yönelik adımları içermektedir. Doğrulama faaliyetlerinin planlamasında kullanılan yöntemler, sorumluluklar, sıklık ve nasıl gerçekleştirileceğine dair detayları içermektedir. Bu planlama, iç ve dış tetkikleri, laboratuvar testlerini ve diğer doğrulama yöntemlerini kapsamaktadır. Doğrulama işlemlerinin sonuçları, analiz ve inceleme raporları, güncelleme belgeleri, kontrol formları ve değerlendirme raporları gibi belgelerle belgelenmelidir. Bu, sürecin izlenebilirliğini sağlamaktadır. İç tetkiklerin planlanması ve yürütülmesiyle ilgili şartlar yazılı bir prosedürle belirlenmelidir. İç tetkikleri yürütecek sorumluların seçiminde tarafsızlık ve bağımsızlık prensiplerine dikkat edilmelidir. Gıda güvenliği ekibi, doğrulama faaliyetlerinin sonuçlarını sistemli bir şekilde değerlendirmelidir. Bu değerlendirme, uygunsuzluk durumunda düzeltici faaliyetlerin uygulanması ve sürekli iyileştirmenin sağlanması açısından önemlidir. Gıda güvenliği ekibi, analiz sonuçları ve faaliyet sonuçları üzerinden düzenli gözden geçirme çalışmaları yapmalıdır. Bu, yönetimin sistem performansını değerlendirmesine ve gerektiğinde düzeltici önlemler almasına olanak tanımaktadır. Analiz sonuçları, doğrulama faaliyetlerinin sonuçları ve gözden geçirme çalışmaları, gıda güvenliği yönetim sisteminin güncellenmesinde kullanılmalıdır. Bu, sürekli iyileştirmenin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Belirli aralıklarla gözlemlerin, ekipman ve ısı ölçerlerin kalibrasyonunun, kayıt/hareketlerin gözden geçirilmesinin ve prosedürlerin çalışanlarla tartışılmasının gerekliliği vurgulanmalıdır. Bu unsurların izlenebilir ve güncel olduğundan emin olunmalıdır. Bu adımlar, gıda güvenliği yönetim sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını ve sürekli iyileştirmenin sürdürülmesini sağlamaktadır (Mahmutoğlu, 2007 s.141).

Gıda güvenliği yönetim sistemi dokümantasyonu, sistemin etkin bir şekilde kurulması, uygulanması ve güncellenmesi için gereken bilgileri içermelidir. Bu dokümantasyonun içeriğinde; gıda güvenliği politikası ve amaçları, prosedürler ve kayıtların dokümantasyonu, işletmenin sistemi etkin bir şekilde geliştirmesi, uygulaması ve güncellemesi için ihtiyaç duyulan diğer belgeler olmalıdır. Bu dokümantasyonun sürekli güncellenmesi önemlidir. Özellikle işletmenin önkoşul programları ve Kritik Kontrol Noktalarının (KKN) izlenmesi ile ilgili bilgilerde değişiklikler olduğunda, güncelleme yapılmalıdır.

Bu durumda, ürün özelliklerinin güncellenmesi, tasarlanmış kullanım alanlarına ilişkin bilgilerin yenilenmesi, ilgili akış şemalarının güncellenmesi, proses aşamalarına dair yapılan değişikliklerin kaydedilmesi, kontrol önlemlerinin nasıl uygulandığına dair kayıtların güncellenmesidir. Üst yönetim, gıda güvenliği yönetim sisteminin sürekli güncelleştirilmesini sağlamakla sorumludur. Bu güncelleme sürecinde gıda güvenliği ekibi, iç ve dış iletişim bilgilerini, doğrulama faaliyetleri sonuçlarını, analiz bilgilerini ve yönetimin gözden geçirme bilgilerini kullanarak sistemi değerlendirmelidir. Tehlike ve risk analizi, operasyonel ön koşul programları ve HACCP planının (KKN) gözden geçirilmesi, bu değerlendirmenin önemli bir parçasını oluşturmalıdır. Üst yönetim, iç iletişimle, doğrulama sonuçlarının değerlendirilmesiyle, doğrulama faaliyetlerinin sonuçlarının analiz edilmesiyle, kontrol önlemleri ve kombinasyonlarının geçerli kılınmasıyla, düzeltici faaliyetlerle sistemin güncelleştirilmesiyle sürekli iyileştirmeyi sağlamalıdır. Bu süreç, gıda güvenliği yönetim sisteminin etkinliğinin sürekli bir şekilde artırılmasını amaçlamaktadır (Mahmutoğlu, 2007, s. 145).

İYİ ÜRETİM UYGULAMALARI

İyi Üretim Uygulamaları (GMP), gıda ürünlerinin üretiminde ve dağıtımında kalite ve güvenliği sağlamak amacıyla uygulanan bir dizi standart ve prosedürler bütünü olmaktadır. İlk olarak 1967'de FDA (Amerika Birleşik Devletleri Gıda ve İlaç Dairesi) tarafından gıda endüstrisinde önerilen GMP, daha sonra 1969'da tüm gıda endüstrisinde uygulanabilir hale getirilmiştir. GMP, aynı zamanda ilaç ve kozmetik sanayilerinde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Temel amacı, ürünlerin iç ve dış kaynaklardan kirlenme olasılığını önlemek veya azaltmak için işletme ile ilgili iç ve dış şartlara ilişkin koruyucu önlemleri içermektedir. GMP'nin ana prensipleri ve uygulama alanları şunlardır:

Üretim Yeri ve Çevre Kontrolü: Üretim yerinin uygunluğu, temizliği ve düzeni sağlanmakta ve çevresel kontaminasyonu önlemek için gerekli önlemler alınmaktadır.

Personel Hijyeni: Çalışanların temizlik ve hijyen kurallarına uyması gerekmektedir. Personel eğitimi, el yıkama prosedürleri gibi konular önem içermektedir.

Üretim Süreci Kontrolü: Üretim süreçleri belirlenmiş standartlara uygun olmakta ve üretimde kullanılan ekipmanların uygunluğu ve kalibrasyonu kontrol edilmektedir.

Ham Madde Kontrolü: Ham maddelerin kalitesi, güvenilirliği ve uygunluğu sağlanmakta ayrıca ham madde depolama koşulları ve izlenebilirlik önemli görülmektedir.

Ürün Geliştirme ve İnovasyon: Yeni ürün geliştirme aşamalarında kalite ve güvenlik standartlarına uyulmakta ve ürün formülasyonu, stabilite testleri gibi konular önemle işlenmektedir.

Paketleme ve Etiketleme Kontrolü: Ürün paketleme ve etiketleme süreçleri belirlenmiş standartlara uygun olmaktadır. Ambalaj malzemelerinin kalitesi ve uygunluğu kontrol edilmektedir.

Depolama ve Dağıtım Kontrolü: Ürünlerin depolanması ve dağıtımı belirlenmiş koşullara uygun olarak yapılmaktadır. Depo koşulları, nakliye şartları gibi konular önemle ele alınmaktadır.

GMP, ürünlerin kalitesini ve güvenliğini sağlamak için sürekli bir izleme, değerlendirme ve iyileştirme sürecini içermektedir. Bu standartlar, tüketicilere güvenilir ve kaliteli gıda ürünleri sunmak amacıyla endüstri genelinde kabul görmüş bir yaklaşımı temsil etmektedir (Dölekoğlu, 2003b).

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ

Tedarik zinciri yönetimi, bir işletmenin ürün veya hizmetlerinin tedarik edilmesi, üretilmesi, depolanması ve dağıtılmasını içeren tüm süreçleri kapsayan bir yönetim biçimi olmaktadır. Bu süreçler, işletmenin rekabet avantajı elde etmesine ve sürdürmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, tedarik zinciri yönetimi, ileri teknoloji, bilişim yönetimi ve matematiksel modeller gibi araçları kullanarak tüm süreçleri daha etkili ve verimli hale getirme amacını taşımaktadır. Tedarik zinciri yönetimi şu temel unsurları içermektedir:

Hammadde ve Malzeme Tedariki: İşletmenin üretim süreçleri için gerekli olan hammadde ve malzemelerin tedarik edilmesini, tedarikçi seçimini, fiyatlandırma ve anlaşmaların yapılmasını içermektedir.

Üretim ve Montaj: Hammadde ve malzemelerin üretime dahil edilmesini, üretim süreçlerinin yönetimini ve montaj aşamalarının planlanmasını içermektedir.

Depolama ve Envanter İzleme: Üretilen ürünlerin depolanmasını, envanterin takip edilmesini ve stok yönetimini, depo süreçlerinin optimize edilmesini içermektedir.

Sipariş Girişi ve Yönetimi: Müşteri siparişlerinin alınmasını, işlenmesini, takip edilmesini, sipariş süreçlerinin hızlı ve doğru bir şekilde yönetilmesini içermektedir.

Dağıtım: Ürünlerin müşterilere ulaştırılması için lojistik ve dağıtım süreçlerinin yönetimini, taşıma, depolama ve dağıtım ağlarının etkin kullanımını içermektedir.

Müşteriye Teslim: Ürünlerin müşterilere zamanında ve doğru bir şekilde teslim edilmesini, müşteri memnuniyetini artırmak için etkili teslimat süreçlerini içermektedir.

Tedarik zinciri yönetimi, bu süreçleri bütünleştirerek işletmeye rekabet avantajı sağlamaktadır. Buna ek olarak, modern teknolojiler ve bilişim sistemleri, tedarik zinciri süreçlerini daha iyi planlama, izleme ve kontrol etme imkânı sunmaktadır. Bu da müşteri memnuniyetini artırarak işletmenin rekabet üstünlüğünü sürdürmesine katkı sağlamaktadır (Yıldızöz, 2006, s.8).

EĞİTİM VE FARKINDALIK

Gelişen teknoloji ve artan refah düzeyi ile tüketicilerin bilinç düzeyi yükselmiş ve sağlıklı beslenmeye daha fazla önem verir hale gelinmiş olunmaktadır. Bu durum, gıda güvenliğinin günümüzde hiç olmadığı kadar önemli hale gelmesine neden olmaktadır. İşletmeler, pazarlarını korumak veya genişletmek istediklerinde, ürünlerini farklılaştırmanın yanı sıra tüketicilerin gıda güvenliği konusundaki beklentilerini de karşılamaya çalışmaktadır. Bu nedenle, çeşitli gıda güvenliği sistemlerini işletmelerinde uygulamaya koymaktadırlar. Bu sistemler, ürünlerin güvenliği ve kalitesini sağlamak, müşteri güvenini kazanmak ve işletmenin sürdürülebilirliğini sağlamak adına önemli bir rol oynamaktadır.

SONUÇ

Çalışmada, güvenilir gıda üretimi ve tüketimi için izlenmesi gereken aşamalar ve alınması gereken tedbirler vurgulanmaktadır. Çiftlikten sofraya uzanan süreçte hammadde temini, üretim, işleme, depolama, taşıma, dağıtım ve sunum gibi aşamalarda gıda güvenliği sağlanması için risk analizi, geriye dönük izleme, şeffaflık, acil durumlar ve gıda maddelerinin özelliklerinin belirlenmesi gibi konular önem taşımaktadır. Ayrıca, gıda güvenliği yönetim sistemlerinin çeşitli aşamalarda uygulanması gerektiği belirtilmiştir. Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları, İyi Tarım Uygulamaları, İyi Üretim Uygulamaları, İyi Hijyen Uygulamaları, İyi Laboratuvar Uygulamaları, İyi Dağıtım Uygulamaları, İyi Ticaret Uygulamaları, İyi Veteriner Uygulamaları gibi sistemlerin kullanılması önerilmiştir. Bu sistemler uluslararası düzeyde kabul görmüş ve gıda güvenliğini sağlamak adına etkin bir rol oynamaktadır.

AB mevzuatı ve Türkiye'deki gıda yasaları, gıda güvenliği konusunda belirli standartları ve düzenlemeleri içermektedir. Bu düzenlemelerle gıda üretimi, işleme ve tüketimi süreçlerinde belirlenen hijyen ve güvenlik standartlarına uyulması sağlanmaktadır. Sonuç olarak, gıda güvenliği konusundaki bilincin artması ve ulusal düzeyde belirlenen standartların uygulanmasıyla güvenilir gıda üretimi ve tüketimi sağlanmaktadır. Bu, tüketicilerin sağlıklı beslenme konusundaki taleplerine karşılık verirken, işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerini de sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Ait Hou, M., et al. (2010): *Risk management in the food supply chain.*

Anonim. (2015'a): *ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi El Kitabı.*

Arıkbay, C. (2022): Gıda Sektöründe Kalite Yönetim Sistemleri ve HACCP, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No: 660, Ankara, s.21-22

Arouma, I. (2006): The impact of food regulation on the food supply chain. Food Toxicology, 221(1): 119-127.

Arouma, O.I. (2006). "The impact of HACCP on food safety." *Food Control,* 17(1).

Artık, N. (2009): Şirketlerin gıda güvenliği sistemi uygulamalarına bakış açısı ve gelişmeler. http://www.tgdf.org.tr/turkce/globalgidaguv enligi/nevzatartik.pdf. Erişim:05 Mart 2015.

Balzarova, M.A., Castka, P. (2008): Underlying mechanisms in the maintenance of ISO 14001 environmental management system. Journal of Cleaner Production, 16 (18): 1949-1957.

Baynal, K. (2014): Günümüz işletmelerinde yönetim sistemleri ve entegre yönetim sisteminin gerekliliği ve rekabet açısından önemi. http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr/kbaynal/bildiri/kbaynal01.10.2014_13.11.27bildi ri.pdf). Erişim:22 Nisan 2015

Balzarova, M.A. (2008). "ISO 9000 quality system certification and performance." *International Journal of Quality & Reliability Management*, 25(6).

Bilalis, D., Stathis, I., Konstantas, A., Patsiali, S. (2009): Comparison between HACCP and ISO 22000 in Greek organic food sector. Journal of: Food Agriculture & Environment, 7(2): 237-242.

Bucak, T. (2011): İşletmelerde kalite yönetimi. İlya Yayıncılık, İzmir.

Codex Alimentarius Commission. (2003). Hazard Analysis and Critical Control Point (HACCP) System and Guidelines for its Application.

Çopur, U.Ö., Yonak, S., Şenkoyuncu, A. (2010): Gıda güvenliği ve denetim sistemi. https://scholar.google.com.tr/scholar?q=g% C4%B1da+g%C3%BCvenli%C4%9Fi+ve+ denetim+sistemi+utku&btnG=&hl=tr&as_s dt=0%2C5. Erişim:21 Nisan 2015.

Dalgıç, C.A., Belibağlı, B.K. (2006): Gıda güvenligi ve kalite yönetim sistemleri entegrasyonu: ISO 22000:2005 gıda güvenligi yönetim sistemi ve ISO 9000:2000 kalite yönetim sistemi uygulamaları. Türkiye 9. Gıda Kongresi, Bolu, s.7-10.

Dölekoğlu, C. Ö. (2003b): Gıdalarda kalite güvenlik sistemleri. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü- Bakış, http://www.aeri.org.tr/PDF/Bks-3-2.pdf. Erişim Tarihi: 26.03.2009.

Erfa, M. (2007): *ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Eğitimi Sunumu.*

Erkmen, O. (2010): Gıda kaynaklı tehlikeler ve güvenli gıda üretimi (Derleme). Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi, 53: 220-235.

Ertürk, E.Y. (2009): Gıda sanayinde kullanılan kalite güvence sistemlerinin tüketicilerin satınalma davranışlarına etkisi: ISO 9000, ISO 22000 (HACCP) örneği. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Escanciano, C., Santos-Vijande, M.L. (2014): Reasons and constraints to implementing an ISO 22000 food safety management system: Evidence from Spain. Food Control, 40: 50-57.

Escanciano, C. (2014). "Food safety management systems: ISO 22000 and HACCP." *Food Control,* 43.

FAO & WHO. (2006). Food Safety Risk Analysis: A Guide for National Food Safety Authorities. FAO Food and Nutrition Paper No. 87.

FAO/WHO. (2003). Assuring food safety and quality: Guidelines for strengthening national food control systems (FAO Food and Nutrition Paper 76). Food and Agriculture Organization of the United Nations.

FDA. (2022). Good Manufacturing Practices (GMP). U.S. Food & Drug Administration.

FDA. Managing Food Safety: A Manual fort he Voluntary Use of HACCP Principles for Operators of Food Service and Retail Establishments, Nisan 2006, http://www.cfsan.fda.gov/~dms/hret2-2html, (15.09.2007)

Gaaloul ve Ghorbel, 2011; Motarjemi ve Lelieveld, 2014 Gaaloul, I., Riabi, S., Ghorbel, R.E. (2011): Implementation of ISO 22000 in cereal food industry "SMID" in Tunisia. Food Control, 22: 59-66.

Gündoğdu, İ., Günay, N.G. (2003): ISO 9001:2000 kalite yönetim sisteminin toplam kalite yönetimi ve rekabet avantajı üzerine etkisi ve bir uygulama. İktisat İşletme ve Finans, 18(209): 93-100.

Gürgün, Velittin, Gıda Mikrobiyolojisi ve Uygulamaları, Sim Matbaacılık Ltd. Şti., Ankara, 2000, ss. 283-322.

Henson, S., & Caswell, J. (1999). Food safety regulation: An overview of contemporary issues. Food Policy, 24(6), 589–603. https://doi.org/10.1016/S0306-9192(99)00072-X

ISO. (2018). ISO 22000: Food Safety Management Systems – Requirements for any Organization in the Food Chain. International Organization for Standardization.

Kafel, P. (2013): Food quality products in EU countries. 7th International Quality Conference, Center for Quality, s. 273-278. http://www.cqm.rs/2013/cd/7iqc/pdf/33.pdf. Erişim:14 Nisan 2015.

Kafel, P. (2013). Integrated management system standards: comparison and benefits. Quality & Quantity, 47(3), 1839–1847.

Karaali Artemis. Gıda İşletmelerinde HACCP Uygulamaları ve Denetimi, Sağlık Bakanlığı, Ankara, 2003, s. 79).

Mahmutoğlu, Teslime. Gıda Endüstrisinde "Güvenli Gıda" Üretmek, ODTÜ Yayıncılık, Ankara, 2007, s.141.

Malatyalı, M. (2007): *Gıda Güvenliği Sistemleri ve Uygulamaları.*

McSwane David and Richard Linton. "Issues and Concerns in HACCP Developments and Implemetation for Retail Food Operations". Environmental Health, January/February 2000, ss. 15-18).

McSWANE, David, Nancy R. Rue and Richard Linton. Essentials Of Food Safety and Sanitation, Prentice Hall, USA New Jersey, 2003.

Mısır, B. G. (2008): HACCP, gıda güvenliği ve risk yönetim sistemi. SUMAE Yunus Araştırma Bülteni, 8(3): 8-10. http://yunus.gov.tr/yunus/uploads/Makale_0 80303.pdf Erişim:15 Mart 2015.

Motarjemi, Y., & Lelieveld, H. (2014): Food Safety Management: A Practical Guide for the Food Industry. Academic Press.

Mutlu, S. (2007): Gıda güvenilirliği acısından tüketici davranışları (Adana kentsel kesimde kırmızı et tüketim örneği). Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.

Nacmcf. (2007): HACCP Principles and Application Guideline, Adopted August 14, 1997, http://www.cfsan.fda.gov/~comm/nacmcfp.html, (20.09.2007)

Ötleş, S. (2015): Gıda sertifikasyon ve yeni bir yaklaşım olarak gıda güvenliği kültürü. TuttoFOOD Grow Own Your Business 3-6 May 2015 Milano.

Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği: 16 Kasım 1997 Tarih ve 23172 Sayılı Resmî Gazete, Madde 4. http://www.kkgm.gov.tr/TGK/yonetmelik.html(12.09.2007)

Türker, S. (2012): Türkiye'de gıda güvenliği ve gıda mevzuatının gelişim süreci. Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi, 21: 34-37.

Türker, A. (2013): Gıda güvenliğinde mevzuatın rolü. Gıda, 38(2), 99–107.

TGK (Türk Gıda Kodeksi), (2004): Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun. Kanun No: 5179. Kabul Tarihi: 27 Mayıs 2004.

TS EN ISO 22000 (2006): Gıda Güvenliği Yönetim Sistemleri-Gıda Zincirindeki Tüm Kuruluşlar İçin Şartlar, TSE, Nisan 2006, Ankara.

EN ISO 22000 (2005): *Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Standardı*.

Varzakas, H. T., Zakynthinos, G., & Arvanitoyannis, S. I. (2010): Application of failure mode and effect analysis (FMEA) and cause and effect analysis in conjunction with ISO22000 to an almond processing plant. Options Méditerranéennes, 94: 289-297.

Varzakas, T., Tzia, C., & Arvanitoyannis, I. S. (2010). HACCP and ISO 22000: Application to Foods of Animal Origin. John Wiley & Sons.

Yıldızöz, H. (2006): Tedarik Zinciri Yönetimi ve Bir Uygulama, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Zheng, Y., Muth, K.M., Brophy, J. (2013): The impact of food safety third-party certifications on China's food exports to the United States. Agricultural & Applied Economics Association's Annual Meeting, Washington, s.6.

Zheng, Y., Zhu, Z., & Yu, S. (2013): Study on the application of food safety management system in food industry. Food Control, 34(2), 719–726.

WHO. (2015): Food Safety: What You Should Know. World Health Organization.

World Health Organization, (2015): http://www.who.int/trade/glossary/story027/ en/. Erişim:14 Nisan 2015.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GASTRONOMİ VE İNOVASYON TEMALI BİLİMSEL YAYINLARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Beyza İNAN
Siirt Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0005-2156-6702

Eyüp UYANIK
Siirt Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0000-1140-4690

Mehmet ESKİOCAK
Siirt Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0009-0001-5013-3771

ÖZET
Bu çalışma, gastronomi ve inovasyon temalarının akademik literatürdeki gelişim dinamiklerini 2020–2025 dönemi odağında bibliyometrik yöntemle analiz etmeyi amaçlamaktadır. İnovasyon, çağdaş bilimsel çalışmalarda yalnızca teknolojik ilerleme değil; aynı zamanda kültürel üretim, tüketici deneyimi ve sürdürülebilir kalkınma süreçlerinin stratejik bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Gastronomi ise bu dönüşüm içerisinde yenilikçiliği çok boyutlu biçimde içselleştiren bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bu kapsamda araştırmada, Scopus veri tabanında yer alan ve belirlenen dönem içinde yayımlanmış 2.182 akademik yayından oluşan bir bibliyometrik veri seti oluşturulmuştur. Bibliometrix R paketi ve Biblioshiny arayüzü kullanılarak gerçekleştirilen analizde; yayınların yıllara göre dağılımı, yazar ve dergi profilleri, anahtar kelime eşleşmeleri, kavramsal kümelenmeler ve atıf örüntüleri incelenmiştir. Bulgular, gastronomi ve inovasyon ilişkili çalışmaların artan bir ivmeyle çeşitlendiğini, disiplinlerarası iş birliklerinin güçlendiğini ve literatürde "quality", "impact", "product innovation" gibi temaların ön plana çıktığını göstermektedir. Özellikle "tüketici yenilikçiliği", "sürdürülebilir gastronomi" ve "deneyim tasarımı" gibi konuların, alanın kavramsal merkezinde yer aldığı görülmüştür. Ayrıca bibliyometrik göstergeler, alanın metodolojik olarak veri temelli, kuramsal olarak ise pazarlama, davranış bilimleri ve gıda teknolojisi gibi disiplinlerle yakın ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen sonuçlar, gastronomi alanında inovasyon eksenli akademik üretimin giderek kurumsallaştığını ve çok boyutlu bir araştırma eksenine dönüştüğünü göstermektedir. Bu bağlamda çalışma, gelecekteki araştırmalar için kapsamlı bir temel teşkil etmeyi ve alan yazına yapısal katkı sunmayı hedeflemektedir.
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, İnovasyon, Bibliyometrik Analiz, Gastronomide Yenilikçilik

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SCIENTIFIC PUBLICATIONS ON GASTRONOMY AND INNOVATION

ABSTRACT
This study aims to examine the development of gastronomy and innovation themes in the academic literature with a bibliometric analysis method, focusing on the period 2020-2025.

The concept of innovation is not only limited to technological progress in today's scientific debates; it is also considered as a holistic component of cultural production, consumer experience and sustainable development processes. The discipline of gastronomy stands out as a dynamic field that internalises innovative approaches in a multi-layered manner by positioning itself at the centre of this transformational process. Within the scope of the research, a dataset containing 2,182 academic publications published in the relevant period was created based on the Scopus database. In the study, the bibliometric analysis process was carried out using Bibliometrix R package and Biblioshiny interface; the distribution of publications by years, author and journal trends, keyword analyses, conceptual clusters and citation patterns were examined in detail. The findings show that scientific production centred on gastronomy and innovation has diversified with increasing momentum, interdisciplinary interactions have gained strength and themes such as ‘quality’, “impact” and ‘product innovation’ have come to the fore in the literature. In particular, it has been observed that concepts such as ‘consumer innovation’, ‘sustainable gastronomy’ and ‘experience design’ are at the centre of the studies. In addition, bibliometric indicators reveal that the field is methodologically shaped by data-driven approaches and that it is in close interaction with different disciplines such as marketing, behavioural sciences and food technology at the theoretical level. The results show that innovation-oriented scientific production in the gastronomy discipline is becoming increasingly institutionalised and has gained a multidimensional research axis. In this context, this study provides a comprehensive reference framework for future research and aims to contribute to the literature at a structural level.
Keywords: Gastronomy, Innovation, Bibliometric Analysis, Innovation in Gastronomy

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ÜÇ BOYUTLU YAZICILARIN GIDA ÜRETİMİNDE KULLANILMASINA YÖNELİK GÜNCEL ÇALIŞMALARIN İNCELENMESİ

Durmuş BULDUR
Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
ORCID: 0000-0003-4253-2956

Dr. Öğr. Üyesi Alican AKÇİÇEK
Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0001-5586-1228

ÖZET
3D yazıcı, bilgisayarlar aracılığıyla hazırlanmış olan dijital verileri kullanarak katmanlı biriktirme yöntemi sayesinde 3D nesneler üretmeyi sağlayan makinelere verilmiş olan genel addır. Bu makineler başlangıçta malzeme üretimi alanında kullanılsa da kullanım alanının yaygınlaşmasıyla birlikte, gıda ürünlerinin üretiminde de kullanılmaya başlanmış ve 3D gıda baskı tekniği, günümüzde gıda teknolojisi alanında üzerinde sık çalışılan konulardan birisi haline gelmiştir. Bu teknik sayesinde gıdalara istenilen özelliklere göre şekil, yeni lezzet ve yeni tekstür kazandırabilmektedir. 3D yazıcılar ile sürdürülebilir bir üretim, yüksek kaliteye sahip, dikkat çekici ve enerji tasarrufu sağlayan ürünler elde edilebilmektedir. Bunların yanı sıra gıda maliyetlerinin azalmasına yardımcı olduğu gibi özel istek ve ihtiyaçları da karşılamakta olup, çeşitli formlarda, istenen içeriğe uygun ürünlerin geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda 3D gıda yazıcıları kesin sonuç veren hesaplamalar yapabildiği için gıda kayıplarının en alt düzeye indirilmesi ve çevreye duyarlı bir şekilde üretimlerin gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Gıda ürünlerinin verimli kullanılmasına yardımcı olan ve farklı prensiplere göre çalışmakta olan bu 3D gıda yazıcılarına örnek olarak; seçici sinterleme teknolojisi, bağlayıcı püskürtme yöntemi, sıcak eriyik ekstrüzyon yöntemi ve püskürtmeli yazıcılar verilebilir. Kullanılan teknolojinin özelliklerine bağlı olarak hazırlanması gereken gıda formülasyonları değişiklik gösterse de hamur, çikolata, şeker, toz, sos ve püre gibi ürünler gıda yazıcılarıyla yazdırılabilmektedir. Gıda endüstrisinde ve araştırmalarında genel olarak ekstrüzyon bazlı 3D gıda yazıcıları yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu derlemede doküman inceleme yöntemi kullanılmış olup, üç boyutlu gıda yazıcılarının inovatif gıda ürünü üretiminde kullanılması üzerine yapılan, YÖK Tez Merkezi ve Dergipark platformunda yayınlanan güncel çalışmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmalar sonucunda 3D gıda yazıcılarının gıda üretimi alanında kullanım potansiyelinin yüksek olduğu saptanmış ve çalışma sonuçlarına göre 3D gıda yazıcılarının geliştirilmesi gereken yönlerinin bulunduğu görülmüştür. Bu alanda yapılacak olan AR-GE çalışmalarının yaygınlaştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.
Anahtar Kelimeler: 3D Yazıcılar, Gıda Yazıcısı, Üç Boyutlu Gıda Baskısı.

REVIEW OF CURRENT STUDIES ON THE USE OF THREE-DIMENSIONAL PRINTERS IN FOOD PRODUCTION

ABSTRACT
3D printer is the general name given to machines that enable the production of 3D objects thanks to the layered deposition method using digital data prepared through computers.

Although these machines were initially used in the field of material production, as their use became more widespread, they began to be used in the production of food products, and 3D food printing technique has become one of the frequently studied topics in the field of food technology today. Thanks to this technique, it is possible to give foods a new shape, new flavor and new texture according to the desired properties. With 3D printers, sustainable production, high quality, eye-catching and energy-saving products can be obtained. In addition to these, it helps to reduce food costs and meets special requests and needs. It also allows the development of products in various forms, suitable for the desired content. At the same time, since 3D food printers can make precise calculations, food losses are minimized and production is carried out in an environmentally friendly manner. Selective sintering technology, binder spraying method, hot melt extrusion method and spray printers can be given as examples of these 3D food printers that help the efficient use of food products and work according to different principles. Although the food formulations to be prepared vary according to the characteristics of the technology used, products such as chocolate, dough, sugar, powder, puree, sauce can be printed on food printers. Extrusion-based 3D food printers are widely used in the food industry and research. In this review, document review method was used and current studies on the use of three-dimensional food printers in the production of innovative food products, published in YÖK Thesis Center and Dergipark platform were examined. As a result of the studies examined, it was determined that 3D food printers have a high potential for use in the field of food production and according to the results of the study, it was seen that 3D food printers have aspects that need to be developed. There is a need for the wider implementation of R&D studies in this field.
Keywords: 3D Printers, Food Printer, Three Dimensional Food Printing.

GİRİŞ

Üç boyutlu (3D) baskı teknolojisi, malzemelerin katmanlar halinde biriktirilerek üç boyutlu yapıların üretilebildiği ve günümüzde giderek gelişmekte olan bir teknolojidir. Son zamanlarda teknoloji ve bilim alanlarında yaşanan gelişmeler sonucunda farklı teknolojiler, gıda sektöründe kendine yer bulmaya başlamış ve kullanımları hızlı bir şekilde artmıştır. Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına yönelik, kişiye özel olarak üretilen yeni gıda ürünlerini ulaşılabilir bir hale getiren bu teknoloji, kullanıcılara tasarımsal bir özgürlük sunmaktadır. Katmanlı üretim olarak da bilinen 3D yazıcı teknolojisine ilk olarak 1983 yılında adım atılmış ve çok hızlı şekilde geliştirilmesi sağlanmıştır. Üç boyutlu (3D) gıda yazıcıları gıda sektörü içerisinde, elde edilmek istenen tekstürde, amacına uygun bir besinsel içeriğe sahip, aroma, tat, dış görünüş gibi istenilen duyusal özelliklere, yani kısacası kişilerin kendi istek ve tercihlerine yönelik gıda ürünlerinin oluşturulması amacı ile kullanılmaktadır (Meral ve Demirdöven, 2022; Ok ve Yılmaz, 2024).

Üretim öncesinde kesin hesaplamalar yaparak gıda kayıplarını en aza indirgemesi, çevre dostu üretim sağlaması (Güner ve Aydoğdu, 2022) ve üretim esnasında herhangi bir özel alet veya ekipman gerektirmemesi, iş gücünün azaltmasına, ürünlerin kalitelerinin arttırılmasına yardımcı olması gibi sağladığı yenilikler ve avantajlar sayesinde 3D gıda yazıcıları, üreticiler ve tüketiciler tarafından büyük ilgi görmektedir (Değerli ve El, 2017)

KURAMSAL ÇERÇEVE

3D Gıda Yazıcılarında Kullanılabilen Gıda Hammaddeleri

İnsanların yaygın olarak tükettiği meyveler, sebzeler, et çeşitleri ve pirinç gibi gıda ürünleri doğrudan yazdırılamamaktadır. Bu ürünlerin yazdırılabilir hale gelmesi için hidrokolloid malzemeler eklenerek ekstrüzyon yeteneği kazandırılabilmektedir.

Geleneksel yöntemler ile üretilen gıdaların çoğunluğu 3D baskı işleminin ardından, buharda pişirme, fırında pişirme ve kızartarak pişirme gibi ek işlemlere ihtiyaç duymaktadır. Ancak uygulanan bu işlemler ısının gıdalar tarafından orantılı bir şekilde nüfuz edilememesine ve bundan ötürü gıdaların homojen olmayan tekstürlere sahip olmasına sebebiyet vermektedir (Bulut, 2019). Bazı gıdalar ise ön işlemlerden geçirildikten ve hidrokolloidler (gam, agar, pektin, ksantan gibi) eklendikten sonra yazdırılabilir hale gelmektedir. Örneğin, Lipton ve arkadaşlarının (2010) gerçekleştirdiği bir araştırmada, transglutaminaz enzimi ve agar eklenerek hindi etinin yazdırılabilir bir forma dönüştürüldüğü gösterilmiştir.
3D gıda yazıcılarında ürünlerin tatları, besin değerleri ve dokularının her açıdan kontrol edilebilir olması adına yazdırılabilen gıda maddeleri kullanılmaktadır. Bu maddelerden bazıları yazdırma işleminin ardından şekillerini koruyabilmektedir ve sonrasında ileri bir işlemeye ihtiyaç duymamaktadır. Ekstrüzyona dayalı gıda üretimlerinde peynir, humus, çikolata, pasta sosu vb. gibi hidrojel bir forma sahip olan doğal yazdırabilir malzemeler kullanılabilmektedir. Toz ile yapıştırma teknolojisi sayesinde ise yenilebilecek şekiller üretmek adına çeşitli şeker kombinasyonlarından yararlanılarak 3D baskı işlemi yapılabilmektedir. Bu gibi yazdırılabilen gıda maddeleri sağlık ve uzay alanlarındaki araştırmalarda da yer almaktadır. Un, yumurta, yağ karışımlarını içeren hamurlar ve protein içerikleri arttırılmış et karışımları yazdırma işlemi yapıldıktan sonra pişirilebilmektedir. Pişirme işlemi ile oluşabilecek şekil kayıplarını en aza indirebilmek adına çeşitli araştırmalar ve çalışmalar yapılmaktadır (Bulut, 2019).

Gıda Alanında Kullanılan Temel 3D Yazıcı Teknolojileri
Hem ticari hem de bireysel olarak geliştirilen 3D gıda yazıcıları üç boyutlu olarak tasarlanmış gıda ürünlerini modelleyebilen yazıcılar olup, alt tabakaya ve dağıtma kafasına ait olan mekanik hareketleri bir bilgisayar yardımıyla kontrollü olarak gerçekleştirmektedir. Baskı işlemi sırasında dijital bir üç boyutlu modelin birden çok katmandan oluşan verilere (STL dosyaları) dönüştürülmesi sağlanabilir (Aksan Aldanmaz ve Sever; 2017; Yatmaz, 2023). Gıda alanında yaygın olarak kullanılan yazıcı teknolojileri; seçici sinterleme teknolojisi (selective laser sintering), bağlayıcı püskürtme yöntemi (binder jetting), sıcak eriyik ekstrüzyon yöntemi (fused deposition modelling) ve püskürtmeli yazıcılar (inkjet printing) olarak karşımıza çıkmaktadır (Sun ve ark., 2015; Yatmaz, 2023).

Seçici Lazer Sinterleme Teknolojisi (Selective Laser Sintering –SLS): Bu teknikte lazer ışını sayesinde, toz formundaki ham madde ısıtılarak sinterleme işlemi gerçekleştirilir. Bu süreç sonucunda 3D tabakanın oluşumu sağlanmaktadır. Bir platform halinde hareket eden yazdırma yüzeyinin her hareketinden sonra ikinci bir başlık sayesinde ilk katmanın üstünden geçilerek sinterlenecek olan yeni bir toz katmanı hazırlanmakta, sonrasında ise yüzeydeki hammaddenin (STL dosyasındaki modele göre) ısıtma işlemi yapılarak şekillendirilmesi gerçekleştirilmektedir. Bütün katmanlar ısıtıldıkça, yazdırma platformu z ekseninde aşağıya doğru inmektedir ve ürün 3D formunu korumaktadır. Yazıcı başlığının hareketi -x ve -y eksenleri üzerindeyken, yazdırma platformunun hareketi -z ekseni üzerinde gerçekleşmektedir (Değerli ve El, 2017).
Şekerler ve şeker açısından zengin tozlar, karmaşık şekillerin oluşturulması amacıyla seçici bir şekilde sinterlenebilme özelliğine sahiptir. Taze bir toz tabakası yayıldıktan sonra, bir sinterleme kaynağı, toz parçacıklarını birleştirip (birbirine bağlanarak katı bir tabaka oluşturmasını sağlamak üzere) -x ve -y eksenleri boyunca hareket etmektedir. Bu süreç, üç boyutlu bir nesne elde edilene dek, kaynaşmış yüzeyin sürekli olarak yeni bir malzeme tabakasıyla kaplanması yoluyla tekrarlanmaktadır (Sun ve ark., 2015).

Ekstrüzyon baskıda, sinterlenmemiş olan toz yapısı, çıkıntılar ve boşluklar bulunduran 3D tasarımlar için ihtiyaç duyulan desteği sağlamaktadır. Bu avantajı sayesinde seçici lazer sinterleme (SLS) yöntemini karmaşık makroskobik tasarımların işlenmesi için daha uygun hale gelmektedir (Jonkers, Van Dommelen ve Geers, 2022).

Sıcak Eriyik Ekstrüzyon Yöntemi (Fused Deposition Modelling –FDM): Bu teknik, ilk olarak plastik malzemelerin modellemesi amacıyla geliştirilse de son yıllarda gıda alanına uyarlanmıştır. Sıcak eriyik ekstrüzyon yönteminde -x, -y ve -z eksenlerinde hareket edebilen yazıcı başlıkları kullanılmaktadır. Sistemin önemli unsurlarından biri, dış ortam sıcaklığı ve yazdırılmış olan malzemenin sıcaklığı arasında bulunan ilişki olarak değerlendirilmektedir. Yazdırma sıcaklığının, kullanılan materyalin erime noktasının hemen üzerinde olması; dış ortam sıcaklığının ise erime noktasından daha düşük seviyelerde bulunması gerekmektedir. Bu koşullar altında, yazdırılmış olan gıda materyalinin seri olarak katı bir forma dönüşebilme kapasitesi vardır (Değerli ve El, 2017). Malzemenin erime noktasının biraz üstünde ısıtılarak ekstrüzyon işlemi sonrasında hemen katılaşması sağlanmaktadır. Gıda baskısında, kişiselleştirilmiş 3D çikolata ürünlerinin (Sun ve ark., 2015) ve meze, tatlı, makarna gibi birçok gıda ürününün üç boyutlu baskısını almak için FDM yöntemi yaygın olarak kullanılmaktadır (In ve ark., 2021).

Bağlayıcı Püskürtme Yöntemi (Binder Jetting –BJ): Bu yöntemde, yazdırma platformunun tasarımı ile malzeme formu, SLS (seçici lazer sinterleme) yöntemine benzemektedir. Fakat bu süreçte lazer kaynağı kullanılmamaktadır (Değerli ve El, 2017). Nişasta ve şeker benzeri toz formundaki gıda ham maddelerinin yer aldığı yazdırma platformu üzerinde, çok sayıda yazıcı başlığı bulunan sistemler aracılığıyla -x ve -y eksenleri üzerinde sıvı uygulanarak çeşitli şekiller elde edilmektedir. İlk katman oluşturulduktan sonra ikinci katmana geçilmektedir ve katmanlar oluşturuldukça, yazdırma platformu -z ekseninde hareket etmektedir. (Değerli ve El, 2017). Bağlayıcı püskürtme yöntemi, seri bir üretim ve düşük malzeme maliyetleri ile karmaşık şekilli gıdaların elde edilmesi gibi faydalar sağlamaktadır (Coşkun Topuz, Bakkalbaşı ve Cavidoğlu, 2018). Bununla beraber, pürüzlü yüzey kaplaması ve yüksek makine maliyetleri gibi dezavantajlarla da karşılaşılmaktadır. Bağlanmanın daha da güçlendirilmesi amacıyla, daha yüksek sıcaklıkta kürleme gibi son işlemlerin uygulanması gerekebilmektedir (Sun ve ark., 2015).

Püskürtmeli Yazıcı (Inkjet Printing): Püskürtmeli yazıcılar günlük hayatımızda çok yaygın bir şekilde karşılaştığımız, kâğıt çıktısı almamıza yardımcı olan klasik yazıcıların prensiplerine dayanarak üretilmiştir. Yazdırılmak istenen materyali çok küçük damlacıklar şeklinde bir başlık yardımıyla yazdırma platformunun üzerine püskürtmektedir (Değerli ve El, 2017). Püskürtmeli baskı sürecinde, baskı kafasına gıda ürünleri yerleştirilir ve ardından bu malzemelerin nozuldan damlacıklar şeklinde iletilmesi için elektrikle ısıtılarak basınç oluşturulur (Pitavachaval, Sanklong ve Thongrak, 2018). Yazdırılmak istenen geometrik şekilde, aralıklı olarak ya da sürekli olarak dozlamasını da yapılabilmekte olan bu yazdırma yönteminde, önceden hazırlanmış olan ürünlerin tamamlanması üzerine (pizza tabanı üzerine domates sosunun eklenmesi, hareket eden bir bant üzerinde pişen kurabiyelerin üzerlerine çilekli sos eklenmesi vb.) çok hızlı, eksiksiz ve hatasız çözümler sunmaktadır (Değerli ve El, 2017; Sun ve ark., 2015).

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu derleme çalışmasında, "doküman inceleme yöntemi" kullanılmıştır. Bu yöntem, araştırılan olay ve / veya olgular hakkında, bilgi içermekte olan yazılı materyallerin analizi olarak tanımlanmaktadır (Çatlak ve ark., 2015).

Çalışma kapsamında YÖK Ulusal Tez Merkezi ve Dergipark platformunda "gıda yazıcısı" ve "food printer" anahtar kelimeleri kullanılarak taratılan kaynaklar arasından 3D yazıcıların gıda ürünlerinde kullanılması konusu ile ilişkili olan makale ve tezler (28 Mart 2025 tarihli tarama sonuçlarına göre) aşağıda yer alan tablolarda verilmiştir. Çalışma kapsamında toplam 6 adet makale ve tez incelenmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan doküman inceleme yöntemine göre, 3D yazıcıların gıda üretiminde kullanımına ilişkin 4 tanesi 2020-2024 ve 2 tanesi 2019 yılına ait olmak üzere toplamda 6 adet kaynak elde edilmiştir. Elde edilen kaynakların tümü incelemeye tabi tutulmuş olup yayın yerine göre sınıflandırılarak Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Çalışmaların Yayın Yerlerine Göre Dağılımı

Çalışmanın Yayın Yeri	**3D Yazıcıların Gıda Üretiminde Kullanımına İlişkin Yapılan Çalışma Sayısı**
YÖK Tez Merkezi	3
Dergipark	3
Toplam	6

Tablo 1'e göre YÖK Tez Merkezi ve Dergipark platformunda 3D yazıcıların gıda üretiminde bu konu üzerine yapılan toplam çalışma sayısı 6 olup, bu çalışmalardan 3'ü YÖK Tez Merkezi'nde, diğer 3'ü ise Dergipark platfomunda yayınlanmıştır.

Konu ile ilgili yazılmış olan ve YÖK Tez Merkezi'nde yayınlanan tezler; yayın yılına, yayın türüne, çalışmadan elde edilen ürüne, çalışmanın ana amacına ve temel bulgularına göre sınıflandırılarak Tablo 2'de verilmiştir. Çalışmalar yayın yılına göre sıralandırılmıştır.

Tablo 2. 3D Yazıcıların Gıda Üretiminde Kullanımına İlişkin YÖK Tez Merkezi'nde Yer Alan Çalışmalar

Yazar/lar ve Yıl	**Yayın Türü**	**Elde Edilen Ürün**	**Çalışmanın Ana Amacı**	**Çalışmanın Temel Bulguları**
Bulut, 2019	Yüksek lisans tezi	Fonksiyonel tavuk eti	Bu çalışmanın ana amacı ekstrüzyon temelli üç boyutlu gıda yazıcısı ile fonksiyonel tavuk eti ürünü üretimi gerçekleştirmektir.	Tavuk eti ürünü üretimine ait formülasyon hazırlanırken %0, %1 ve %2 oranlarında jelatin kullanılmıştır. Elde edilen ürünler sonucunda ideal jelatin oranı %1.79 olarak belirlenmiştir. Üç boyutlu yazıcı ile yazdırılan ürünlere ait görünüş, renk, koku, lezzet, tekstür ve genel beğeni açısından yapılan değerlendirmeler neticesinde, %1.79 jelatin içeren örneklerin kontrol örneğine kıyasla oldukça yüksek puanlar aldığı belirlenmiştir.

Özdemir, 2022	Yüksek lisans tezi	Vejetaryen burger	Bu çalışmada, bezelye proteini, chia müsilajı bazlı emülsiyon jel ve mercimek kullanılarak geliştirilmiş olan vejetaryen burgerlerin ekstrüzyon temelli 3D baskı teknolojisiyle üretilmesi amaçlanmaktadır.	Elde edilen formülasyona %1.81 oranında chia müsilajı bazlı emülsiyon jel ilave edilmesiyle birlikte hamurun viskozitesinin artması sağlamıştır. Böylece ürünün 3D baskı işlemi esnasında daha kolay bir şekilde ekstrüde edilmesi mümkün olmuş ve sonucunda istenilen 50 mm çap, 10 mm yükseklik gibi özelliklere sahip, burger şekline yakın bir form elde edilmiştir. Ürünlerin iç dolgu oranları arttırıldıkça, sertlik değerlerinde düşüş gözlemlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular sonucunda, chia müsilajı ilavesi sayesinde 3D vejetaryen burgerlerin kalite özelliklerinin iyileştiği gözlemlenmiştir. Yapılan optimizasyon çalışması sonucunda uygun iç dolgu oranı %97 olarak belirlenmiştir. 3D yazıcılarda iç dolgu oranının artmasıyla beraber ürünlerin baskı sürelerinin de uzadığı görülmektedir. Bu sonuç, verimli üretimin gerçekleşebilmesi adına aşılması gerekli olan bir engel olarak belirtilmiştir.
Demircan, 2023	Doktora tezi	Yazdırılabilir ve işlevsel vegan et analoğu	Bu çalışmada, şırınga-pompa mekanizmasına sahip ekstrüzyon temelli 3D gıda yazıcı ile yazdırılabilir, işlevsel bir vegan et analoğu üretilmesi amaçlanmaktadır.	Çalışma kapsamında bezelye ve soya proteinine ek olarak 3 çeşit mantar (Kanlıca, reişi ve istiridye) ilavesi ile hazırlanan et analoğu formülasyonları geliştirilmiş olup, mantar ilavesi yapılan et analoglarının sertlik (hardness), bükülme direnci (stiffness), esneklik ve çiğnenebilirlik özellikleri azalmış, sululuğu artrmıştır. Aynı zamanda mantar, elde edilen ürünün besin değerini ve umami amino asitlerin salınımını arttırarak toplam kabul edilebilirliğin artmasına katkı sağlamıştır. Yapılan çalışmaya göre mantarların 3D yazdırılabilir bitki temelli et analoglarını hazırlamak için kullanılabilecek potansiyel bir seçenek olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 3. 3D Yazıcıların Gıda Üretiminde Kullanımına İlişkin Dergipark Platformunda Yer Alan Çalışmalar

Yazar/lar ve Yıl	Yayın Türü	Elde Edilen Ürün	Çalışmanın Ana Amacı	Çalışmanın Temel Bulguları
Yaprak Aydın, Kılıç ve Tekin, 2019	Araştırma makalesi	Yaratıcı şekillerde lokum ve çikolata	Bu çalışma kapsamında geliştirilen itici ve döner mekanizmaya sahip ekstrüzyon temelli 3D yazıcı aracılığıyla yaratıcı şekillerde çikolata ve lokumdan elde edilen üç boyutlu gıdaların üretilebilmesi hedeflenmiştir.	Yarı viskoz özelliğe sahip olan lokum ve çikolatanın baskı esnasında üründe meydana gelen çökelme veya yığılma oluşumu ve ürünün donması ile birlikte ekstrüder ucunda tıkanmaya sebep olduğu görülmüş, bu durumun ise doğru baskı hızının yapılamamasına, zemin tutuş sorununa ve son ürünün yüzeyinde oluşan gözenek yapısına sebep olabileceği belirtilmiş olup potansiyel sorunların engellenmesi için, baskıya uygun olan; sıcaklık, basınç, viskozite, partikül büyüklüğü gibi özelliklerin doğru bir şekilde belirlenmesi gerektiği belirtilmiştir. Çalışmanın sonuçları, 3D gıda yazıcılarının gıda üretiminde kullanılabilecek faydalı bir teknoloji olduğunu göstermektedir. Ayrıca, itici ve döner mekanizmalara dayanan ekstrüder sistemlerin, viskoz gıda üretiminde etkin bir şekilde kullanılabileceği ifade edilmiştir.

Yatmaz, 2023	Araştırma makalesi	Karides unlu atıştırmalık	Bu çalışma ile ekstrüzyon bazlı 3D gıda yazıcısı kullanılarak karides unu katkılı, tahıl bazlı ve sağlıklı atıştırmalıkların üretilmesi yoluyla karides tüketiminin artırılması hedeflenmektedir.	Yapılan analizlere göre, kullanılan karides unu oranı, su sıcaklığı gibi etmenlerin hamurun sertliği, kıvamı ve iç yapışkanlığı üzerinde önemli olduğu, viskozite indeksinin ise yalnızca karides unu oranından etkilendiği tespit edilmiştir. 3D yapı analizlerinin sonucunda, dış çap hata oranına etki eden değişkenlerin öneminin bulunmadığı tespit edilmiştir. Ancak, iç çap hata oranı üzerinde buğday unu/mısır unu oranı, eklenilen suyun sıcaklığı ve şekil doluluk oranının önemli etkileri olduğu saptanmıştır. Ayrıca, karides unu miktarı, su sıcaklığı, buğday unu/mısır unu oranı ve şekil doluluk oranının ürünlerin toplam hata oranı üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Yapılan çalışma kapsamındaki araştırmalar sonucunda, karides unu ilave edilmiş sağlıklı atıştırmalıkların üretiminde 3D gıda yazıcısında ürün yazdırmaya olanak sağlayabilecek en ideal formülasyon belirlenmiştir. Elde edilmiş, üretime en elverişli ürünlerin yazdırılmasının ardından gerçekleştirilen pişirme uygulaması sonucunda ürünlerin üç boyutlu formunu koruduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgular, benzer yöntemler kullanılarak 3D gıda yazıcısında yazdırılabilecek formülasyonların oluşturulabileceğini göstermektedir. Ayrıca, değerlendirme neticesinde su ürünleri tüketiminin artırılmasına yönelik yeni alternatif ürünlerin oluşturulmasına ve üç boyutlu gıda yazıcı ile elde edilmek istenen ürünlerin üretimine yönelik parametrelerinin tespit edilmesinin gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Ok ve Yılmaz, 2024	Araştırma Makalesi	Elma ve havuç suyu bazlı sağlıklı atıştırmalıklar	Bu çalışma ile sebze ve meyveleri doğrudan tüketmeyi sevmeyen ve/ veya tekstürlerinden dolayı tüketmekte zorluk çeken kişiler (yaşlılar, yutkunma güçlüğü çekenler) için ekstrüzyon temelli 3D gıda yazıcısı kullanılarak elma ve havuç suyu bazlı, sağlıklı atıştırmalıkların üretilmesi hedeflenmiştir.	Üretilen elma ve havuç suyu jelleri, minimum jelleşme konsantrasyonu olan %5 oranında nişasta kullanılarak elde edilmiştir. %5 nişasta ile elma ve havuç suyu bazlı parçalanmış jeller üretilmiş olup, elde edilen parçalanmış jeller 3D yazıcıda işlenmiştir. Elma ve havuç sularının temel özelliklerinin (tat, bileşim vb.) mümkün olduğunca korunması hedeflenmiş, bu bağlamda jelatörün en düşük konsantrasyonda eklenmesi gerekliliği göz önünde bulundurulmuştur. Duyusal analiz sonuçlarına dayanarak, her iki örneğin genel kabul skorlarının ortalama değerin altında olduğu belirlenmiştir. Her iki ürünün de meyve veya sebze lezzetinin daha belirgin bir şekilde vurgulanmasının, genel beğenilirlik oranını artıracağı öngörülmektedir.

Tablo 2 ve Tablo 3'te verilen çalışmalarda 3D yazıcıların; fonksiyonel tavuk eti, et analogları (vegan burger ve vejetaryen burger), karides unlu atıştırmalık, elma ve havuç suyu bazlı atıştırmalıklar ile yaratıcı şekillerde lokum ve çikolata üretiminde kullanıldığı görülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre 3D yazıcıların gıda üretiminde kullanımında özellikle et analogları ve et ürünlerinin oluşturulmasında başarılı sonuçlar alınsa da çeşitli gıda ürünlerinin üretilmesine yönelik iyileştirmelerin yapılması gerektiği görülmektedir. Çalışmalarda yer alan ve iyileştirilmesi gereken bazı noktalara; iç dolgusu artan ürünün baskı süresinin uzaması, baskı esnasında üründe meydana gelen çökelme veya yığılma oluşumu, ürünün donması ile birlikte ekstrüder ucunda tıkanma görülmesi, bu durumun ise doğru baskı hızının yapılamamasına sebebiyet vermesi, son ürünün yüzeyinde oluşan ve istenmeyen gözenek yapısı, çeşitli ürünlerin pişirme aşamalarından sonra ürünün şeklinde görülen bozulmalar ve ürün bazlı formülasyonların geliştirilmesinin gerekliliği vb. örnek olarak verilebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışma kapsamında yer alan tablolarda 3D yazıcıların gıda ürünlerinde kullanımı üzerine yapılan yayınlar (araştırma makaleleri, yüksek lisans ve doktora tezleri) incelenmiştir. Konu ile ilgili YÖK Tez Merkezi ve Dergipark platformunda yayınlanan çalışma sayısı 6'dır (Tablo 1). Çalışma sayısının az olması dolasıyla ilgili konuda AR-GE çalışmalarının yaygınlaştırılması, farklı disiplinler ile ortaklaşa çalışarak yazıcılar ile ürün formülasyonlarının geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Yapılan çalışmalara bakıldığında pişirme sonrası üründe görülen şekil kayıpları, pürüzlü yüzey, çökelme, baskı esnasında ürünün donması vb. sorunlara ilişkin çözüm önerileri geliştirmek adına mevcut ürün reçetelerinde iyileştirmeler yapılabileceği ya da 3D baskıya uygun olan yeni reçeteler geliştirilebileceği öneriler arasındadır. 3D gıda yazıcıları, yutma güçlüğü çeken bireyler için yumuşak yapıda alternatif ürün üretimine katkı sağlamakta, çocukların sebze-meyve, peynir gibi ürünleri tüketmesi için eğlenceli şekillerde ürün üretimini mümkün kılmakta, kişileştirilebilir gıda ürünlerinde farklı yapıların elde edilmesini kolaylaştırmaktadır. Yapılan çalışmaların sonuçlarına bakıldığında, 3D yazıcıların Gastronomi alanında kullanım potansiyelinin yüksek olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

Aldanmaz Aksan, E. ve Sever, R. (2017). Gıdaların Dizaynında 3 Boyutlu Yazıcı Teknolojisi Uygulamaları. *19. Akademik Bilişim Konferansı*, 1-8. Aksaray Üniversitesi, Aksaray.

Bulut, E. G. (2019). Üç Boyutlu (3B) Gıda Yazıcısı Kullanılarak Fonksiyonel Tavuk Eti Ürünü Üretimi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Coşkun, F., Bakkalbaşı, E. & Cavidoğlu, İ. (2018). The Current Status, Development and Future Aspects of 3D Printer Technology in Food Industry. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 2(3), 66-73.

Çatlak, Ş., Tekdal, M. ve Baz, F. (2015). Scratch Yazılımı ile Programlama Öğretiminin Durumu: Bir Doküman İnceleme Çalışması. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 4(3), 13-25.

Değerli, C. ve El, S. N. (2017). Üç Boyutlu (3D) Yazıcı Teknolojisi ile Gıda Üretimine Genel Bakış. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 5(6), 593–599.

Demircan, E. (2023). 3D Gıda Yazıcısı Geliştirme ve Mantarların Bitkisel Bazlı Yeni Ürün Geliştirme Çalışmaları Kapsamında 3D Yazıcıda Kullanımı. Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Güner, D. ve Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi Alanındaki Teknolojik Gelişmelere Yönelik Bir Değerlendirme: Dijital Gastronomi. *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.

In, J., Jeong, H., Song, S., & Min, S. C. (2021). Determination of Material Requirements for 3D Gel Food Printing Using a Fused Deposition Modeling 3D Printer. *Foods*, 10(10), 2272.

Jonkers, N., Van Dommelen, J.A.W. Geers, M. G. D. (2022). Anisotropic Mechanical Properties of Selective Laser Sintered Starch-Based Food. *Journal of Food Engineering*, 318, 1-9.

Lipton, J., Arnold, D., Nigl, F., Lopez, N., Cohen, D., Norén, N., & Lipson, H. (2010). Multi-Material Food Printing with Complex Internal Structure Suitable for Conventional Post-Processing. *21st Annual International Solid Freeform Fabrication Symposium - An Additive Manufacturing Conference*, Austin, TX, United States.

Meral, H. ve Demirdöven, A. (2021). Gıdanın Özelleştirilmesi ve Detaylandırılmasında Üç Boyutlu (3D) Yazıcının Kullanımı. *Gıda*, 47(1), 91-106.

Ok, S. ve Yılmaz, E. (2024). Üç Boyutlu (3D) Baskı Tekniğiyle Elma ve Havuç Suyu Bazlı Ürünlerin Üretimi ve Karakterizasyonu. *Gıda*, 49(4), 714-729.

Özdemir, G. (2022). Üç Boyutlu (3D) Boyutlu Gıda Yazıcısı Kullanılarak Vejetaryen Burger Köftesi Üretimi. Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Pitayachaval, P., Sanklong, N., & Thongrak, A. (2018). A Review of 3D Food Printing Technology. *MATEC Web of Conferences*, 213, 1-5.

Sun, J., Peng, Z., Zhou, W., Fuh, J.Y.H., Hong, G.S., Chiu, A. (2015). A Review on 3D Printing for Customized Food Fabrication. *Procedia Manufacturing*, 1, 308-319.

Yaprak Aydın, H., Kılıç, A. ve Tekin, A. R. (2019). Geleneksel Türk Gıdalarının 3B Yazıcı ile Yazdırılması. *International Journal of 3D Printing Technologies and Dijital Industry*. 3 (1), 1-10.

Yatmaz, H. A. (2023). Karides Unlu Atıştırmalık Üretiminde 3D Gıda Yazıcısı Kullanımı: Yazdırma Parametreleri ve Formülasyonun Optimizasyonu. *Akademik Gıda*, 21(3), 243-253.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ VE GIDA GÜVENLİĞİ: SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM ÇÖZÜMLERİ

Esra ÖZCANLAR
Nişantaşı Üniversitesi, Lisanüstü Eğitim Enstitüsü
ORCID: 0009-0006-2308-4683

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, iklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkilerini inceleyerek, sürdürülebilir tarım uygulamalarının gıda güvenliğine katkılarını ortaya koymaktır. Çalışmada, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğin birlikte değerlendirilmesi hedeflenmiştir.

Bu araştırma, literatür taraması yöntemiyle yürütülmüştür. Ulusal ve uluslararası akademik yayınlar, raporlar, veri setleri ve bilimsel araştırmalar sistematik biçimde incelenmiştir. Konuyla ilgili önceki çalışmaların karşılaştırmalı analizi yapılarak sürdürülebilir tarım uygulamalarının iklim değişikliği ve gıda güvenliği bağlamındaki etkileri değerlendirilmiştir. Veriler, tematik analiz yöntemiyle sınıflandırılmış; enerji kullanımı, su yönetimi, teknoloji kullanımı ve genetik çeşitlilik gibi temel temalar altında bulgular yapılandırılmıştır. Bu yöntemle, sürdürülebilir tarımın çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları bütüncül bir yaklaşımla ele alınmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan incelemelerde, sürdürülebilir tarım uygulamalarının hem çevresel sürdürülebilirliğe hem de tarımsal üretimin devamlılığına olumlu katkı sağladığı belirlenmiştir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı karbon ayak izini azaltmakta; modern sulama teknikleri su tasarrufunu artırmakta; hassas tarım teknolojileri verimliliği desteklemektedir. Yerel tohumların korunması ve genetik çeşitliliğin artırılması, iklim değişikliğine karşı direnci güçlendirmektedir. Ayrıca, eğitim ve teknolojiye erişimin çiftçilerin uyum kapasitesini artırdığı görülmektedir. Bu bulgular, sürdürülebilir tarımın hem üretici hem de tüketici açısından kritik rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Araştırma bulguları, sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasının gıda güvenliği açısından stratejik bir zorunluluk olduğunu göstermektedir. İklim değişikliğine karşı tarımın dayanıklılığını artırmak, çevresel etkileri azaltmak ve üretim süreçlerini sürdürülebilir kılmak, gelecekteki krizlerin önlenmesinde kilit öneme sahiptir. Eğitim programları, teknoloji destekleri ve uluslararası iş birlikleri ile çiftçilerin bilinç düzeylerinin artırılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Agroekoloji, Gıda Güvenliği, İklim Değişikliği, Sürdürülebilir Tarım, Yenilenebilir Enerji.

CLIMATE CHANGE AND FOOD SECURITY: SUSTAINABLE AGRICULTURE SOLUTIONS

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the effects of climate change on agriculture and to reveal the contribution of sustainable agricultural practices to food security. In the study, it is aimed to evaluate environmental and economic sustainability together.

This research was conducted by literature review method. National and international academic publications, reports, data sets and scientific researches were systematically analysed. The effects of sustainable agricultural practices in the context of climate change and food security were evaluated by comparative analysis of previous studies on the subject.

The data were classified by thematic analysis method and findings were structured under basic themes such as energy use, water management, technology use and genetic diversity. With this method, the environmental, economic and social dimensions of sustainable agriculture were addressed with a holistic approach.
In the analyses conducted within the scope of the study, it was determined that sustainable agricultural practices contribute positively to both environmental sustainability and the continuity of agricultural production. The use of renewable energy sources reduces carbon footprint; modern irrigation techniques increase water saving; precision agriculture technologies support productivity. Preserving local seeds and enhancing genetic diversity strengthen resilience to climate change. Moreover, training and access to technology seem to increase the adaptive capacity of farmers. These findings reveal that sustainable agriculture plays a critical role for both producers and consumers.
Research findings show that the dissemination of sustainable agricultural practices is a strategic imperative for food security. Increasing the resilience of agriculture against climate change, reducing environmental impacts and making production processes sustainable are key to preventing future crises. Awareness levels of farmers need to be raised through training programmes, technology support and international cooperation.
Keywords: Agroecology, Food Security, Climate Change, Sustainable Agriculture, Renewable Energy.

GİRİŞ

İklim değişikliği, küresel ölçekte ekosistemler üzerinde ciddi baskılar oluşturarak tarımsal üretim sistemlerini giderek daha fazla tehdit etmektedir. Tarımsal faaliyetler, iklimsel değişimlere oldukça duyarlıdır. Sıcaklık artışları, yağış rejimlerindeki düzensizlik ve sıklaşan aşırı hava olayları gibi faktörler, üretim süreçlerinde verim kayıplarına neden olmakta; bu durum özellikle gelişmekte olan ve tarıma dayalı toplumlarda gıda güvenliği sorunlarını derinleştirmektedir. Gıda üretiminde yaşanan bu dengesizlikler, besin kaynaklarının azalmasına ve tarımsal ürün fiyatlarının artmasına yol açarak düşük gelirli kesimler için gıdaya erişimi daha da zorlaştırmaktadır (Brás et al., 2021; Dellal, 2008).
Gıda güvenliği, bireylerin yeterli, güvenli ve besleyici gıdaya sürekli erişimini sağlayan çok boyutlu bir kavramdır. Ancak iklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkileri, bu erişimi doğrudan tehdit etmektedir. Bu nedenle, küresel tarım politikalarının iklim değişikliğine uyum sağlayacak şekilde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde tarımsal üretimin büyük ölçüde iklim koşullarına bağımlı olması, sürdürülebilir gıda üretimi için ciddi bir kırılganlık oluşturmakta; tarım sistemlerinin değişen iklim koşullarına karşı dayanıklılığını artırma gerekliliğini doğurmaktadır (Eliş, 2023).
Bu bağlamda sürdürülebilir tarım uygulamaları, hem çevresel sürdürülebilirlik hem de gıda tedarik zincirlerinin devamlılığı açısından kilit rol oynamaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının (güneş ve rüzgar gibi) tarımsal üretime entegre edilmesi, karbon ayak izini azaltmakta ve enerji maliyetlerini düşürerek üreticilerin ekonomik sürdürülebilirliğini desteklemektedir (Schlenker et al., 2006; Mollavelioğlu, 2009). Modern sulama teknikleriyle suyun verimli kullanılması, iklim değişikliği nedeniyle artan kuraklık riskine karşı tarım sektörünün direncini güçlendirmektedir (Bock, 2012).
Tarımda kullanılan sensör tabanlı uygulamalar, veri analitiği ve hassas tarım teknolojileri; üretim süreçlerinin çevresel koşullara daha hızlı ve etkili uyum sağlamasına olanak tanımaktadır (Eştürk & Ören, 2014). Bununla birlikte, yerel tohum çeşitlerinin korunması ve genetik çeşitliliğin artırılması da iklim değişikliğine dayanıklı üretim sistemlerinin oluşturulmasında önemli stratejilerdir (Buzbaş, 2010).

Organik tarımın yaygınlaştırılması ise hem çevresel etkileri azaltmakta hem de kimyasal kullanımını sınırlayarak ekolojik dengeyi korumaktadır (Arıkan & Tozkoparan, 2022).
Tüm bu uygulamaların başarılı bir şekilde hayata geçirilmesi için çiftçilerin bilgi, beceri ve teknolojiye erişimi büyük önem taşımaktadır. Eğitim ve kapasite geliştirme programları aracılığıyla iklim değişikliğine uyum kapasitelerinin artırılması, sürdürülebilir tarım politikalarının etkili biçimde uygulanmasını kolaylaştıracaktır (Kıckık, 2023). Ayrıca, bu süreçte uluslararası düzeyde yapılacak iş birlikleri ve ortak tarım politikaları, gıda güvenliğini küresel ölçekte sağlamaya katkı sunacaktır (Mahmoud, 2017).
İklim değişikliğiyle mücadelede tarım sektörünün rolü giderek daha belirgin hale gelmektedir. Araştırma bulguları, sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasının yalnızca üretimin sürekliliğini sağlamakla kalmayıp, uzun vadede gıda güvenliğini teminat altına almak için stratejik bir zorunluluk olduğunu ortaya koymaktadır (Yıldız, 2015).
Bu çalışma, iklim değişikliğinin tarımsal üretim ve gıda güvenliği üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemeyi, bu etkilerle mücadelede sürdürülebilir tarım çözümlerinin rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. İklim değişikliği, artan sıcaklıklar, değişen yağış desenleri, kuraklık, sel gibi aşırı hava olaylarının sıklığı ve şiddetindeki artışlarla tarımsal üretim süreçlerini doğrudan etkilemektedir (Kıckık, 2023: 29). Bu değişiklikler, tarım sektörü üzerinde hem ekonomik hem de ekolojik açıdan olumsuz sonuçlar doğurmakta, özellikle hassas bölgelerde gıda güvenliğini tehdit etmektedir. Çalışmanın temel amacı, iklim değişikliğine uyum sağlamada sürdürülebilir tarım uygulamalarının etkinliğini analiz ederek, tarımsal üretimin sürdürülebilirliği ve gıda güvenliğinin sağlanmasına yönelik somut öneriler sunmaktır. Bu bağlamda, yenilikçi tarım teknolojilerinin, enerji verimliliği sağlayan yenilenebilir enerji kaynaklarının, toprak ve su yönetimi stratejilerinin, biyoçeşitliliği koruma ve artırma yöntemlerinin sürdürülebilir tarımdaki katkıları detaylı bir şekilde ele alınmıştır.
Çalışma, küresel bir kriz haline gelen iklim değişikliğinin etkilerini tarım ve gıda güvenliği bağlamında ele alarak, bu konuda teorik katkı sağlamayı hedeflemektedir. Gıda güvenliği, bir ülkenin ekonomik istikrarı ve toplum sağlığı açısından hayati bir öneme sahiptir (Yıldız, 2015: 42). İklim değişikliği kaynaklı çevresel bozulmalar, tarımsal üretim süreçlerini tehdit etmekte, su kaynaklarının azalmasına, toprak verimliliğinin düşmesine ve ürün desenlerinde değişikliklere yol açmaktadır (Pezikoğlu, 2006: 31). Bu durum, tarımsal üretime dayalı ekonomilerde sosyo-ekonomik sorunları da beraberinde getirmektedir. Çalışmanın önemi, bu sorunların çözümüne yönelik sürdürülebilir tarım uygulamalarını detaylı bir şekilde ele almasında yatmaktadır. Tarımsal üretimde sürdürülebilirliğin sağlanması, yalnızca gıda güvenliğini teminat altına almakla kalmayıp, aynı zamanda çevresel etkilerin azaltılmasına ve doğal kaynakların korunmasına da katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, çalışma, sürdürülebilir tarım uygulamalarının yaygınlaştırılmasının gerekliliğini vurgulayarak, politika yapıcılar, araştırmacılar ve çiftçiler için rehber niteliği taşımaktadır.
Bu çalışma, aşağıdaki temel araştırma sorularına yanıt aramayı amaçlamaktadır:

1. İklim değişikliğinin tarımsal üretim ve gıda güvenliği üzerindeki etkileri nelerdir?
2. Sürdürülebilir tarım uygulamaları, tarımsal üretimin iklim değişikliğine uyum sağlamasında ne kadar etkilidir?
3. Tarım sektöründe yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından nasıl bir katkı sağlamaktadır?
4. Modern tarım teknolojileri ve veri analitiği gibi yenilikçi uygulamalar, gıda güvenliğinin sağlanmasına nasıl katkıda bulunmaktadır?
5. Su yönetimi, toprak koruma ve biyoçeşitlilik gibi alanlarda sürdürülebilir tarım çözümlerinin uygulanabilirliği ve etkinliği nasıl değerlendirilebilir?

Bu sorulara yanıt arayarak, çalışma, tarımsal üretim süreçlerinin iklim değişikliğine uyum sağlaması için gereken önlemleri ve stratejileri belirlemeyi hedeflemektedir. Soruların yanıtlanması, sürdürülebilir tarım uygulamalarının benimsenmesine yönelik farkındalık yaratılması açısından önemlidir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışma, literatür taraması yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Ulusal ve uluslararası düzeyde yayımlanmış akademik makaleler, raporlar, politika dokümanları ve saha çalışmalarına dayalı bir analiz yapılmıştır. Literatürdeki veriler, iklim değişikliği, gıda güvenliği ve sürdürülebilir tarım uygulamalarına dair kapsamlı bir anlayış geliştirilmesine olanak tanımıştır. Bu yöntem, mevcut bilgi birikiminin sistematik bir şekilde derlenmesini ve değerlendirilmesini sağlamıştır. Sürdürülebilir tarım uygulamalarına ilişkin başarılı örnekler ve bu uygulamaların sonuçları analiz edilerek, bu alandaki fırsatlar ve zorluklar belirlenmiştir. Literatür taraması sırasında, yenilikçi tarım teknolojileri, yenilenebilir enerji kaynaklarının tarımda kullanımı, su yönetimi stratejileri ve biyoçeşitlilik gibi konulara öncelik verilmiştir. Çalışmada elde edilen veriler, iklim değişikliğine uyum sağlamak ve gıda güvenliğini teminat altına almak için geliştirilen politikaların etkinliğini değerlendirmek amacıyla kullanılmıştır. Literatürden elde edilen bulgular, iklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkilerini ve sürdürülebilir tarım uygulamalarının bu etkiler karşısındaki rolünü ortaya koymuştur. Çalışmanın yöntemi, bilimsel veriler ışığında somut ve uygulanabilir önerilerin geliştirilmesini mümkün kılmıştır. Bu bağlamda, çalışma, tarımsal üretimin sürdürülebilirliğini artırmak için önerilen stratejilerin uygulanabilirliğini değerlendirmiştir.

BULGULAR

Parry et al. (2004) yaptığı çalışmada küresel iklim değişikliği senaryolarının tarımsal üretime yönelik etkilerini değerlendirmektedir. Üretim modelleri ve sosyoekonomik göstergeler eş zamanlı incelenmiştir. Araştırma, farklı iklim senaryoları altında oluşabilecek gıda arz-talep dengesizliklerini ortaya koymakta ve iklim değişikliği kaynaklı ısı yükselişleri, yağış düzenlerindeki farklılıklar ve aşırı hava olayları temel parametreler olarak ele alınmaktadır. Tarımsal verim düşüşleri ve fiyat artışları gıda güvenliğine yönelik riskleri büyütmekte ve özellikle yetersiz kaynaklara sahip bölgeler kırılganlığın arttığı alanlar olarak tanımlanmaktadır. Modeller, SRES emisyon senaryolarına göre alternatif sonuçlar sunmaktadır. Üretim maliyetlerindeki yükseliş, küresel ticaretin yönünü etkileyebilmekte. Yüksek sera gazı salınımı içeren senaryolarda gıda erişiminde ciddi azalmalar göze çarpmaktadır. Bölgesel adaptasyon politikaları ve teknolojik iyileştirmeler risk yönetimini kolaylaştırmakta ve uzun vadeli tarım planlamalarında iklim değişikliğiyle bütüncül mücadele stratejilerinin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Pezikoğlu (2006) yaptığı çalışmada sürdürülebilir tarım uygulamalarının Türkiye tarım politikaları içindeki yerine odaklanmaktadır. Araştırma, ulusal düzeyde benimsenen stratejilerin doğal kaynakların korunmasındaki rolünü irdelerken üreticilerin tutumlarını incelemektedir. Modern sulama teknikleri ve organik gübre kullanımının yaygınlaşmasına yönelik engeller belirlenmekte. Elde edilen veriler, tarımsal üretimin çevre dostu yöntemlerle sürdürülmesinin uzun vadede hem ekonomik hem ekolojik yarar getirdiğini göstermektedir. Arazi kullanım planlamasında bilim temelli yaklaşımların benimsenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. İklim değişikliğinin etkileriyle başa çıkmak için yenilikçi teknolojilere yapılan yatırımların artırılması önerilmektedir. Politikaların sahadaki karşılığı üreticilerin bilinç düzeyiyle doğrudan ilişkili kabul edilir. Girdi maliyetlerinin düşürülmesi ve pazarlama olanaklarının geliştirilmesi sürdürülebilirliği teşvik edilir.

Kamu kurumları, üniversiteler ve özel sektör arasında kurulacak iş birlikleri başarı oranını yükseltmekte ve bu bağlamda çalışma, Türkiye ölçeğinde sürdürülebilir tarımın uygulanabilirliğini artırmak için karar mekanizmalarına yol gösterici öneriler sunmaktadır.

Pretty et al. (1996) yaptığı çalışmada sürdürülebilir tarım uygulamalarının gıda üretimine olan etkileri incelenmektedir. Üretim sistemlerinin çevre dostu dönüşümü, gıda güvenliği ve kırsal kalkınma bağlamında ele alınmıştır. İlaç ve sentetik gübre kullanımındaki azalmalar, doğal kaynakların korunmasına katkı sağlamaktadır. Elde edilen sonuçlar, küçük ölçekli aile çiftçiliğinin desteklenmesi halinde bölgelerin kendi kendine yeterliliğinin güçleneceğini göstermekte ve doğal döngüler üzerine inşa edilen üretim yöntemleri toprak kalitesini iyileştirmektedir. Biyolojik çeşitlilik, zararlıların kontrolünde kimyasal kullanma ihtiyacını azaltmaktadır. Eğitim programları ve yerel kooperatifler üreticilerin bilgiye erişimini kolaylaştırmaktadır. Verimli toprak yönetimi uygulamaları maliyetleri düşürmektedir. Su kaynaklarının planlı kullanımı kurak dönemlerde dahi ürün kaybını sınırlar. Çalışma, sürdürülebilir tarım ile teknolojik yeniliklerin entegre edildiği durumlarda üretimin nitelik ve nicelik olarak artabileceğini işaret etmekte ve geniş ölçekli yayım faaliyetlerinin kalkınma politikalarında yer alması önerilmektedir.

Raza et al. (2019) yaptığı çalışmada iklim değişikliğiyle bağlantılı ısı artışı, düzensiz yağış ve aşırı hava olaylarının tarımsal üretime yansıyan olumsuz yönleri değerlendirilmektedir. Bitki adaptasyonu ve dayanıklı çeşit geliştirilmesi konuları öncelikli başlıklar arasında yer almaktadır. Üretim maliyetleri, hastalık riskleri ve su kaynaklarının verimliliği irdelenmekte. Araştırma, mevcut koşullarda uygulanabilecek uyum stratejilerini sınıflandırmaktadır. Hibrit çeşitlerin kullanımı ve toprak yönetiminin iyileştirilmesi öncelikli öneriler arasında sunulmaktadır. Genetik çeşitliliği yüksek tohumların benimsenmesi iklim baskılarına karşı esneklik sağlamaktadır. Kuraklık, tuzluluk ve yüksek sıcaklığa dayanan bitkiler gelir istikrarına olumlu etki yapmaktadır. Veriye dayalı karar alma mekanizmaları hastalık ve zararlıların yayılmasını azaltmaktadır. Aynı zamanda yenilenebilir enerjinin entegrasyonu işletmelerin karbon ayak izini hafifletmektedir. Saha deneyleri gelecekteki planlamalara ışık tutarken sürdürülebilir tarım metotlarının uygulanabilirliği artmaktadır.

Richter ve Semenov (2005) yaptığı çalışmada iklim değişikliğinin İngiltere ve Galler'de buğday üretimi üzerindeki etkileri modellenmektedir. Mevcut üretim desenleri ve iklim senaryoları bir arada ele alınmaktadır. Araştırma, olası kurak dönemlerin ürün verimini nasıl düşüreceğini matematiksel simülasyon teknikleriyle ortaya koymaktadır. Orta ve uzun vadeli projeksiyonlar, su stresinin yoğun yaşandığı bölgelerde daha belirgin kayıplar yaşanacağına işaret etmekte ve tarımsal verimlilikteki düşüş gıda fiyatlarının yükselmesine neden olmaktadır Adaptasyon stratejileri arasında geliştirilen yeni tohum çeşitleri ile farklı ekim takvimleri önerilmektedir. Toprak işleme metotlarının revize edilmesi verim kaybını sınırlandırabilmektedir. Sulama altyapısının yenilenmesi tarımsal istikrarı artırmaktadır. Çalışma, politika yapıcılara iklimsel belirsizliklerin hafifletilmesi için uzun soluklu planlar yapma çağrısında bulunmaktadır. Bütünleşik yaklaşımların benimsenmesi hem çevresel hem ekonomik sürdürülebilirlik açısından gerekli görülmektedir.

Rosenzweig et al. (2014) yaptığı çalışmada 21. yüzyıl boyunca tarımsal risklerin artacağını vurgulamaktadır. Farklı modellerle üretilen projeksiyonlar gelecekte yaşanabilecek verim azalışlarını göz önüne sermektedir. Aşırı hava olayları ve ısı dalgaları bitki yetiştirme dönemlerini kısaltmaktadır. Sonuçlar, üretim planlamasında iklim faktörlerinin dikkate alınması gerektiğini belirtmekte. Ölçek genişledikçe küresel ticaret dengeleri de etkilenmektedir. Araştırma, adaptasyon politikalarının uygulamaya geçirilmesinde hükümetlere rehber niteliği taşımaktadır. Teknolojinin yerinde ve doğru kullanımıyla su ve toprak yönetimi optimize edilebilmektedir.

Modellerde üretici eğilimleri ve ekonomik parametreler de dikkate alınmaktadır. Stok yönetimi ve lojistik altyapının güçlendirilmesi kriz dönemlerinde stratejik önem kazanmaktadır. Geliştirilen senaryolar genetik gelişmelerin artan sıcaklık stresine uyum sağlayabileceğini göstermektedir. Ortaya konulan veriler sürdürülebilir tarım tekniklerinin aciliyetini bir kez daha gündeme getirmektedir.

Salicik ve Yıldırım Kumral (2017) yaptığı çalışmada Bursa kentinde yaşayan tüketicilerin güvenilir gıda tüketimindeki tutumları incelenmektedir. Araştırma, kentsel nüfusun ne kadar bilinçli seçimler yaptığını ve hangi faktörlerin tüketim alışkanlıklarını etkilediğini sorgulamaktadır. Anket sonuçları, tüketicilerin büyük bölümünün gıda güvenliği bilincine sahip olduğunu ancak erişim ve fiyat gibi konularda engeller yaşadığını ortaya koymaktadır. Üretim süreçleri ve ürün kalitesi arasındaki bağlantı takip edilmektedir. Güvenilir gıdaya erişim için sertifikasyon sistemleri ve etiket bilgileri önem taşımaktadır. Yapılan değerlendirmeler, tüketicilerin sorumlu tercihleri desteklemesi durumunda yerel üreticilere de katma değer sağlayabileceğini göstermektedir. Farkındalık projelerinin çoğalması taleplerin yükselmesine yardımcı olmaktadır. Medya ve kurumların iş birliği gıda güvenliği konusunun daha geniş kitlelere yayılmasını sağlamaktadır. Sürdürülebilir tarım ve sağlıklı ürün talebi birbirini besleyen iki unsur şeklinde değerlendirilmektedir.

Schlenker et al. (2006) yaptığı çalışmada Amerika Birleşik Devletleri tarım sektöründe küresel ısınmanın etkileri ekonometrik yöntemlerle analiz edilmektedir. İklim parametrelerindeki değişimin ürün verimi ve yetiştirme maliyetleri üzerindeki yansımaları veriye dayalı bir modele oturtulmaktadır. Araştırma, özellikle yüksek sıcaklık eşiğinin aşılması durumunda ciddi kayıplar yaşanacağını savunmakta ve ölçümler, ortalama sıcaklık artışlarının belli bir seviyeyi geçtiğinde ürünlerde telafi edilemeyen hasarlara yol açabileceğini göstermektedir. Ekonometrik model, bölgesel olarak farklılaşan iklim etkilerini ayrı ayrı değerlendirmektedir. Sonuçlara göre, su kaynaklarına erişim, toprak kalitesi ve adaptasyon kapasitesi kritik önem taşımaktadır. Mevcut destek politikalarının gözden geçirilmesi ve çiftçilerin eğitim programlarına katılımı önerilmekte. Araştırma, uyum stratejilerinin yaygın uygulanmaması durumunda ülke genelinde gıda arzında istikrarsızlık yaşanabileceğine işaret etmektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel iklim değişikliği etkileri tarım sektöründe verimlilik kayıplarına yol açmaktadır. Toprak yönetimi ve suyun doğru kullanımı, çevresel sürdürülebilirliği hedefleyen yöntemler arasında yer almaktadır. Erozyonun engellenmesi, organik madde miktarının artırılması ve zararlı popülasyonlarının doğal kontrolü üretim kapasitesini güçlendirmektedir. Modern sulama sistemleri su tüketimini düşürmekte. Damla sulama gibi uygulamalar verimliliği yükseltirken aşırı su kullanımının önüne geçmektedir. Ekim nöbeti yöntemi toprağın yıpranmasını önleyerek bitkisel çeşitliliği korumakta. Doğal gübreleme kimyasal atıkların etkisini azaltmaktadır. Hayvansal kaynaklı materyaller kompostlanarak toprağın besin içeriğini iyileştirmektedir. Ağaçlandırma çalışmaları ve rüzgar perdeleri, toprak kaybına yol açan rüzgar erozyonunu en aza indirmektedir. Yeterli bitki örtüsü karbon depolama kapasitesini yükseltmekte ve sera gazı salınımını düşürmektedir. Rüzgar perdeleri toprağın üst tabakasını korumaktadır. Biyolojik zararlı yönetimi, doğal yırtıcıların desteklenmesi sayesinde zararlıların dengede tutulmasını sağlamaktadır. Kimyasal kullanımının azalması gıda güvenliği için olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının uygulanması, üretim süreçlerinde fosil yakıtlara duyulan bağımlılığı düşürmektedir. Güneş enerjisiyle çalışan sulama sistemleri işletme maliyetlerini azaltmakta. Hayvansal atıkların biyogaza dönüştürülmesi sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemektedir.

Eğitim ve farkındalık programları çiftçilerin iklim dostu tekniklere yönelmesini kolaylaştırmakta. Kırsal ekonomiyi canlı tutan yöntemler gelecek nesillerin gıda teminini güvence altına almaktadır.

Organik tarım uygulamaları kimyasal girdileri en aza indirmekte. Bitki besleme ve korunma süreci doğal döngüleri dikkate alarak yürütülmektedir. Organik gübrelerin kullanılması toprak yapısını geliştirmektedir. Hayvansal atıkların kompost haline getirilmesi besin döngüsüne olumlu etki sağlamakta. Kimyasal gübrelerin oluşturduğu kirlilik ve maliyet yükü organik yöntem sayesinde düşmektedir. Biyolojik zararlı yönetimi zararlı popülasyonlarını doğal denge içinde tutmaktadır. Doğal düşmanların ekosistemde korunması pestisit ihtiyacını azaltmaktadır. Ürün çeşitliliği ve yerel tohumların korunması verimliliği artırmaktadır. Bitki rotasyonu toprağın besin dengesini koruyarak sürdürülebilirliği desteklemektedir. Organik tarım market talebinin yükselmesi üreticileri teşvik etmekte. Tüketici sağlığı organik ürünlere olan ilgiyi artırmaktadır. Sertifikasyon süreçleri kontrol edilebilirlik sunmakta. Su tüketiminde modern sulama metotları kullanılmaktadır. Damla sulama tekniği su tasarrufu sağlamaktadır. Toprak erozyonu organik madde bakımından zengin yapı sayesinde en aza inmektedir. Yerel yönetimlerin teşvikleri çiftçilerin bu modele geçmesini kolaylaştırmakta. Üretim maliyetleri kısa dönemde yüksek görünse de uzun vadede toprak kalitesi ve ekolojik denge açısından kazanç sağlamaktadır. Yerel pazarlarda doğrudan satış üretici geliriyle birlikte toplumsal farkındalığı artırmaktadır. Organik yaklaşım gelecek kuşakların gıda güvenliğini gözeten sürdürülebilir bir tarım modeli sunmaktadır.

Permakültür yaklaşımı doğal ekosistemlerin işleyişini esas alarak tarımsal faaliyetleri yeniden düzenlemektedir. Bitkiler, hayvanlar ve insanlar arasındaki etkileşim sürdürülebilir döngüler oluşturmaktadır. Su hasadı yağmur sularını depolayarak kurak dönemlerde kaynak sağlamaktadır. Hügelkültür uygulaması organik malzemeleri toprak altına yerleştirmesi bitkilerin uzun süre beslenmesine olanak vermektedir. Kimyasal gübre veya pestisit kullanımı en aza inmektedir. Doğal yırtıcılar ve bitki çeşitliliği zararlı nüfuslarını dengelemektedir. Hayvansal atıklar gübre niteliği taşımaktadır. Toprak kalitesi artarken sentetik girdilere duyulan gereksinim azalmaktadır. Enerji verimliliği hedeflenerek yenilenebilir kaynaklara yönelim gözlenmektedir. Güneş enerjisinden elde edilen güç tarım makinelerine destek sunmaktadır. Permakültür alanları rüzgar perdeleri sayesinde erozyonu sınırlandırmaktadır. Çok katmanlı bitki sistemi toprağın nemini korumakta. Farklı ürünleri aynı alanda yetiştirmek toprağın dengesini koruyarak besin ögelerinin çeşitliliğini artırmaktadır. Topluluk temelli eğitim faaliyetleri yerel bilgiyi ve deneyimi paylaşarak permakültürün yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Kırsal ekonomiye can veren model iklim değişikliği ve kaynak kıtlığı karşısında dirençli yapılar oluşturmaktadır. Doğal ekosistemlerin prensiplerini dikkate alan permakültür yöntemi gıda güvencesi açısından büyük potansiyel taşımaktadır.

Toprak ve su yönetimi tarımsal sistemin geleceğini doğrudan etkilemektedir. Yıpranmış ve organik madde yönünden zayıf topraklar verimliliği düşürmekte. Hassas işleme teknikleri toprağı havalandırmakta ve bitki kök gelişimini desteklemektedir. Kompost uygulamaları ve yeşil gübreleme organik madde içeriğini yükseltmektedir. Erozyon riskinin azalması toprağın uzun soluklu kullanımını kolaylaştırmaktadır. Su yönetimi de planlama gerektirmektedir. Modern sulama yöntemleri aşırı tüketimi sınırlamaktadır. Damla sulama toprağa kontrollü su vererek kök bölgesini düzenli biçimde nemli tutmaktadır. Uzaktan algılama ve coğrafi bilgi sistemleri üreticilere ihtiyaca göre sulama imkanı sunmaktadır. Yağmur hasadı kurak dönemlerde su erişimini kolaylaştırmaktadır. Dikey tarım yöntemleri alanın etkin kullanımına katkı vermektedir. Su sirkülasyonu kapalı devre üzerinden yönetilmekte. Toprak mineral dengesini koruyan uygulamalar uzun vadede besin ögelerini sabit tutmakta. Atık suların arıtılarak yeniden kullanımı su kaynaklarının sürdürülebilirliğini güçlendirmektedir.

Yerel yönetimlerin ve kurumların desteği eğitim programlarına yansımaktadır. Bilinçlenen çiftçiler toprak ve su kaynaklarını koruma hedefine katkı sunmaktadır. Kırsal kalkınma projeleriyle desteklenen stratejiler tarımın doğaya uyumlu bir çizgide ilerlemesine imkan tanımaktadır.

Tarımsal atıkların değerlendirilmesi sürdürülebilir tarım için kritik görülmektedir. Üretim sürecinde açığa çıkan bitkisel ve hayvansal kalıntılar kaynak niteliği taşımaktadır. Kompost üretimi organik atıkları doğal gübreye dönüştürmekte. Toprak kalitesine katkı sunan yöntem kimyasal gübrelere duyulan ihtiyacı azaltmaktadır. Biyogaz tesisi atıkları enerjiye çevirmektedir. Çiftliklerde elektrik veya ısınma ihtiyacı bu yolla sağlanmaktadır. Sera gazı emisyonu kontrol altına alınmaktadır. Plastik malzemelerin geri dönüşümü atık yönetiminin önemli ayağı kabul edilmektedir. Ambalaj ve örtü malzemeleri yeniden kullanım imkanı bulmaktadır. Modern makineler bitkisel kalıntıları parçalayıp toprağa karıştırmaktadır. Karbon depolama kapasitesini yükselten yaklaşım erozyon riskini sınırlamaktadır. Su kirliliğinin önlenmesi için kimyasal atıkların yönetimi önem arz etmektedir. Arıtma tesislerinden çıkan temiz sular sulamada değerlendirilerek çevresel fayda sağlamaktadır. Kamu kurumları ve kooperatifler çiftçilerin atık yönetimine ilişkin bilgi düzeyini artırmaktadır. Hibe ve teşvik programları atık dönüştürme tesislerini yaygınlaştırmaktadır. Yerel kalkınmaya katkıda bulunan modeller üreticinin ek gelir elde etmesine yardımcı olmaktadır. Ekolojik dengeye duyarlı tarım faaliyetleri atık yönetimini tamamlayıcı bir aşama olarak görmektedir.

Agroekoloji tarımsal ekosistemleri doğanın işleyişine uyumlu biçimde düzenlemekte. Toprağın ve suyun korunması, zararlı denetimi, biyolojik çeşitliliğin artırılması gibi hedefler ön planda yer almaktadır. Doğal döngüleri esas alan yöntem sayesinde kimyasal maddelere gereksinim düşmektedir. Toprak organik maddesinin artması erozyonu engellemekte ve bitki besin döngüsünü hızlandırmaktadır. Zararlı kontrolünde doğal düşmanlardan yararlanılmaktadır. Monokültür yerine çoklu ürün deseni zararlıların çoğalmasını sınırlamaktadır. Su yönetiminde yağmur suyu depolanmakta ve gerektiğinde bitkilere verilmektedir. Kuraklık baskısı bu yöntemle hafiflemektedir. Biyolojik çeşitlilik agroekolojinin temel unsurları arasında yer almaktadır. Birbirini destekleyen bitkilerin aynı alanda bulunması toprak verimliliğini korumaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının tarıma entegrasyonu enerji tasarrufu sağlamaktadır. Yerel bilgi birikimini destekleyen topluluk projeleri öğrenme sürecine katkı vermektedir. Geleneksel yöntemler modern teknolojilerle harmanlanmaktadır. Atık yönetimi organik materyallerin kompostla değerlendirilmesiyle bütünleşik biçimde gerçekleşmektedir. Azalan kimyasal kullanım ekosistemdeki dengenin korunmasına yardımcı olmaktadır. Ürün kalitesi yükselirken üreticilerin girdi maliyetleri düşmektedir. Agroekolojik model hem üreticiyi hem de tüketiciyi gözeten bir anlayışı temsil etmektedir.

Sürdürülebilir tohum üretimi tarımsal devamlılık ve gıda güvenliği açısından önemlidir. Yerel tohumlar bölge koşullarına uyumlu özellikleriyle dikkat çekmektedir. Korunmaları gelecek nesillerin temel besin kaynaklarını güvence altına almaktadır. Organik yöntemlerle üretilen tohumlar kimyasal kalıntılardan arınmış kabul edilmektedir. Genetik çeşitliliği koruyan yaklaşım iklim değişikliği etkilerine karşı dayanıklı bitkiler elde etmeye yardımcı olmaktadır. Modern laboratuvar teknikleri tohum kalitesini test etmekte. Uygun depolama koşulları çimlenme potansiyelini korumaktadır. Yerel yönetimler ve araştırma kurumları çiftçilere eğitim desteği sunmaktadır. Tohum çoğaltma süreçlerinde zararlı mikroorganizmaların yayılımı engellenmektedir. Toprak analizleri ekim yapılacak alanın gereksinimlerini ortaya koymaktadır. Böylece güçlendirici gübreleme ve sulama planlaması yapılmaktadır. Yerel pazarlar çeşitlilik sunarken bölge ekonomisini de desteklemektedir.

Tohum takas etkinlikleri çiftçilerin kolektif çabasıyla yaygınlaşmaktadır. Genetik çeşitlilik artışı beklenmeyen iklimsel risklere karşı esneklik sağlamaktadır. Kamu teşvikleri yerel tohum kullanımını yaygınlaştırmaktadır. Köy bazında organize edilen tohum üretimi iş birlikleri başarıyı yükseltmektedir. Bilimsel yöntemlerle desteklenen sürdürülebilir tohum üretimi ekosistemin geleceğini korumaktadır.

Teknolojik çözümler tarımda verimliliği ve yönetim kolaylığını artırmaktadır. Coğrafi bilgi sistemleri arazinin niteliklerini haritalamaktadır. Uzaktan algılama teknikleri bitki sağlığını izlemekte ve erken müdahaleye olanak vermektedir. Dijital sensörler sera içi sıcaklık, nem gibi faktörleri sürekli takip etmektedir. İdeal koşulların korunması mümkündür. Dronelar ilaçlama ve gübreleme faaliyetlerini nokta atışı biçimde gerçekleştirmektedir. Üretim maliyetleri azalırken çevre kirliliği riski de düşmektedir. Otomatik sulama sistemleri toprağın nem durumuna göre devreye girmektedir. Su tüketimi planlı biçimde sınırlandırılmaktadır. Yapay zeka analizi zararlı popülasyonlarını tespit ederek kimyasal kullanma gerekliliğini önemli ölçüde düşürmektedir. Mobil uygulamalar çiftçilere hava tahmini, toprak analizi ve piyasa bilgileri sunmaktadır. Planlama hataları ortadan kalkmaktadır. Veri odaklı yaklaşım üreticilerin karar alma süreçlerini geliştirmektedir. Hasat robotları iş gücü maliyetini hafifletmekte. Ürün kaybı engellenmektedir. Yenilenebilir enerji tabanlı düzenekler karbon ayak izini aşağı çekmektedir. Eğitim programları teknolojik yeniliklerin benimsenmesini desteklemektedir. Kooperatifler ve kurumlar çiftçilere cihaz temini konusunda yardımcı olmaktadır. Tarımda teknoloji kullanımı gıda arzını artırmanın yanı sıra doğal kaynakları korumaya da hizmet etmektedir.

Yerel ve topluluk destekli tarım üreticileri ile tüketicileri doğrudan buluşturmaktadır. Çiftçiler ürünlerini ön ödeme sistemi üzerinden satmaktadır. Tüketiciler taze besin kaynaklarına hızlı biçimde ulaşmaktadır. Aracı maliyetinin ortadan kalkması her iki tarafı da memnun etmektedir. Yerel tohumlar ve bölgeye uyumlu çeşitler korunmaktadır. Taşıma mesafeleri kısaldığı için karbon salımı düşmektedir. Dayanışma kültürü üretim riskini topluluk içinde paylaşmaktadır. Kırsal ekonomiye ek katkı sağlanırken kırsal nüfus göçü yavaşlamaktadır. Mevsimsel ürünlerin tüketilmesi doğal dengeyi korumaktadır. Fazla tüketim eğilimi frenlenmektedir. Topluluk üyeleri ekim ve hasat gibi süreçlere katılarak gıdayı yakından tanımaktadır. Farkındalığı yükselten uygulama gıda israfını azaltmaktadır. Küçük ölçekli çiftçilere sürdürülebilir bir gelir kapısı açılmaktadır. Tüketiciler etik ve çevre dostu üretim yapan üreticilere destek vermektedir. Tarla günleri veya hasat şenlikleri sosyal etkileşimi güçlendirmektedir. Yerel yönetimlerin teşvikleri desteği yaygınlaştırmaktadır. Topluluk destekli tarım modeli üretim maliyetlerinde istikrar sağlamaktadır. Uzun soluklu iş birliği gıda güvenliği konusunda umut vermektedir.

Sürdürülebilir enerji kullanımı tarımsal faaliyetlerin doğa dostu sürdürülmesinde öne çıkmaktadır. Güneş, rüzgar ve biyogaz gibi yenilenebilir kaynaklar fosil yakıtların yerine geçmektedir. Güneş panelleri elektrik ihtiyacını karşılamakta ve sulama sistemleri elde edilen enerjiyle çalışarak masrafları azaltmaktadır. Rüzgar tribünleri kırsal alanlarda enerji üretimine imkan tanımaktadır. Ek bir gelir kapısı oluşmaktadır. Biyogaz tesislerinde hayvansal atıklar fermantasyonla gaz haline dönüşmektedir. Isınma veya elektrik elde edilmektedir. Plastik ve organik atıklar geri kazanım süreçlerinde yakıt olarak değerlendirilmektedir. Seracılıkta jeotermal enerji ısıtma maliyetini düşürmektedir. Dört mevsim üretim yapma fırsatı doğmaktadır. Kooperatif düzenleri ortak yatırımla enerji masraflarını bölüşmektedir. Kırsal kalkınmaya ivme kazandıran bir yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Dijital izleme sistemleri anlık tüketimi ölçmektedir. Tasarruf seçeneklerini belirgin hale getirmektedir. Enerji kullanımında verimlilik maliyetleri düşürürken çevresel fayda sağlamaktadır. Resmi kurumların teşvik ve destekleri yenilenebilir enerji yatırımlarını artırmaktadır.

Çiftçiler açısından sürdürülebilir enerji kaynakları uzun vadeli planlar için cazip görülmektedir. Doğal kaynakların korunması tarımsal geleceği garanti altına almaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular iklim dostu yöntemlerin tarımsal üretimi doğayla uyumlu hale getirdiğini göstermektedir. Toprak ve su yönetimi, atıkların yeniden değerlendirilmesi ve enerji kaynaklarının verimli biçimde kullanılması uzun vadede ekolojik dengenin korunmasına katkı sunmaktadır. Organik ve permakültür temelli yaklaşımlar kimyasal girdileri sınırlayarak çiftçilere maliyet avantajı vermektedir. Zararlı kontrolünde doğal düşmanların desteği pestisit kullanımını düşürmektedir. Yerel tohum ve topluluk destekli tarım uygulamaları kırsal ekonomiyi canlandırmaktadır. Modern teknolojiler veri odaklı yönetim imkanı sağlamaktadır. Akıllı sensörler, coğrafi bilgi sistemleri ve dronelar ekim alanlarını hassasiyetle izlemektedir. Kaynak tüketimi planlı gerçekleşmektedir. İklim değişikliği etkileriyle başa çıkmak isteyen üreticiler yenilenebilir enerji seçeneklerini değerlendirmektedir. Güneş, rüzgar veya biyogaz tabanlı sistemlerle işletmeler hem enerji maliyetini düşürmekte hem de karbon salınımını azaltmaktadır. Eğitimin ve kurumlar arası iş birliğinin yaygınlaşması yeni nesil tarım uygulamalarına yönelimi hızlandırmaktadır. Sosyal ve çevresel fayda göz önünde bulundurulduğunda, sürdürülebilir tarımın gelecek kuşakların gıda teminatını korumak adına önemli bir dayanak noktası sunduğu açıktır.

KAYNAKLAR

Brás, T. A., Seixas, J., Carvalhais, N., ve Jägermeyr, J. (2021). Severity of drought and heatwave crop losses tripled over the last five decades in Europe. *Environmental Research Letters, 16*(6), 065012. https://doi.org/10.1088/1748-9326/abf004

Dellal, İ. (2008). Küresel iklim değişikliği ve enerji kıskacında tarım ve gıda sektörü. İGEME'den Bakış, 35, 103–111.

Eliş, S. (2023). Sürdürülebilir tarımda baklagil döngülü ekim nöbetinin konvansiyonel ve düşük girdili koşullarda agronomik, çevresel ve ekonomik etkilerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. (Doktora tezi, Dicle Üniversitesi). Dicle Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü / Tarla Bitkileri Ana Bilim Dalı, 60–80.

Schlenker, W., Hanemann, W. M., ve Fisher, A. C. (2006). The impact of global warming on U.S. agriculture: An econometric analysis. *Review of Economics and Statistics, 88*(1), 113-125. https://doi.org/10.1162/rest.2006.88.1.113

Mollavelioğlu, M. Ş. (2009). Sürdürülebilir tarımın ölçümü ve Türkiye açısından değerlendirilmesi. (Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat Ana Bilim Dalı, 40–55.

Bock, B. (2012). Social innovation and sustainability: How to disentangle the buzzword and its application in the field of agriculture and rural development. *Studies in Agricultural Economics, 114*(2), 57–63.

Eştürk, Ö. (2015). Farklı Gıda Güvencesi Düzeylerinde Hanelerin Tüketim Alışkanlıkları: Adana İli Örneği. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1*(2), 249-264.

Buzbaş, N. (2010). Türkiye'de ve AB'de Gıda Güvenliği: Ortaklığın Sinerjisi. 28. Türkiye-AB Karma İstişare Komitesi Toplantı Raporu, 13-14 Eylül 2010, Edinburg, İskoçya.

Arıkan, Y., ve Tozkoparan, İ. B. (2022). Küreselleşme Sürecinde Türkiye'de Gıda Güvenliği. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, 4*(9).

Kıckık, N. (2023). Küresel iklim değişikliğinde tarım ve bir çözüm önerisi olarak modern tarım uygulamaları. (Yüksek Lisans Tezi, Hitit Üniversitesi). Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü / Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı, 19–34.

Mahmoud, B. (2017). Let's Talk About Food Safety For Enhancing Global Food Security And Development. Agrilinks Blog.

Yıldız, Ö. (2015). Ege bölgesinde sürdürülebilir tarıma tarımsal yayımın katkısı ve üretici eğilimleri. (Doktora Tezi, Ege Üniversitesi). Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü / Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, 38–53.

Parry, M. L., Rosenzweig, C., Iglesias, A., Livermore, M., ve Fischer, G. (2004). Effects of climate change on global food production under SRES emissions and socio-economic scenarios. *Global Environmental Change, 14*(1), 53-67. https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.008

Pezikoğlu, F. (2006). Türkiye'de sürdürülebilir tarım uygulamaları ve yönlendirilmesi için gerekli politikaların belirlenmesi. (Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi). Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü / Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, 22–37.

Pretty, J. N., et al. (1996). Sustainable agriculture: Impacts on food production and challenges for food security. International Institute for Environment and Development.

Raza, A., Razzaq, A., Mehmood, S. S., Zou, X., Zhang, X., Lv, Y., ve Xu, J. (2019). Impact of climate change on crops adaptation and strategies to tackle its outcome: A review. *Plants, 8*(2). https://doi.org/10.3390/plants8020034

Richter, G. M., ve Semenov, M. A. (2005). Modelling impacts of climate change on wheat yields in England and Wales: assessing drought risks. *Agricultural Systems, 84*(1), 77-97. https://doi.org/10.1016/j.agsy.2004.06.011

Rosenzweig, C., Elliott, J., Deryng, D., Ruane, A. C., Müller, C., Arneth, A., ... ve Jones, J. W. (2014). Assessing agricultural risks of climate change in the 21st century. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 111*(9), 3268-3273. https://doi.org/10.1073/pnas.1222463110

Salicik, D., ve Yıldırım Kumral, A. (2017). Bursa İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Güvenilir Gıda Tüketimine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 31*(2), 69-82.

Schlenker, W., Hanemann, W. M., ve Fisher, A. C. (2006). The impact of global warming on U.S. agriculture: An econometric analysis. *Review of Economics and Statistics, 88*(1), 113-125. https://doi.org/10.1162/rest.2006.88.1.113

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE BİR MİRAS: GASTRONOMİ KÜLTÜRÜNDE TOPRAK KAPLAR

Doç. Dr. Serap ÜNAL
Süleyman Demirel Üniversitesi, Seramik Araştırma Uygulama Merkezi
ORCID: 0000-0003-2407-1789

Arş. Gör. Ayşe Melike BİRCAN
Süleyman Demirel Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik ve Cam Bölümü
ORCID: 0009-0008-2261-9222

ÖZET
İnsanlık, varoluşundan itibaren hayatta kalmak için doğayla uyum içinde yaşamış, beslenme ihtiyacını karşılamak amacıyla çevresindeki kaynakları kullanarak çeşitli aletler ve kaplar geliştirmiştir. İlk dönemlerde taş, kemik ve deniz kabukları gibi doğal malzemelerden yararlanan insan, tarımın keşfi ve yerleşik hayata geçişle birlikte daha işlevsel ve uzun ömürlü kaplara yönelmiştir. Neolitik Çağ, bu açıdan büyük bir dönüşüm dönemi olmuş; Çanak Çömlekli Neolitik Dönemde (PNA), toprağın ateşte sertleşebildiği keşfedilmiş ve kil malzemeden şekillendirilen pişmiş toprak kaplar yaygınlaşmıştır.
Bu kaplar, gıdaların saklanması, pişirilmesi ve sunulması açısından büyük kolaylık sağlamış; aynı zamanda mutfak kültürünün gelişiminde de rol oynamıştır. Pişmiş toprak kaplar, yalnızca mutfakta değil, dini ritüellerde, mezar hediyesi olarak ve sosyal ilişkilerde de yer almış; bu yönüyle, toplumların kültürel yapısını anlamak için kayda değer bir arkeolojik veri kaynağı olmuştur. Yakın Doğu ve Anadolu'da yapılan kazılar, pişmiş toprak kapların tarihsel süreçte farklı toplumlar arasında benzer işlevlerle kullanıldığını göstermektedir.
Günümüzde arkeoloji, antropoloji ve gastronomi araştırmalarında büyük bir öneme sahip olan bu kaplar, mutfak kültürünün geçmişten günümüze uzanan en önemli miraslarından biridir. Pişmiş toprak kapların form ve işlev açısından zamanla evrim geçirmesi, beslenme alışkanlıklarındaki değişimlerin de bir yansımasıdır. Geleneksel yöntemlerle üretilen bu kaplar, modern mutfaklarda da kullanılmaya devam etmekte, sağlıklı pişirme teknikleriyle günümüzde de değerini korumaktadır.
Mutfak kültürü, sadece beslenme alışkanlıklarını değil, toplumların sosyal ve ekonomik yapısını da şekillendiren bir unsurdur. Bu bağlamda, pişmiş toprak kaplar tarih boyunca gastronomi kültürünün ayrılmaz bir parçası olmuş; günümüz mutfaklarında nostaljik bir unsur olmanın ötesinde, sağlıklı ve doğal pişirme yöntemleriyle yeniden popüler hale gelmiştir. Dolayısıyla, geçmişten günümüze taşınan bu miras, sadece arkeolojik bir obje değil, aynı zamanda yaşayan bir kültürel değerdir. Bu çalışmada Pisidia Antiokheia Antik Kent kazılarında ortaya çıkarılan yeme içme kapları üzerinden de genel bir inceleme yapılmıştır.
Anahtar Kelimeler: Pişmiş Toprak, Gastronomi, Pisidia Antiokheia, Yeme içme Kapları.

A HERITAGE FROM THE PAST TO THE PRESENT: CLAY VESSELS IN GASTRONOMY CULTURE

ABSTRACT
Humanity has lived in harmony with nature since the beginning of its existence in order to survive, and has developed various tools and vessels by using the resources around it to meet its nutritional needs.

In the early periods, humans utilized natural materials such as stone, bone and shells, but with the discovery of agriculture and the transition to settled life, they turned to more functional and long-lasting vessels. The Neolithic Age was a period of great transformation in this respect; in the Pottery Neolithic Period (PNA), it was discovered that soil could harden in fire and terracotta pots shaped from clay became widespread.
These vessels facilitated the storage, cooking and presentation of food and played an important role in the development of culinary culture. Terracotta pots were used not only in the kitchen, but also in religious rituals, as grave goods and in social relations, making them an important source of archaeological data for understanding the cultural structure of societies. Excavations in the Near East and Anatolia show that terracotta vessels were used with similar functions among different societies in the historical process.
These vessels, which are of great importance in archaeology, anthropology and gastronomy research today, are one of the most important legacies of culinary culture from the past to the present. The evolution of terracotta vessels over time in terms of form and function is a reflection of changes in dietary habits. These pots, produced with traditional methods, continue to be used in modern kitchens and preserve their value today with healthy cooking techniques.
Culinary culture is an important element that shapes not only dietary habits but also the social and economic structure of societies. In this context, terracotta pots have been an integral part of gastronomy culture throughout history; beyond being a nostalgic element in today's kitchens, they have become popular again with healthy and natural cooking methods. Therefore, this heritage carried from the past to the present is not only an archaeological object but also a living cultural value. In this study, a general examination was made on the food and beverage vessels unearthed in the excavations of the ancient city of Pisidia Antioch.
Keywords: Terracotta, Gastronomy, Lake District, Pisidia Antiokheia, Eating and Drinking Vessels.

GİRİŞ

Yiyecek ve içecek, kuşkusuz insanın nefes aldığı havayla birlikte birincil ihtiyacıdır. Dolayısıyla varlığı ile birlikte alet ve gereç yapımına başlayan insanın ürettikleri arasında yiyecek içecek gereksinimini ve tüketimini kolaylaştırıcı kap kacak yapımı da öncelikli üretim konularından biri olmuştur.
Prehistorik dönemlerin ilk başlarında, doğadaki hazır besinleri çiğ olarak tükettiği öngörülen insan, sonraları ateşin keşfiyle lezzet farkını görerek, ateşte pişirim yöntemlerini geliştirmiştir. Bu yönde ateşle birlikte çıplak pişirim, köz üzerinde pişirim, taşı şekillendirerek yaptığı kapları ateşte kızdırarak pişirim gibi yöntemler denemiştir.
Neolitik Dönem öncesinde 2 milyon yılı aşkın bir süre insanlar yaşamlarını avcılık, balıkçılık, bitki toplayıcılığı ve çoğu kez gezginci olarak geçirmiş, toplumsal yaşam da buna göre biçimlenmiştir. Son Buzul Çağı, Würm IV sona erip günümüz iklim koşulları oluşmaya başladığında gezginci, avcı, balıkçı toplulukların yaşam ortamı da değişmiş; insanlar her yerde yeni doğal çevre ortamına uyum sağlayacak biçimde beslenme alışkanlıklarını da değiştirmişlerdir (Özdoğan, 2018:12).
Gordon Childe'in ifadesiyle bir devrim olarak betimlenen Neolitik Dönem'de bitkilerin kültüre alınmasıyla gerçekleşen tarım devriminin hemen ardından, dönemin ikinci yarısında ateşle toprağı birleştiren insan, şekillendirebildiği kille daha sert ve kalıcı nesneler üretirken, çanak çömleğin gıda tüketimi ve saklanmasında önemli rol oynadığını fark etmiştir. Bu pişmiş toprak nesneler aynı zamanda korozyon direnci nedeniyle günümüze ulaşan çok önemli maddi kültür unsurlarıdır.

Bütün teknolojik gelişmelerde olduğu gibi, çanak çömlek yapımına başlanması da sosyal davranışların değişime uğramasına neden olmuş ve artık bu sosyal davranışlar insan hayatının temel taşları olan ev ve ocak etrafına daha çok odaklanmaya başlamıştır (Sagona, 2009: 77). Dolayısıyla bu dönemin ocak kültürü, günümüz mutfak yapılanmasının da başlangıcı sayılabilir.

Arkeolojik bulgular ve antropolojik analizler, bu kapların sadece mutfakta değil, aynı zamanda dini ritüellerde, mezar hediyesi olarak ve sosyal ilişkilerde de yaygın şekilde kullanıldığını ortaya koymaktadır. Yakın Doğu ve Anadolu'daki kazılardan elde edilen veriler, çanak çömlek kullanımının tarihsel süreç içerisinde farklı toplumlar arasında benzer işlevlerle kullanıldığını göstermektedir.

Bölgesel araştırmada göz önüne alınan, Pisidia bölgesindeki Roma Dönemi yerleşimlerinde ele geçen pişmiş toprak kaplar, bölgenin gastronomik kültürü ve günlük yaşamı hakkında önemli veriler sunmaktadır. Antik kentlerde bulunan mutfak eşyaları ve depolama kapları, bu dönemde pişmiş toprak kapların yaygın kullanımı ve işlevselliği hakkında detaylı bilgiler vermektedir. Roma Dönemi'nde mutfak kültürünün gelişimiyle birlikte, bölge halkının gıda saklama ve pişirme yöntemlerinde çömlek kullanımının ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır. Pisidia örnekleri, pişmiş toprak kapların tarihsel süreç içerisindeki dönüşümünü ve mutfak kültürü ile olan bağını somut biçimde gözler önüne sermektedir.

Günümüzde gastronomi, arkeoloji ve antropoloji araştırmalarında büyük bir öneme sahip olan bu kaplar, mutfak kültürünün geçmişten günümüze taşınan en önemli miraslarından biridir.

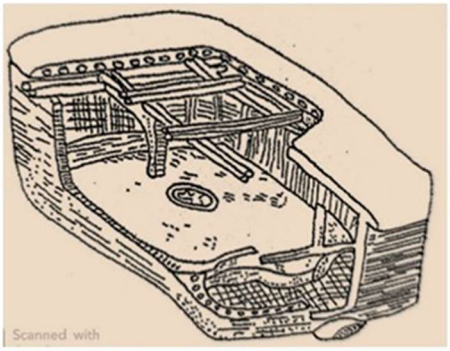
TARİHÖNCESİ OCAK VE PİŞMİŞ TOPRAK KAPLARIN TARİHÇESİ

İnsan ilk olarak yaşama tutunmak için gereksinimi olan alet, araç ve gereçleri, kendi gelişimine paralel olarak, teknikle geliştirerek üretti. İnsan türünün, günümüzden 30-40 bin yıl öncesi "Homo sapiensneanderthalensis"den düşünen insan da dediğimiz "Homo sapienssapiens" türüne dönüşümü ile taş aletler daha fazla geliştirilmiş, kemikten iğne gibi delici aletler kullanılmaya başlanmıştır. Paleolitik Dönemin başlarına kadar uzandığı bilinen Anadolu insanı, buluntu veren yerleşmelerde dönemin üç evresinde de (Alt, Orta ve Üst) mağaralarda barınmış, doğada rahatça elde edilebilen irili ufaklı taşlardan kaba aletler yaparak yaşamlarını kolaylaştırmışlardı (Ünal, 2022:314).

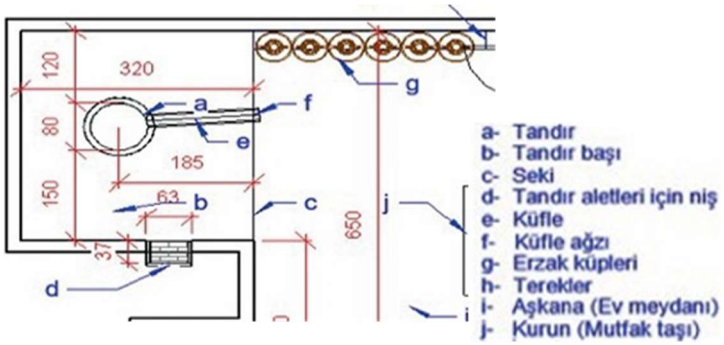
İlk Kalkolitik, belirsizliklerine karşın dikkat çekici dönemdir. "Tarım Devrimi" ile "Kent Devrimi" arasında kalan bu dönem MÖ. 4. binyılda gerçekleşen çoğu karmaşık bir dizi sosyo-politik değişimin çıkış noktası olması açısından önemli olduğu kadar, tanımlanması da zor bir dönemdir. M.Ö. yaklaşık 6000'ler de Son Neolitik'ten İlk Kalkolitik'e geçiş sürecinde Anadolu'nun büyük bir kısmında değişiklik görülmektedir; ancak bu değişim geleneklerde belirgin bir kırılmayı işaret edecek kadar yeterli değildir. Gerçekten de ilk Kalkolitik kültürlerin belirleyici birçok özelliği esasen neolitiktir (Sagona, 2009:216). Topluluklar halinde yaşamını sürdüren insanın Neolitik Dönemle birlikte ev ve ocak etrafında gruplaşarak ocak kültürünü başlatması, günümüz mutfak anlayışının da temelini oluşturmaktadır.

Plastik özelliğe sahip bir hammadde olan kilin şekillendirmeye daha uygun olması ve üretim tekniklerinin yine bu dönemde daha fazla geliştirilmesi, üretilen salt işlevsel ve ergonomik pişmiş toprak ürünleri, gelişen teknolojisine koşut olarak farklılaştırmaya başlamıştı. Bu gelişme ve farklılaşma, işlevsellikle beraber sanatsal katkıları da içeriyordu (Ünal, 2022:320). Özellikle Neolitik Dönem'de belirginleşen Kap kacak yapımında pişmiş toprak kullanımı, insanın kili şekillendirirken basit formların ötesinde önce işlevselliğe sonra da zeitgeist kapsamda sanata ve estetik kaygılara yöneldiğini görebilmekteyiz.

Neolitik ve Kalkolitik Dönem yerleşmelerinde öne çıkan ocak merkezli yapılaşma örnekleri günümüz tandırevlerinin benzeri olması da ayrıca ilginç bir kültür mirası örneğidir. Örneğin Karaz Kültürü ocak yerleşimi ile günümüz Erzurum tandırevlerinin planının benzerlikleri dikkat çekicidir **(Şekil 1, 2)**.



Şekil 1. Karaz evi Ocak yerleşimi (Işıklı, 2007:346)

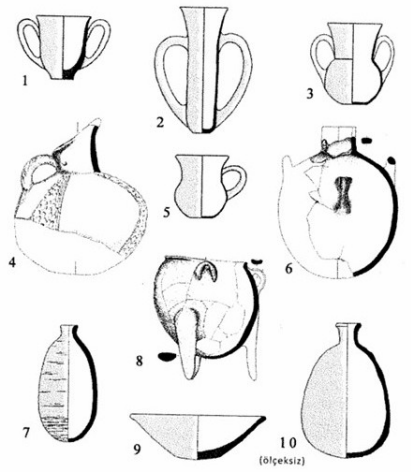


Şekil 2. Erzurum Tandırevi (Hacı Osman Ayık Evi) (Ünal, 2020:299)

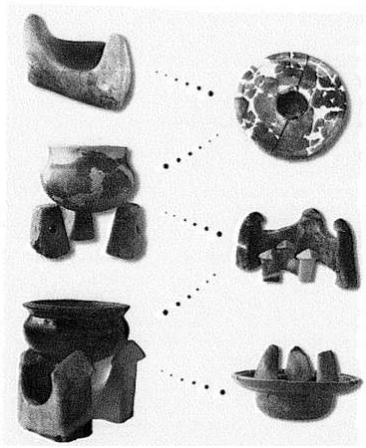
Karaz kültürü mimarisinde iki plan tipi öne çıkar; bu plan tipleri; "yuvarlak planlı" ve "dikdörtgen kare planlı" yapılardır. Bu tiplerin çeşitleri söz konusu dur; örneğin yuvarlak plan dışında oval veya dairemsi plan, dikdörtgen-kare planda ise karemsi veya köşeleri yumuşatılmış dikdörtgen-kare planların görülmesi mümkündür (Işıklı, 2007:347).

Ev mimarisi sadece barınacak alanlar olmaktan çıkıp mutfak alanları olarak da düzenlenmiştir. Mutfakların planlandığı alanlarda ocak ve fırınlar için yerler düzenlenmiş ve fazla olan ürünlerin depolaması için ambarlara yer verilmiştir. Depolama alanlarında sosyal statüleşme izlerine rastlanabildiği de gözlemlenmiştir. Muhafaza edilen ürünlerin eşitlikçi bir yaklaşımla herkese eşit miktarda dağıtılabildiği gibi tek merkezden kontrol edilerek belirli kişilere öncelikli olarak dağıtımı toplum içerisindeki sosyal sınıf farklılıklarını ortaya koymaktadır (Frangipane, 2002; Cömert & Güner, 2020). Çanak Çömlekli Neolitik Dönem'e gelindiğinde ise pişmiş toprak kap üretimi başlamış ve dolayısıyla üretilen kap içinde pişirme yapılabilmiştir. Pişmiş toprak kaplar sayesinde besinler ilk olarak haşlanarak tüketilmiş, daha sonradan yemek çeşitliliği artmaya başlamış olmalıdır.Ateşin kontrol altına alınmasına paralel olarak kullanılmaya başlanan ocak ve sonrasında fırının da kullanım alanına göre biçimleri geliştirilmiştir. Belli alanlar da ateşin bulunması ısınma, aydınlanma ve yiyecek pişirme açısından her zaman önemli olmuştur. Mekân içlerinde, genellikle mekân ortasında bulunan ocaklarda muhtemelen odun kömürü kullanılarak yanan ateşe ve ocak tipine göre pişirme yapılacak olan kap yerleştirilmiştir. Kabın ısıdan dengeli faydalanması ve düşmemesi için, oturtulduğu alanın da dengeli olması gerekmektedir (Sarı & Arslan, 2017:2). Önceleri bu dengeyi sağlamak için taş ya da ateşe dayanıklı malzemeler kullanılmıştır. Bu yöntem İlk Tunç Çağı II sonlarına kadar devam edip sonrasında da doğrudan kapla bütünleşik üçayaklı yemek pişirme kapları kullanılmıştır.

Bu kapların yüzeylerinde bezeme az olmakla birlikte daha çok astarlı malda oluk ve yiv bezeme karşımıza çıkar. Bu kapların form özellikleri, ağız kenarı ve gövde özelliklerine göre Batı Anadolu'da; Yükselen Ağızlılar, Basit Ağız Kenarlı Küresel Gövdeliler ve Dışa Dönük Ağız Kenarlı/S Profilliler (C) olmak üzere üç farklı üç ayaklı mutfak kabı biçimi söz konusudur ve bunlar ayak tiplerine göre kendi içlerinde alt gruplara ayrılmaktadır (Sarı & Arslan, 2017:7). Son Kalkolitikten itibaren Tunç Çağına uzanarak gelişen üç ayaklı toprak kaplar, belki de seyyar ocakların ilk örnekleridir (Şekil 3,4).



Şekil 3. Batı Anadolu (1-6, 8) ve Doğu Akdeniz (7, 9-10) İlk Tunç Çağı çanak çömlek biçimleri: 1-2 İki kulplu depaslar; 3,5 Tankardlar; 4 Barbotin bezemeli, gaga ağızlı testi; 5 Dikey tutamaklı ve kulplu çömlek; 7, 10 Suriye şişeleri; 8 Üçayaklı pişirme kabı; 9 Çark yapımı tabak.



Şekil 4. Erzurum yakınlarındaki Sos Höyük'ten, üstten alta doğru Son Kalkolitik'ten İlk ve Orta Tunç Çağı'na maltız ve ocakların gelişim şeması.

Ocak kültürü ile birlikte zamanla fırın kültürü de gelişmiş ve pişirme süreçlerinde bu yapılardan faydalanılmıştır. Günümüzde yapılan kalıntı analizleri sayesinde, arkeolojik kapların hangi yiyecek türlerinin pişirilmesinde kullanıldığını ve hangi formlarda üretildiğini anlamak mümkün olmuştur.

Tunç Çağının beslenme özelliklerindeki aşamalarından biri de "İkincil Ürün" kullanımının ortaya çıkmasıdır. İkincil Ürün Devrimi olarak adlandırılması konusunda görüş birliği olan ve evcil hayvanlara dayanan bir dizi yenilik ve uygulama, evcil hayvanların etlerinden yararlanıldığı ilk tarım topluluklarının ilkel birinci aşamasından farklı olarak ikinci aşama, çeşitli ikincil ürünlerden yararlanmaya yönelik besin tüketimidir (Sherrrat, 1981; Sagona, 2009:187). Bu dönem hayvansal gıda olarak, süt ve süt ürünlerinin kullanımının başlangıcı sayılmaktadır.

Tarihöncesi dönemde mutfak kültürü, ocak mimarisi ve pişmiş toprak kapların kullanımı eş zamanlı bir gelişim göstermiştir. Neolitik Dönem'de işlevsellik ön plandayken; Kalkolitik ve Erken Tunç Çağı'nda kap formları ve süsleme teknikleri zenginleşmiş, estetik ve sanatsal kaygılar giderek ön plana çıkmıştır.

İşlevselliğin yanında estetik kaygının da kaplarda bütünleştiği, Erken Kalkolitik Dönemin en güzel örneklerini değişik geometrik bezemeleriyle Hacılar ve Kuruçay çömlekleri vermektedir. Tunç Çağından itibaren takip eden dönemlerde, pişirim yöntemlerinin ve çarklı çömlekçiliğin gelişimi de yiyecek içecek kapları üzerinde, ergonomik açıdan işlevsellik ve sanatsal dokunuşları daha görünür hale getirmiştir.

Yakın dönemlere ait bölgesel özellikleri ile öne çıkan Göller Yöresi ya da arkeolojik betimi ile Pisidia Bölgesi'nde Roma Dönemi çömlekleri güzel örnekler vermektedir.

PİSİDİA ANTIOKHEİA'DA ANTİK DÖNEM PİŞMİŞ TOPRAK KAPLARINA BİR BAKIŞ

Pisidia Antiokheia antik kenti, günümüz Göller Yöresi olarak adlandırılan alan içerisinde Isparta iline bağlı Yalvaç ilçesinin yaklaşık 1 km kuzeyinde yer almaktadır. Antiokheia'nın kuruluş tarihi M.Ö. 3. yüzyılda Seleukoslar ile başlatılmaktadır (Mitchell & Waelkens, 1998:5). Seleukoslar tarafından kolonileştirilmiş kente, Seleukos Hanedanlığının kurucusu Antiokhos'un ismi verilmiştir. Roma İmparatorluk Dönemi'nde (M.Ö.27-M.S. 395) Augustus'un oluşturmuş olduğu yeni düzen çerçevesinde kente, bölge askeri kolonilerinin başkentliği verilerek; ismi Colonia Caeseria olarak değiştirilmiş ve Ius Italicum (Serbest Şehir) statüsü kazandırılmıştır (Ramsay, 1916:86; Özhanlı vd., 2022:30). Hıristiyanlığın tohumlarını eken Aziz Paulus'un ilk vaazlarından birini Antiokheia'da vermiş olması sebebiyle Hıristiyanlar için hac merkezi haline dönüşmüştür. M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu'nun ikiye ayrılmasıyla Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu'nun (M.S. 330-1453) payına düşen Antiokheia, bu dönemde de önemini korumuş ve uzun süre varlığını sürdürmüştür (Özsait, 1985:102). Antiokheia'nın bulunduğu Yalvaç ilçesi çevresinde ilk dönemlerden bu yana yerleşimin olduğu yapılan araştırmalar ile kanıtlanmıştır. Yerleşimin neredeyse her dönemine tanıklık etmiş olan bu coğrafya da seramiğin icadıyla ilişkilendirilen Neolitik Dönem'e ait çok sayıda seramik buluntu da ele geçmiştir. (Özhanlı vd., 2022: 475-486).

Halen devam eden Pisidia Antiokheia antik kenti çalışmalarında elde edilen seramik buluntular üzerinde yapılan incelemelerde, Dükkânlarda ele geçen bütünlenebilen kap formlarının ve bütünlenemeyen yarım kalmış diğer parçaların günlük kullanım ve pişirme kaplarına ait olduğu saptanmıştır. Temel ihtiyaçlardan birini oluşturan beslenmeye yönelik bu formlar, yüzyıllardır mutfak kültüründe yerini almış ve günümüz mutfağında hala var olan türleriyle varlığını devam ettirmektedir (Görsel 1,2). Yiyecek ve içeceklerin pişirimi, servisi ve depolanması gibi amaçlarla farklı form çeşitliliği gösteren bu formlar, Pisidia Antiokheia seramik buluntuları arasında yoğunluğu oluşturmaktadır (Ünal & Karataş, 2025:271).



Görsel 2. Yoğun seramik buluntularının ele geçtiği katman. Kaynak: Pisidia Antiokheia Kazı Arşivi.



Görsel 1. Kap formu, Kaynak: Pisidia Antiokheia Kazı Arşivi.



Şekil 5. Pisidia Antiokheia Tencere Formu

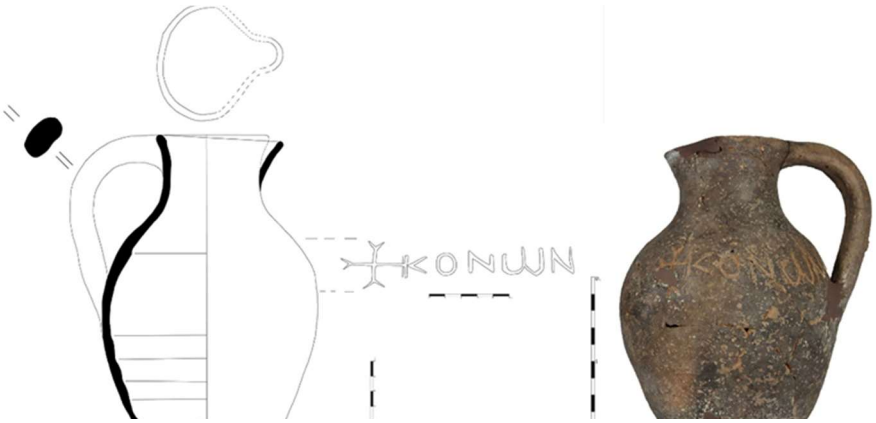


Şekil 6. Pisidia Antiokheia Tabak Formu.



Şekil 7. Pisidia Antiokheia Tava **Formu.**

Kentte ele geçen pişmiş toprak buluntularının büyük bir çoğunluğu günlük kullanım kaplarına aittir. Mutfakta kullanılan pişirimde ve sofraya konulan kapların bütün tiplerini içinde barındıran seramik buluntulara rastlanılmıştır (Şekil 5,6,7,8). Çömlek, güveç, tava, tabak, kâse, çanak/leğen, bardak, maşrapa, sürahi, amphora ve pithos gibi kap formlarının yanı sıra minyatür kap, unguentarium, ampulla, kandil ve ağırşak gibi eserlerde ele geçmektedir (Ünal & Karataş, 2025:271). Yapılarda kullanılan tuğlalar ve çatı kiremitleri ile suyun taşınması için künklere de yoğunlukla rastlanılmaktadır. Ele geçen bu formlara kentte bulunan bütün yapılarda rastlanılmaktadır.



Şekil 8. Pisidia Antiokheia Yazıtlı Sürahi Formu.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Geçmişten günümüze uzanan mutfak kültürünün vazgeçilmez öğelerinden biri olan pişmiş toprak kaplar, yalnızca gıda pişirme ve saklama araçları değil, aynı zamanda sosyo-kültürel yaşamın da taşıyıcısıdır.

Neolitik Dönem'de toprağın ateşle buluşmasıyla başlayan bu yolculuk, sadece teknik bir buluş değil; aynı zamanda insanlığın doğa ile kurduğu ilişkinin, estetik anlayışının ve toplumsal yapısının izlerini taşıyan bir devrimdir.

Arkeolojik veriler ışığında, pişmiş toprak kapların şekil, işlev ve kullanım alanlarındaki çeşitlilik, dönemin yaşam biçimleri hakkında zengin ipuçları sunmaktadır. Özellikle Pisidia Antiokheia örneği, bu kapların yalnızca işlevsel değil, aynı zamanda sanatsal ve ritüel anlamlar da taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu yönüyle pişmiş toprak kaplar, geçmiş toplumların düşünsel dünyasını ve gündelik yaşam pratiklerini anlamamıza katkı sağlayan önemli birer kültürel miras unsurudur.

Günümüzde modern mutfaklarda yeniden yer bulan bu kaplar, nostaljinin ötesinde, sağlıklı ve doğal pişirme yöntemleriyle geleneksel bilgeliğin güncel yaşama taşındığının da bir göstergesidir. Toprağın sağaltıcı gücü, geçmişten gelen bir ses gibi mutfağımızda yeniden yankılanmakta; kültürel devamlılığın en somut örneklerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak, pişmiş toprak kapların tarihsel yolculuğu, yalnızca arkeolojik bir inceleme konusu değil, aynı zamanda kültürel sürdürülebilirliğin bir parçası olarak da ele alınmalıdır. Bu bağlamda, gastronomi kültürünün şekillenmesinde ve yaşatılmasında bu kadim mirasın yeri her geçen gün daha da kıymetlenmektedir. Araştırmaların derinleşmesi ve bu konuda farkındalık yaratılması, hem akademik hem de toplumsal açıdan büyük önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Cömert, E. & Güner, E. (2020). Anadolu'da Neolitik Dönemde Beslenme Alışkanlıkları ve Mutfak Kültürü (Eating Habits and Culinary Culture in Neolithic Period During Anatolia), Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2020, 8 (4), 3426-3440.

Frangipane M. (2002). Yakındoğu'da devletin doğuşu, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul.

Işıklı, M. (2007). Erzurum Bölgesi'nde Karaz Kültürü'nün Başlangıcı, Doğudan yükselen Işık Arkeoloji Yazıları, Erzurum Atatürk Üniversitesi 50. yıl, Ayrı Basım, 2007, Erzurum, s. 329.

Mitchell S. & Waelkens M. (1998). Pisidian Antioch, The Site and It's Monuments, Duckworth with the Classical Press of Wales, London.

Özdoğan, M (2018). Azərbaycan Arxeologiyası Xəzər Universiteti Nəşriyyatı Cild 21 № 1, 2018, 12-39.

Özhanlı, M., Özen, E., Gündoğan, A. ve Erdoğan V. (2022). "Isparta İli; Yalvaç, Gelendost ve Şarkikaraağaç İlçeleri Arkeolojik Yüzey Araştırması 2021", 38. Araştırma Sonuçları Toplantısı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, 2, 475-494.

Özsait, M. (1985). Hellenistik ve Roma Devrinde Pisidya Tarihi, Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.

Ramsay, W. M. (1916). "Colonia Caesarea (Pisidian Antioch) in the Augustan Age" The Journal of Roman Studies, 6, 83-134.

Sagona, A. & Zimansky, P. (2009). Arkeolojik Veriler Işığında Türkiye'nin En Eski Kültürleri. (Çev.). Kurulu, Başgelen vd. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Sarı, D. & Arslan, F. (2017). İlk Tunç Çağı'nda Batı Anadolu'da Üçayaklı Mutfak Kabının Yayılımı ve Gelişimi, Türk Tarih Kurumu Belleten Cilt: Lxxxı Nisan 2017 Sayı: 290.

Sherratt, A. (1981). Plough and pastoralism: aspects of the Secondary Products Revoluation, in H.Hammond, I.Hodder, & G.Isaac (eds) *Pattern of the Past: Studies in Honour of David Clarke,* Cambridge University Press: Cambridge.

Ünal, S. (2020). Erzurum Kırsal Mesken Kültüründe Tandır Evi Örneklemi; Pazaryolu Hacı Osman Ayık Evi, Akra Kültür Sanat Ve Edebiyat Dergisi 2020 (S.22) C.8 / S.279-303.

Ünal, S. (2022). Tarih Öncesi Zamanların Ruhunda Pişmiş Toprak Sanatı ve Estetik, Sanat ve Tasarım Dergisi Haziran 2022 Sayı:29.

Ünal, S. & Karataş, K. (2025). Pisidia Antiokheia'da Geç Antik Dönem Dükkânları'nda Ele Geçen Pişmiş Toprak Kaplar Üzerine Değerlendirme", Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, sayı 66, ss. 259-277.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

KÜLTÜREL SÜREKLİLİK VE MUTFAK MİRASI: TOPLUMSAL RİTÜELLER BAĞLAMINDA KEŞKEK

Öğr. Gör. Dr. Betül DEMİRELMA
Selçuk Üniversitesi, Türk Dili Bölümü
ORCID: 0000-0003-1320-577X

ÖZET
Kolektif bir bilincin ürünü olan kültür, toplumları çok çeşitli açılardan etkilemiş ve insanoğluna bunları icra edecek pek çok alan ortaya koymuştur. Kültür toplumların yeme-içme biçimlerinde de varlığını göstermiş dolayısıyla insanların günlük hayatlarının önemli bir bölümünü yemek ve beslenme kültürü oluşturmuştur. Beslenme kültürü, sosyal yaşam, iklim, din ve coğrafya gibi faktörler sebebiyle toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Bölgenin iklimi, coğrafi özellikleri ve bölgenin tarımsal ürünleri o bölgenin mutfak kültürünü belirlemekte, yemek çeşitliliğini şekillendirmektedir. İnsanoğlunun tarihi süreç içinde ürünlerini yetiştirmesi, bayramlar, doğum, düğün, ölüm gibi geçiş dönemlerinde, kutlamalarında yemeğini yapması ve tüketme şekli, bunlarla ilgili geliştirdiği gelenekler, alışkanlıklar, kullandıkları araç ve gereçleri nesilden nesile miras olarak aktardıkları kültürün bir parçasını oluşturmaktadır. Yeme-içme kültürü bireyin toplumla etkileşimini artırmakta, onu toplumun bir parçası haline getirmektedir. Yeme-içme törenlerinin gerçekleştirilmesi esnasında güzel ortamlar oluşturulurken, toplumsal etkileşim ve toplumsal etkileşimin sürekliliğini sağlamaktadır. Mutfak kültürü aynı zamanda milletlerin kültürel zenginliğinin de bir göstergesidir. Büyük devletler ve imparatorluklar kuran Türk milletinin zengin bir mutfak kültürüne sahip olduğu ve bunu gerek günlük yaşamında gerekse bayramlarında, törenlerinde ve özel günlerinde tüm canlılığıyla yaşattığı görülmektedir. Geleneksel Türk mutfağının en önemli lezzetlerinden biri olan Keşkek ülkemizde pek çok yörede yapılmaktadır. Keşkek yapılış şekli ve içindeki malzemeler bakımından yöresel farklılıkları beraberinde getirse de geleneksel keşkeğin en dikkat çekici yanı belli başlı törenlerde bir ritüel olarak herkesin katılımıyla, birlik ve beraberlik içinde icra edilmesidir. Özellikle dini bayramlarda, düğünlerde, asker uğurlamalarında yani törensel uygulamalarda ve toplu halde olunan pek çok ortamlarda yemek olarak hazırlanıp toplu halde yenilmesi, hep birlikte olmayı, birlik ve beraberlik duygusunu ön plana çıkarmaktadır. Geleneksel Keşkek yemeği 2011 yılında Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO)'nün Somut Olmayan Kültürel Miras Listesi'nde yerini almıştır. Bu sebeple Keşkek ülkemize ait başka yöresel ürünlerin ve kültürel unsurların Unesco'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesine alınması ve geniş kitlelere tanıtılması açısından bir örnek teşkil etmektedir.
Anahtar Kelimeler: Gastronomi, keşkek, tören yemekleri.

CULTURAL CONTINUITY AND CULINARY HERITAGE: KEŞKEK IN THE CONTEXT OF SOCIAL RITUALS

ABSTRACT
Culture, which is the product of a collective consciousness, has been influenced by a wide variety of societies and has revealed many areas to realize them to people. Culture has also manifested itself in the eating and drinking habits of societies, and therefore, a significant part of the daily lives of people has created a culture of food and nutrition. Nutritional culture, social life, climate, religion and geography may vary from society to society.

The climate of the region, the geographical characteristics and the agricultural products of the region determine the culinary culture of that region and shape the diversity of food. The way human beings raise their products in the historical process, the way they eat and consume during the transition periods such as holidays, birth, weddings, deaths, traditions, habits, tools and equipment they use from generation to generation constitute a part of the culture they transfer as heritage. The culture of eating and drinking increases the interaction of the individual with society and makes it a part of society. It provides the continuity of social interaction and social interaction while creating beautiful environments during the realization of eating and drinking ceremonies. Culinary culture is also an indication of the cultural richness of nations. It is seen that the Turkish nation, which founded great states and empires, has a rich culinary culture and has made it alive in both daily life and holidays, ceremonies and special days. Keşkek, which is one of the most important flavors of traditional Turkish cuisine, is built in many regions in our country. Although Keşkek brings with it the local differences in terms of the construction and materials in it, the most remarkable aspect of the traditional discovery is to be performed in unity and solidarity with the participation of everyone in a ritual ceremonies. Especially in religious holidays, weddings, soldiers' farewells, ie ceremonial practices and in many environments that are prepared as a meal in the collectively, to be together, to be together, emphasizes the sense of unity and solidarity. In 2011, the Traditional Keşkek was included in the United Nations Educational Sciences and Cultural Organization (UNESCO) in the list of intangible cultural heritage. For this reason, Keşkek is an example in terms of introducing other local products and cultural elements of our country to the Intangible Cultural Heritage List of UNESCO and introducing it to the masses.
Keywords: Gastronomy, keşkek, ceremonial meals.

GİRİŞ

Milletlerin veya toplulukların farklı görünümlerini belirleyen kültür üzerine pek çok tanım yapılmış fakat bu tanımlar ortak bir paydada buluşmak için yeterli olmamıştır. Dünyada bugüne kadar yapılan kültür tanımlarına bakıldığında milli özellikler etrafında şekil aldığı aynı zamanda farklılıklar göstermekle birlikte bugün bu tanımların *"bir topluluğun tüm hayat tarzı ve topluluk üyelerince öğrenilen unsurlar noktasında ortak bir paydada buluştuğu gözlenmektedir."* (Göde &Tatlıcan, 2016, s. 126). Bu doğrultuda kültür; *"insanların biyolojik kalıtımlarının ötesinde ihtiyaçlar, doyumlar ve doyumsuzlukların şekillendirdiği ve insanların öğrenme yoluyla kazandığı, edindiği, inşa ettiği maddi ve manevi birikimi, değerleri, yönelimleri, duygu ve düşünce dünyaları, sosyal davranışları, teknolojileri ve sanatlarının tamamını ifade eden ve doğaya eklenmiş yaratmalar, donatmalar bütünü"* (Çobanoğlu, 1999, s. 2) şeklinde tanımlanabilir. Kültür, *"oluşturduğu toplulukların yaşadığı tabiat ortamında farklı "ortak yaşayış" tarzlarına, faaliyetler bütününe, dünya görüşüne ve insan anlayışına, tarihe ve değerler sistemine sahip olması sebebiyle, her toplulukta değişik unsurlardan teşekkül ettiği için çeşitli yapılarda karşımıza çıkar."* (Yıldırım, 1998, s. 37). Bu tanımlardan yola çıkarak beslemenin de kültürel bir faaliyet ve kültürün unsurlarından biri olduğu düşünülebilir. Yiyecek maddelerinin üretilmesi, taşınması, saklama şekli ve kullanım sürecindeki eylemler beslenme ve yiyecek konusunu kültür dairesi içinde ele alınması gerektiğini göstermektedir. Tezcan'ın ifade ettiği gibi kültür, *"ne yiyeceğimizin temel belirtisidir; kültür öğrenilmiştir, yiyecek alışkanlıkları da küçük yaşta öğrenilir, öğrenildikten sonra uzun süre değişmez; yiyecekler kültürün bütünleyici parçalarıdır."* (Beşirli, 2010, s. 159-160).

MATERYAL VE YÖNTEM

Keşkek yemeği ile ilgili yapılan bu çalışma literatür taramasından oluşmaktadır. Konu ile ilgili daha önce yapılmış basılı ve görsel materyaller tespit edilerek incelenmiş, konumuzla ilgili kısımlar fişleme metoduyla kayıt altına alınmıştır.

Kültürel Süreklilik ve Mutfak Mirası

İnsanın en temel ihtiyaçlarından biri olan yeme-içme biçimleri o toplumun kültürel özelliklerine göre şekillenmiştir. İnsanoğlunun en temel ihtiyacı olan besinleri sağlayan yemeklerin elde edilişinden tüketimine kadarki her aşama da kültür unsurlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Böylelikle beslenme ve yeme içme eylemi kültürle birlikte değerlendirilmekte ve yiyecekler kültürün tamamlayıcı parçaları olarak tanımlanmaktadır (Teyin, 2020, s. 314). Türk kültüründe gerek dini gerek toplumsal gerekse kişisel törenlerde yemek, ziyafet bir arada olan unsurdur. Türk insanı doğumdan ölüme kadar ki süreçte dini bayramlarda, özel günlerde ve çeşitli sebeplerle düzenlenen sosyal etkinliklerde yemek yapmaya ve birlikte yemeye önem vermekte, geleneklerinde ve sosyal yaşamlarında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Yemek hem bireysel hem de toplumsal yönleri olan ve pek çok başka etkileyicisi olan kültürel bir unsurdur. Fizyolojik yapısı itibariyle yemekle doğrudan ilgisi olan insanın sosyal yönüyle de yaşadığı kültürün etkisi altında geliştirdiği bir yemek anlayışına sahip olduğu bilinmektedir. Gerek yaşanan fiziki coğrafya gerekse kültürel coğrafya yemek kültürünü etkilemektedir (Beşirli, 2010, s. 161).

Yaşamı sürdürebilmek için açlığı gidermek biyolojik bir olaydır fakat bu açlığın nerede, ne şekilde, nelerle, ne zaman giderileceği ve bununla birlikte şekillenen duygu, düşünce ve davranış biçimleri de toplumların mutfak kültürünü oluşturmaktadır (Yazgan-Serinkaya, 2017, s. 28). Kültürel yapıyı tanımlayan bu öğeler her toplumda yörelere ve topluluklara göre farklılıklar göstermektedir. Yörelere özgü yemekler, malzemeler, pişirme teknikleri, kullandıkları araç ve gereçler, hazırlanan yemeklerin sunum şekilleri kültürel yapının yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Ait olduğu toplumun gelişmişlik düzeyinin göstergesi olan ve aynı zamanda yaşam zevkini de ortaya koyan bu kültürel yapı beraberinde mutfak anlayışını da şekillendirmiş, kültürümüzün ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Mutfak, evde yemeklerin pişirildiği, yemek pişirmek ve yemek için gerekli araç ve gereçlerin bulunduğu, yemeğin servis edildiği bir mekândır. Tüm bunlar sağlanırken yemek yeme eylemi ve bu eyleme bağlı olarak yemek köşesi oluşturulmaktadır. Bu eylemler ailenin kültürel özelliklerine, sosyal yapısına, alışkanlıklarına ve ekonomik durumuna göre değişkenlik göstermektedir (Yazgan-Serinkaya, 2017, s. 28). Yazgan-Serinkaya'nın ifade ettiği gibi mutfaklarda yemek yeme sadece biyolojik bir ihtiyaç değil aynı zamanda bir sosyal aktivitedir. Sosyal açıdan ele alındığında yiyeceklerin üretimi, yemek yapımında kullanılacak yiyeceklerin hazırlanması saklanması, servisi, tüketimi sürecinde kişiler birlik ve beraberlik içerisinde yer almakta ve kültürel ritüellerle yaşamın içinde önemli anlar oluşturulmaktadır. Bazı toplumlarda yemek hazırlamanın ve yemenin adeta bir eğlence ve şölen havasında olduğu görülmektedir (2017, s. 28).

Yeme ve içme zaruri bir ihtiyaçtır ve bunun giderilmesi için de bireyler isteyerek ya da istemeyerek sosyolojik etkileşime girer. Yeme-içme isteği bireyi sosyalleştirmekte ve onun diğer bireylerle ve toplumla etkileşimini sağlamaktadır. Giddens, bununla ilgili olarak *"Tüm toplumlarda yeme-içme aslında toplumsal etkileşimin ve törenlerin gerçekleştirilmesi için ortamlar yaratmaktadır. Mesela kahve bizim gündelik toplumsal etkinliklerimizin bir parçası olarak 'simgesel bir değer' taşır"* demektedir (Güneş, 2012, s. 234). Beşirli, Parsons'un ailenin işlevlerini sosyalleşme, diğer statü ve rollerdeki gibi aile bireylerinin motivasyonel enerjisini korumak ve sürdürmek olduğunu ifade ettiğini belirtmektedir.

Aile dayanışmasının güçlendirilmesi ve sürdürülmesi ise aile üyelerinin bazen aileyle ilgili bazen dini bazen de toplumsal ritüellere katılmasıyla gerçekleşmektedir (2010, s.167). Buradan yola çıkarak sözü edilen ritüellere örnek olarak akşam yemeği, Ramazanda, bayramlarda, düğünlerde, özel günlerde kurulan sofralar örnek teşkil etmektedir. Bu ritüeller, sosyalleşme ve sosyal müeyyidelerle bireylere diğer insanlarla iletişim kurmayı, uygun değerlerin kabul edilebileceğini öğretmektedir (Beşirli, 2010, s. 167).

Toplumsal Ritüeller Bağlamında Keşkek

İnsanların hayatlarında kendilerini etkileyen ve özel diye adlandırdığı ve kıymet verdiği günlerde ve durumlarda verdikleri ziyafetler halk arasında bir ritüel haline gelmiştir. İslamiyet'ten önceki dönemden başlayarak günümüze kadar gelen tören yemekleri, Türk âdeti olmakla birlikte kuşaktan kuşağa aktarılarak birlik ve beraberlik içinde yenmiştir (Bakkaloğlu, Türker & Dağ, 2024, s. 29).

Toplumların gündelik hayattaki uygulamaları, toplumun bulunduğu coğrafya, iklimi, toprak yapısı yeme-içme kültürünün belirleyici unsurlarındandır (Beşirli, 2010, s.160). Çok köklü bir geçmişe sahip olan Anadolu coğrafyası aynı zamanda verimli toprakları sayesinde eşsiz, zengin bir yeme-içme kültürü oluşturmuştur. Anadolu'da yeme-içme sadece beslenme için değil, sosyal düzenin oluşturulmasında ve devamının sağlanmasında da önemli rol oynayan olgulardan birisidir. Yeme-içme kültürü etrafında şekillenen gelenekler, beslenmek için olduğu kadar sembolik anlamları da içinde barındırmaktadır (Güneş, 2012, s. 235).

Anadolu'nun, geçmişi eskiye dayanan köklü tören yemeklerinden biri olarak keşkek, biyolojik ihtiyaçtan çok daha fazlasını temsil etmekle birlikte kültürel, dini ve toplumsal işlevleriyle de dikkat çekmektedir. Tören yemeği olan keşkek, sosyokültürel bir ritüel olarak önem arz ederken aynı zamanda yöresel çeşitliliği ve toplumsal cinsiyet rolleriyle olan ilişkisi, işlevsel yapısı ve kültürel kimliğin oluştrulmasındaki rolü bakımındandan da ayrıca dikkate değer bir yapı sergilemektedir. UNESCO'nun 2011 yılında "Somut Olmayan Kültürel Miras" listesine dahil ettiği keşkek, düğün, sünnet, mevlit, hacı uğurlama, asker uğurlama gibi törensel bir anlamı olan ve toplu halde bulunulan ortamlarda sosyal geçiş törenlerinin temel unsuru olarak yer almakta, yerel mutfak kültürü ve ortak kimliğin oluşmasında önemli bir araç olduğu görülmektedir. Türk mutfağının en önemli yemeklerinden biri olan keşkek beraberinde pek çok sosyal olgunun ve ritüelin şekillenmesinde rol oynayan kültürel bir ögedir. Pek çok yörede imece usulü hazırlanıp hep birlikte tüketilmesi toplumumuzdaki birlik ve beraberliğin bir göstergesidir (Teyin, 2020, s. 313). Farsça "keşk" isim kökünden türetilmiş olan keşkek kelimesi Türkiye, Balkanlar, İran, Irak, Güney Kafkasya gibi geniş bir coğrafyada yayılmış tören yemeğinin adıdır. Keşkek sözcüğü farklı dillerde kaşk, keşk, kişk gibi şekillerde de karşımıza çıkmaktadır (Çekiç & Özkan, 2022, s. 423). Bununla birlikte keşkek, *"İyice dövülmüş ve uzun süre birlikte kaynatılmış et ve buğdayla yapılan bir yemek."* (TDK, 1998, s. 1284); *"Unla beraber dövülmüş et ve buğdaydan yapılan ve ortasına kızdırılmış yağ dökülen bir yemek; yoğurt kurusu, keş, kurut"* (Devellioğlu,1992, s. 613) şeklinde anlam bulmaktadır. Türkçe adı "döğme aşı" olan keşkeğin Farsça isminin "keşkek", Arapçasının ise "herise" olduğu görülmektedir (Çelik, Kaya & Sandıkçı, 2021, s. 261). Türkiye Selçuklu döneminde ve Selçuklu öncesi İslam devletlerinde mutfağın vazgeçilmez yemeklerinden olan keşkeğin pişirip satıldığı yerin adıysa Dükkân-ı Herras'dır. Osmanlı mutfağında da çok sevilen bir kış yemeği olmakla birlikte düğünlerde de yapıldığı görülmektedir. Günümüzde ise yapımı uzun sürdüğü için düğünlerde ve özel günlerde daha az tercih edilmektedir (Çelik vd., 2021, s. 261).

Birtakım yiyeceklerin ve içeceklerin herkes tarafından bilinmesine ve nasıl yapılması gerektiğine dair aşağı yukarı bir fikrinin olmasına rağmen her yörede birtakım detaylarıyla farklılıklar gösterebilmektedir. Keşkek de bunlardan biridir ve geniş bir coğrafyaya yayılmış olması, hazırlanış biçimi, içine konan yiyecek maddelerinin farklılığı, pişirme tekniği ve sunum şekli bölgeden bölgeye farklılık götermekte bu sebepten dolayı pek çok kişi karışık bir yemek diye tarif etmektedir. Ülkemizin dört bir yanında bilinen ve başta düğünler olmak üzere birçok tören özelliği taşıyan özel günlerde vazgeçilmez ve başta gelen yemeklerinden biri olan keşkek genellikle Karadeniz ve Orta Anadolu yemeği olarak bilinse de, Akdeniz Bölgesinde bulunan; Hatay, Adana, Antalya, Doğu Anadolu Bölgesinde bulunan; Ağrı, Ardahan, Bingöl, Iğdır, Muş, Ege Bölgesinde bulunan; Denizli, İzmir, Kütahya, Muğla, Uşak, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunan; Şırnak; İç Anadolu Bölgesinde bulunan; Ankara, Çankırı, Karaman, Kırşehir; Karadeniz Bölgesinde bulunan; Amasya, Artvin, Bartın, Bolu, Gümüşhane, Karabük, Samsun, Sinop, Tokat, Marmara Bölgesinde bulunan; Balıkesir, Bursa, Çanakkale, Kocaeli, Sakarya illerinde yapılmakta ve tüketilmektedir (Çelik vd., 2021, s. 261). Türkiye'nin her bölgesinde yapılmakta olan keşkeğin yöreden yöreye isminde değişiklikler olduğu görülmektedir. Dövme pilavı / dövme aşı (Hatay, Adana, Gaziantep), herse (Rize), herise (Konya, Gaziantep), hırisi – hirisi (Hatay), gendirme pilavı (Erzincan), aşür, etli aşür, etli aşure (Hatay) bunlardan bazılarıdır (Çekiç, 2015, s. 10). Türkiye'nin bütün bölgelerinde yapılan keşkek farklı tarzda pişirilip sunulmaktadır. Ana malzemesi buğdaydır. Diğer malzemeler yöreden yöreye değişkenlik göstermektedir.

Keşkeğin ana malzemesi olan keşkeklik buğday ayıklanır, biraz su eklenir ve kabarmaya bırakılır. Kabaran buğday taneleri ahşap tokmaklar ile dövülerek kabuklarından ayrılır. Yemeğin diğer ana maddesi olan et için kemiksiz sığır/inek eti ya da kemikli erkek keçi eti kullanılmakla birlikte genellikle hayvanın gerdan eti tercih edilmektedir. Ramazan ayında ve bayramlarda özel olarak yapılan ve halk arasında "taş fırın/kara fırın keşkeği" olarak bilinen keşkek herkesin bildiği "kazan keşkeği" kadar yaygın olmamakla birlikte Türkiye'de özellikle Tosya (Kastamonu), Merzifon (Amasya), İskilip (Çorum) ve Safranbolu'da pişirme yöntemi olarak bilinmekte ve tercih edilmektedir. Bu yörelerde bulunan evlerin hemen hepsinde taş fırının bulunması sebebiyle ve ısısından yararlanmak amacıyla keşkek bu fırınlarda pişirilmektedir. Günümüzde evlerin yapısının değişmesinden dolayı kara fırının olmaması ve insanların istedikleri anda fırınlara ulaşamaması artık keşkek yapımında fırın yerine kazanların tercih edilmesine sebep olmuştur (Deniz & Yavaş, 2020, s. 684-685). Kara fırın keşkeğinin kazan keşkeğinden en önemli farkı "çömlek" adı verilen derin toprak kaplarda hazırlanıp iyice ısınmış, kızgın fırınlarda pişirilmiş olmasıdır. Fırında pişirmenin daha avantajlı olduğu bu yöntemde keşkek malzemeleri çömleğe koyulup hazırlandıktan sonra evin erkekleri tarafından fırınlara pişirmek için götürülmekte, 8-10 saat pişmek üzere fırınlara bırakılmaktadır. Fırınların kapakları kapatılmakta ve ısının kaybolmaması için kapağın etrafı çamurla sıvanmaktadır. Ramazan ve kurban bayramı arifesinde fırına koyulan keşkek (Deniz & Yavaş, 2020, s. 685) bayramın ilk günü Amasya'nın Merzifon ilçesinde olduğu gibi dövülerek (Çelik vd., 2021, s. 265) sakız kıvamına getirildikten sonra sofralara koyulmaktadır. Bayram namazından dönen erkeklerin de sofraya oturup yemeğe katılmasıyla birlikte yüzyıllardır süren keşkek geleneği yaşanmaya ve yaşatılmaya böylelikle devam edilmektedir (Deniz & Yavaş, 2020 s. 685).

Keşkeğin pişirildiği andan yenildiği ana kadar etrafında birtakım gelenek ve göreneklerin şekillendiği görülmekte, ritüeller açısından önem arz etmektedir. Keşkek bu yönleriyle somut olmayan kültürel bir miras sıfatını taşımaktadır. Keşkeğin içindeki malzemeleri, pişirilme şekli ve özel günlerin özel yemeği olması açısından Orta Asya Türklerinin de ana yemeklerinden biri olduğu görülmektedir.

Yemek, kimi zaman hayatı devam ettirebilmek için biyolojik bir ihtiyaç olmaktan çok kültürel beğenileri ve değerleri ortaya çıkaran, ortak kimliği belirlerken toplumsal ortamı ve kültür temelini, sınıfsal hiyerarşiyi belirgin kılan bunlarla birlikte dinden cinselliğe birçok konuda imleyen ya da imlenen toplumsal bir belirteçtir (Sarı, 2011, s. 186). Keşkek geleneğini, geleneksel düğün törenleri başta olmak üzere, sünnet, bayram, yağmur duası, çeşitli hayır etkinlikleri gibi hep beraber, topluluk halinde olunan törenlerde, ortak emeğin, iş gücünün ve paylaşımın esas olduğu dayanışmacı bir sosyal pratik olarak tanımlamak mümkündür (Çekiç, 2015, s. 20).

Toplumlarda bir halden başka bir hale geçişi temsil eden, insan yaşamının başlıca üç önemli dönemi vardır ki doğum, evlilik ve ölüm bu geçiş dönemlerini ifade etmektedir. Herbiri kendi içerisinde bazı alt bölümlere ve basamaklara ayrılmakta ve bu üç önemli aşamanın çevresinde pekçok inanç, âdet, töre, tören, âyin, dinsel ve büyüsel özelliği olan sözünü ettiğimiz geçiş dönemlerini bağlı bulundukları kültürün beklentilerine ve şekillendirdiği kalıplarına uygun bir biçimde yönetmektedirler (Örnek, 1977, s. 131). Bu dönemlerde tertip edilen organizasyonlarda keşkek yemeği Anadolu'nun birçok yöresinde maddi varlığıyla karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten bugüne kadar soyun devamlılığını sağlaması konusunda oldukça önemsenen ve geçiş dönemlerinin ilki olan doğum beraberinde şükrü ve statü değişiminden kaynaklanan memnun olma halini getirmektedir. Bu yüzden doğum sonrası edilen dualara, okutulan mevlid-i şeriflere kurulan sofralar eşlik etmektedir. Keşkek bu sofralarda doğum törenlerinde tercih edilen yemeklerdendir (Çekiç, 2015, s. 22). Evlilik törenlerinin ve sünnet düğünlerinin ana yemeği olan keşkek, toplumsal cinsiyet bakımından erkeğin toplum içindeki saygınlığını artırmak ve duruşunu sağlamlaştırmak için hazırlanan yemeklerden biri olduğu görülmektedir. Orta Asya'dan gelen göçebe Türklere ait olan keşkek, günümüzde Anadolu'nun pekçok yerinde köy düğünlerinde ikram edilmektedir (Çelik vd., 2021, s. 259). Sünnet düğünleri de keşkek ve toplumsal cinsiyet arasındaki ilişkiyi ortaya koyan sosyal etkinliklerdendir. Erkekliğe geçiş ritüeli olan sünnetin şenliklerle kutlanması erkekliğin toplumsal kabulünü ifade etmektedir (Sarı, 2011, s. 187). Sünnet düğünlerinde başyemek olarak keşkeğin yapılması aile bireylerinin çocuklarının erkek olmasından duyduğu gururun, mutluluğun bir timsali haline gelmiştir. Diğer geçiş dönemlerinde olduğu gibi ölüm de birçok gelenek, görenek, inanma ve uygulamayı beraberinde getirmekte, İslami motiflerle desteklenmektedir. Kur'an okuma, salavat getirme, mevlit okutma bu motiflerden bazılarıdır. Keşkek, etli pilav, pide başta olmak üzere yöresel farklılıklar göstermekle birlikte misafirlere yemekler ikram edilmektedir (Çekiç, 2015, s. 25). Keşkek, Anadolu'nun birçok yöresinde olmakla birlikte özellikle Karadeniz ve Ege Bölgesinde Ramazan ve Kurban bayramlarının vazgeçilmez yemeğidir. Karadeniz'de yemeğin hazırlığına arife günü başlanmakta ve çömleklere konulan keşkekler fırınlarda bireysel olarak pişirilmektedir. Ege ve Akdeniz Bölgesinde bayram namazından sonra köy meydanlarına kurulan bakır kazanlarda imece usulü pişirilen keşkek bayramlaştıktan sonra ikram edilmektedir. Anadolu'da bolluğun ve bereketin simgesi olan ve buğdayla pişirilen keşkek Nevruz kutlamalarının da asıl yemeğidir. Törensel Nevruz keşkeği Muğla, Mersin de (Anamur ve Bozyazı) bugün yaşatılmakta, demir dövme işleminin ardından keşkek yapan kadınlar selamlanıp tören sonunda keşkek ve çeşitli yemekler ikram edilmektedir. Hıdırellezde hayır amaçlı yapılıp dağıtılan yemeklerin başında yine keşkek gelmektedir. Hali vakti yerinde olanlar sevap işlemek, ahiret hayatını kazanmak amacıyla dünyevi istek ve kaygıdan uzak olarak keşkek pişirip dağıtmaktadır. Mezuniyet yıldönümleri, kurtuluş günleri ve hemşehri buluşmalarında da toplumsal kaynaşmanın, birlik ve beraberlik duygusunun pekiştiğinin bir göstergesi olarak keşkek ilk akla gelen yemeklerdendir (Çekiç, 2015, s. 26).

SONUÇ

Türkiye'de keşkeğin bütün bölgelerde yapıldığı bilinmektedir. Bununla birlikte yapımında ve sunumunda bazı farklılıkların olduğu görülmektedir. Yöresel farklılıklara rağmen keşkeğin en önemli ve dikkat çekici özelliği keşkeğin doğum, asker uğurlama, düğün, sünnet düğünü, hıdırellez, hayır yemeği, hacca gitme, çeşitli sebeplerle okutulan mevlitler ve bayramlar gibi belirli törenlerde bir ritüel olarak herkesin katılmasıyla birlik ve beraberlik içerisinde yapılması ve tüketilmesir. Bu törenlerin sosyal bağları güçlendirmek, toplumun ortak değerlerini paylaşmak, insanları bir araya getirmek, yardımlaşma ve dayanışma duygusunu yaşatmak, hissettirmek ve pekiştirmek, gelenekleri, görenekleri, âdetleri yaşatarak gelecek nesillere aktarmak gibi birçok işlevi de yerine getirdiği görülmektedir. Bu törenler ve törenlerdeki uygulamalar, pratikler, ritüeller toplumun kültürünü ve içinde değer verdiklerini de geleceğe taşıması ve sürdürebilirliğini sağlaması bakımından da önem arz etmektedir. Tören yemekleri bir toplumun köklü geçmişine, köklü geleneklerine dayanmaktadır. Bununla birlikte kültürel kimliğinin de sembolü olmaktadır. Geçmişten günümüze kadar bir miras olarak gelen keşkek günümüzde hakettiği yerdedir. Öğrenildiği ve bu yolla sahip çıkılmaya devam ettiği sürece daha iyi yerlerde de olacaktır. Keşkek, Türk kültüründe ve mutfağında tahıl ürünlerinin özellikle de buğdayın önemini simgeler. Buğdayın etle birlikte pişirilmesi, ardından uzun süre dövülerek etle buğdayın özdeşleşip macun kıvamına getirilmesi, yemeğin birlikte, ortak bir emekle hazırlanmasının en tipik örneğini teşkil eder. Keşkeğin birlikte hazırlanıp pişirilme süreci toplumsal işbirliği ve yardımlaşmanın canlı bir örneğini teşkil etmektedir.

Türk mutfağı yemeklerinin içeriği, çeşitliliği ve kültürel özellikleri bakımından turizm endüstrisi için önemli bir yere sahiptir. Bu sebeple Anadolu'ya özgü yemeklerin yapımının unutulmaması, tanıtımların pek çok alanda yapılması, Türk mutfak kültürünün geleneklerinin korunması ve bu kültürün sonraki nesillere aktarılması açısından oldukça önemlidir.

KAYNAKLAR

Bakkaloğlu, M., Türker, N. & Dağ, T. (2024). Safranbolu'nun tören yemekleri ve tören yemek kültürünün incelenmesi. *Journal of Academic Tourism Studies,* 5(1), 27-45. doi: 10. 29228/jatos.74115.

Beşirli, H. (2010). Yemek, kültür ve kimlik. *Milli Folklor*, 22 (87), 159-169.

Çekiç, İ. (2015). *Geçmişten günümüze törensel bir yemek: Keşkek*. (Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi). Erişim adresi: http://tez.yok.gov.tr>UlusalTezMerkezi>tezDetay. Erişim tarihi: 14. 04. 2025.

Çekiç, İ. & Özkan, A. (2022). Geleneksel tören keşkeğinin Türk gastronomisindeki yeri ve önemi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi,* 11/1, 422-435.

Çelik, S., Kaya, T. & Sandıkçı, M. (2021). Somut olmayan miras ürünü olarak tören keşkeği geleneğinin yöresel sunum farklılıkları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 258-274. doi: http://doi.org/10.37847/tdtad.996704.

Çobanoğlu, Ö. (1999). *Halk Bilimi Kuramları ve Araştırma Yöntemleri Tarihine Giriş.* Ankara: Akçağ Yayınları.

Deniz, T. & Yavaş, B. (2020). Karşılaştırmalı bir kültürel coğrafya araştırması: Bulak ve Yazıköy (Safranbolu) kırsalında keşkek yapımı ve kültürü. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(3), 680-689. doi: 10.14230/johut852.

Devellioğlu, F. (1992). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*. Ankara: Aydın Kitabevi.

Göde, H. A. & Tatlıcan, N. (2016). Geleneksel Isparta ekmeği etrafında şekillenen somut olmayan kültürel mirasın turistik, eğitimsel ve ekonomik işlevlerinin yaratılmasına yönelik yaklaşımlar. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.38, 125-143.

Güneş, S. (2012). Türk çay kültürü ve ürünleri. *Milli Folklor*, 24 (93), 234-251.

Örnek, S. V. (1977). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Sarı, E. (2011). Kurşunlu mutfak kültüründe keşkek: Geçmişi, bugünü ve yarını. *Milli Folklor,* 23 (90), 185-194.

Teyin, G. (2020). Kültürel bir miras; tören keşkeği geleneği. *Gastroia: Journal and Travel Research,* Vol. 4, Issue 2, pp. 313-321.

Türkçe Sözlük (1998). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Yazgan Serinkaya, E. (2017). Mutfak kültürünün Gaziantep'in geleneksel konutlarında incelenmesi. *Artium,* 5 (1), 27-41.

Yıldırım, D. (1998). *Türk Bitiği*. Ankara: Akçağ Yayınları.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

GELENEKSELDEN MODERNE: GASTRONOMİDE INHERIVATION KAVRAMI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Esra DEMİRCİOĞLU YILMAZ
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Araştırmaları Enstitüsü
ORCID: 0000-0003-0855-7084

Prof. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi Dekanı
ORCID: 0000-0002-7063-3247

ÖZET
Geçmişten gelen gastronomik değerlerin, geleneksel mutfak mirasının, modern teknikler ve yeni nesil yaklaşımlarla harmanlanmasını konu alan inherivation kavramı gastronomi dünyasında yeni bir trend olarak kendine yer bulmaktadır. Bu yaklaşıma göre; toplumların kültürel kimliği olarak değerlendirilen kültürlerin beslenme alışkanlıklarını, geleneksel yemek tariflerini ve pişirme tekniklerini korumayı hedefleyen ve dönemin gerekliliklerine göre bu yemeklerin uyarlanmasını konu alan bir yaklaşımdır. Mutfak miraslarının statik kalmaması adına gastronomik inovasyonların bu miraslara zenginlik katması kritik bir faktördür. Mutfak inovasyonları bu süreçte geleneksel tatların ve hikayelerinin korunmasını sağlarken gastronomik deneyimleri de zenginleştirir. Gastronomik mirası yenilikçi yaklaşımlarla yaşatmak ve gelecek nesillere aktarılmasını garanti altına almak için inherivation önem arz eder. Bunu sağlarken geçmiş değerleri geleceğe taşımada, inovasyon ve sürdürülebilirlikte bir köprü görevi görür.
Çalışmada inherivation yaklaşımını incelemek ve analiz edilmesini kolaylaştırmak amacıyla literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Inherivation kavramı gastronomi literatüründe henüz çok fazla yer bulmaması yönüyle çalışma özgündür. Alanda bir temel oluşturulabilmesi adına da önem arz etmektedir. Çalışma ayrıca bazı teorik ve pratik çıkarımlar içermektedir.
Anahtar Kelimeler: Inherivation, gastronomik miras, gastronomik inovasyon, kültürel sürdürülebilirlik

FROM TRADITION TO MODERNITY: AN EVALUATION ON THE CONCEPT OF INHERIVATION IN GASTRONOMY

ABSTRACT
The concept of inherivation, which centers on the integration of gastronomic values inherited from the past and traditional culinary heritage with contemporary techniques and next-generation approaches, is emerging as a novel trend within the field of gastronomy. This approach aims to preserve societies' dietary habits, traditional recipes, and cooking methods—elements regarded as expressions of cultural identity—while simultaneously adapting them to the evolving demands of the modern era. To prevent culinary heritage from becoming static, the incorporation of gastronomic innovation is deemed a critical component. Through such innovations, traditional tastes and their associated narratives are preserved, while the overall gastronomic experience is enriched. The concept of inherivation assumes a vital role in sustaining and transmitting culinary heritage through innovative perspectives, thereby ensuring its preservation for future generations. In this regard, it serves as a bridge between past values and future-oriented practices, particularly in the context of innovation and sustainability.

In the study, a literature review method was used to examine the inherivation approach and facilitate its analysis. Given that the concept has received limited attention in the current gastronomic literature, the study is considered original and contributes to the foundational understanding of the field. Additionally, it offers several theoretical and practical implications for future research and application.
Keywords: Inherivation, gastronomic heritage, gastronomic innovation, cultural sustainability

GİRİŞ

İnsanların yemekle ilgili tutum ve davranışları, onların kültürel kökenine dair ipuçları sunar. Ne yedikleri ve neyi yemekten kaçındıkları, topluluklar arasındaki kültürel farkları belirginleştirerek kültürel kimliğin inşasında önemli rol oynar. Bir yemeği özgün ve bölgesel kılan unsurlar arasında o yemek için hangi malzemelerin kullanıldığı yer almaktadır, ayrıca yemeğin nasıl hazırlandığı ve sunulduğu belirleyici bir rol oynar. Bu bağlamda yiyecekler, kültürel bir anlatı haline gelerek gastronomi ile yerel kimlik arasındaki güçlü ilişki oluşturur. Kültürel mirasın önemli bir bileşeni olarak karşımıza çıkak gastronomik miras, otantik mutfağın yaşatılması, ulusal gastronomik geleneklerin korunması ve canlandırılması, yerel ürünlerin tanıtılması gibi pek çok konuda değer görmeye başlamıştır (Uggioni, Proença, ve Zeni, 2010, s. 8; Rivza, Kruzmetra, Foris, ve Jeroscenkova, 2017, s. 174).

Inherivation yaklaşımının temel aldığı konulardan biri olan gastronomik miras, toplulukların ortak kültürel kimliklerini şekillendiren yiyecekler ile mutfak becerilerine dair bilgi ve uygulamaları içermektedir. Kavram yalnızca yiyecekleri değil; tarımsal üretimden mutfak ekipmanlarına, pişirme tekniklerinden yeme alışkanlıklarına kadar geniş bir sosyo-kültürel yelpazeyi kapsamaktadır. Gastronomik mirasın bir parçası olarak geleneksel gıda ürünleri belirli dönemlerde, kutlamalarda veya mevsimlerle ilişkilendirilen, nesilden nesile aktarılmış yiyeceklerdir. Bu ürünler kendine özgü tat, koku ve doku gibi duyusal özellikleriyle tanınan, doğal işleme süreçlerinden geçen ve genellikle belirli bir coğrafi bölgeyle özdeşleşmeleriyle ön plana çıkar (Vanhonacker vd., 2010, s. 453; Romagnoli, 2019, s. 8).

Bir toplumun kültürel kimliğini yansıtan önemli bir unsur olan gastronomik miras, toplum içerisinde aidiyet duygusunu pekiştirmede önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. UNESCO tarafından etiketlenen herhangi bir gastronomik miras ürünü yöresel ürünlerin, gastronomi rotalarının ve kültürel peyzajların tanıtımına katkı sağlayarak turizm açısından cazip bir hale gelir. UNESCO gibi kuruluşların bu tarz ürünleri tanıması, gastro-diplomasi stratejilerine katkı sağlamakta ve ülkelerin uluslararası prestijlerini arttırmaktadır (Romagnoli, 2019, s. 12).

İşletmelerin başarıyı yakalamasında kilit faktörlerden biri olarak karşımıza inovasyon çıkar. Diğer işletmelere nazaran restoranlarda, mutfaklarda ve diğer yemek hizmeti sunan işletmelerde inovasyon konusu kendine daha az yer bulmuştur. Şefler rekabette ön plana çıkacak yemekler yaratmak için pazarın cazibesini ve organizasyonun etkinliğini göz ardı etmektedirler (Harrington ve Ottenbacher, 2013, s. 5-8). Porter (1980) mutfak inovasyonlarını, rekabette üstünlük sağlamak amacıyla ürün farklılaştırma stratejileri kullanarak değer yaratma süreci olarak tanımlar (Harrington, 2005, s. 36). Ottenbacher ve Harrington (2009)'un yaptıkları bir çalışmaya göre mutfak inovasyonunda başarılı olmanın en kritik rolü itibar olarak ve fikirlerin geniş kitlelere yayılmasına duyulan ihtiyaç önemli faktörler olarak belirtilmiştir. Sürdürülebilir bir rekabet avantajı için ise dört önemli gösterge bulunmaktadır. Bunlar; *"değer, nadirlik, taklit edilebilirlik ve ikame edilebilirlik"* olarak belirtilmektedir (Barney, 1991, s. 99). Bir başka çalışmada ise bu göstergeler *"ürün, kültür, yönetim, hizmet, estetik, yaratıcılık ve teknik"* olmak üzere 7 ana yapı altında kategorize edilmiştir.

Sürdürülebilir mutfak inovasyonu için önem sırasına göre yapılan sıralamada "ürün" göstergesi en önemli unsur olarak belirlenmiştir (Wang ve Ko, 2024).

Gastronomi dünyasında mutfak inovasyonları yaratmada şeflerin algıları, inançları ve görüşleri onların inovatif yaklaşımlarını yönlendirirken, aynı zamanda bu süreç içerisinde etkileşimde bulundukları bireylerin karşılaştıkları sonuçları anlamak açısından kritik bir rol oynar. Mutfak inovasyonları konusunda dikkat çeken elit şeflerin yemeği entelektüel söylemle ilişkilendirip, pişirme pratikleri uygulama kategorileri çerçevesinde genişletmeleri önem arz eder. Mutfakta inovatif fikirler çoğu zaman şefler tarafından ortaya atılmaktadır. Girişimci bir ruha sahip olan şeflerin inovasyon sürecini genellikle deneme yanılma yöntemleriyle yönettikleri bilinmektedir Bu gibi mutfak inovasyonları sürecinde şeflerin sezgileriyle yönlendirilen *"yaratıcı bölüm"* ve büyük ölçüde tanınmış restoran rehberlerinde yer alan test uzmanlarının uzmanlık bilgileri, deneyimleri ve sübjektif değerlendirmelerine dayanan *"inovasyon bölümü"* ile iki farklı süreç tanımlanmaktadır (Stierand ve Lynch, 2008, s. 337-338; Stierand, Dörfler, ve MacBryde, 2014, s. 15; Presenza vd., 2018, s. 562).

Mutfakta inovasyon yaratabilmek amacıyla aşçı ve bilim insanlarının bir araya geldiği çok disiplinli ekipler kurulmaktadır. Bu amaçla kurulmuş olan laboratuvarlar ve araştırma merkezleri mutfak inovasyonuna kendini adamaktadır. Mutfak inovasyonunun etki alanını genişletebilmek amacıyla bir araya gelen bu karma grup, biyoteknoloji, sağlık, turizm, gibi sektörlerle birleştirerek gelişmiş gastronomi ekosistemlerini canlandırmayı hedeflemektedirler. Mutfakta inovasyona neden olan *"yaratıcı özgürlük, itibar, meşruiyet ve büyüme ihtiyacı"* dört büyük motivasyon bulunmaktadır. Bu motivasyonları *"stratejik düşünme, standardizasyon, iş birliği, uluslararasılaşma"* gibi mekanizmalar vurgulamaktadır (Presenza ve Messeni Petruzzelli, 2019, s. 101; Galarraga ve Martinez de Albeniz, 2025, s. 3).

Inherivation kavramı "*heritage*" (miras) ve "*innovation*" (inovasyon) kelimelerinin birleşimi ile oluşan yenilikçi bir gastronomik yaklaşımdır. Eski ve köklü mutfak geleneklerini yaşatarak, yeni gastronomik tekniklerin sunduğu yaratıcılıkla ve modern dokunuşlarla özgün yemek tasarlama trendidir. Bir yemeğin kültürel kimliğini kaybetmeden, çağdaş bir bakış açısı kazandırarak günümüz zevklerine uyarlama bu yaklaşımın temel hedeflerdendir. Bu kavram, yerleşik mutfak geleneklerinin temellerini korumayı önceler. Ayrıca yemeklerin yeniden şekillendirilmesinde mutfak mirasını yaratıcı ve inovatif yaklaşımlarla değerlendirir. Özgün değerleri koruma çabalarını desteklemek ve mutfak mirasına duyulan saygıyı arttırmak için şeflerin geniş kitlelere hitap edecek lezzetler yaratma fırsatı sunar. Bu yöntem hem geleneğe bağlılık hem de modern damak zevkini bir araya getirir. Inherivation anlayışı, mirasların inovasyon süreçlerinde hem yönlendirici hem de itici bir güçtür. Bu yönleriyle, dinamik dönüşüm ve uyum kapasitesini ortaya koymada önemi haiz bir kavramdır. Bu anlayış sadece mirasın inovasyonunu mümkün kılan bir unsur değildir, aynı zamanda sürekli dönüşüm ve adaptasyon sunduğunu vurgular. Doğal ve yerel kaynaklı malzemelerin kullanımına yönelik giderek artan bir eğilimin olduğu belirtilmektedir (Restaurantware, 2025).

GEREÇ VE YÖNTEMLER

Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Araştırma çalışmalarında önemli bir süreç olarak karşımıza çıkan literatür taraması yöntemi, araştırmacıların zaman kaybetmesini ve yeterli içeriğe ulaşamamasını engeller. Yenilikçi her alanda başvurulması gerek bu ilk adım, belli bir konuya ilişkin yayımlanmış tüm kaynakların, mümkün olan en geniş kapsamda, ayrıntılı ve düzenli şekilde taranıp analiz edilmesi süreci olarak tanımlanmıştır. Literatür taraması Gall vd. (1996) göre; yeterince incelenmemiş veya henüz ele alınmamış araştırma konuları bulabilmede ve araştırma probleminin sınırlarının belirlenmesinde yardımcı olur.

Ayrıca denenmiş etkisiz görülen yöntemlerin ayıklanmasına imkân sağlarken, gelecek çalışmalara yönelik öngörü geliştirmesini sağlar. Aynı zamanda yöntembilimsel açıdan yol göstericidir (Köroğlu, 2015, s. 61).
Inherivation kavramı, Web of Science, Scopus, Springer Nature Link, Science Direct, EBSCO, IEEE Xplore, Google Scholar gibi pek çok veri tabanında anahtar kelime olarak taranmıştır. Bu veri tabanlarında inherivation ile ilgili yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Inherivation kavramının gastronomi literatüründe henüz yer bulmaması nedeniyle bu çalışma özgün bir çalışmadır. Alanda bir temel oluşturulabilmesi ve gelecek çalışmalar için yönlendirici niteliğe sahip olması adına da önem arz etmektedir.
Kavramın 2025 yılı trendleri arasında bulunuyor olması, konunun teorik alt yapısının bulunmaması ve bu sebeple literatürde henüz geliştirilmemiş olmasından dolayı bulgular bölümü bu çalışmadan çıkarılmıştır.

TARTIŞMA

Inherivation kavramı daha önce de açıklandığı üzere teorik inşası henüz bulunmayan yeni bir gastronomik yaklaşımdır. Literatürde bulunmaması sebebiyle kabul edilmesi zaman alabilecek bir yaklaşımdır. Alternatif veya benzer bir kavramla çakışma ihtimali göz önünde bulundurulduğunda kavramın ne olduğu, amacı gibi net sınırların belirlenmesi ihtiyacı doğabilir. Ampirik olarak henüz bir test veya uygulanabilirlik potansiyeli bulunmadığından konunun avantaj ve dezavantajları kesin olarak bilinmemektedir.
Kavram kültürel çalışmalarla, mutfak inovasyonu gibi pek çok konu ile ilişkilendirilerek açıklanabilir. Belirli bir fenomeni açıklamak için kapsayıcı bir yapı sunabilir ve alandaki eksikliği doldurabilir. Geleneksel kavramların açıklanmasında destekleyici ve süreçleri anlamada daha etkili olabilir. Bu çalışma bir temel oluşturacağı için alanda yeni tartışmalara kapı açabilir ve kavramın farklı boyutları incelenebilir.
Bu yaklaşım ile geleneksel ve yenilikçi yeni bir gastronomik kimlik oluşturulabilir. Yeni tekniklerle yerel malzemelerin birleştirilmesiyle meydana gelebilecek yeni lezzetler hem tanıdık hem yeni keşfedilmiş tat profili meydana getirebilir. Füzyon mutfaklarla entegre hale getirilip kültürel etkileşim ile yeni yemeklerin yaratılması sürecini kolaylaştırabilir. Yeni nesillere hitap edecek, unutulmuş veya yüz tutmuş yemeklerin yeniden canlandırılmasında, yerel malzemelerin uluslararası mutfak sahnelerine taşınmasında kullanılabilir.
Bilinçsizce yapılan ve genellikle ticari amaç güdülen modernleşme akımlarında geleneksel miras olan yemeklerin bozulma ve yozlaşma ihtimali yüksek görülebilir. Bu sebeple geleneksel tariflere saygılı yaklaşım ve kendine has yanların korunarak kültürel adaptasyona dönüştürmede inhevation yaklaşımı benimsenebilir. Modern çağ ve eski geleneklerin korunması için inherivation yöntemi köprü görevi görerek iki durum arasında denge kuran bir yöntem olarak konumlandırılabilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Inherivation trendinin mevcut durumu incelendiğinde 2025 yılının yükselen değerleri arasında olduğu görülmektedir. Gastronomi dünyasında dikkat çeken bir değer olarak karşımıza çıkan bu yaklaşım, sektörde hâlâ olgunlaşma sürecindedir. Henüz gelişim sürecinde olsa da giderek daha fazla benimsenmekte ve kullanımı daha da yaygınlaşmaktadır. Restoranların menü tasarımına farklı bir bakış açısı sağlayan ve menü tasarımında restorandı gelenekle modern mutfakları bütünleştirme fikri ile etkilemeye başladığı söylenebilir. Değişen müşteri beklentilerinde yaratıcı bir çözüm olarak karşımıza çıkan inherivation'un popülaritesi artmaktadır. Yenilikçi lezzetlere açık olan müşterilerin keşif arzularını karşılarken aynı zamanda onlara tanıdık lezzetlerin konforunu ve güvenini sunar.

Bu da inherivation'un başarılı bir strateji olarak benimsenmesini sağlar. Giderek büyüyen ve gelişen restoran işletmeleri için pazarda fark yaratmak ve rekabette öne çıkmak için bu trend kritik bir fırsattır. Bu sayede işletmeler çok daha geniş kitlelere hitap ederek müşteri tabanlarını genişletebilirler. Marka kimliklerini özgünleştirmede ve benzersiz hale getirmede fırsatlar sunar. Kültürel mutfak mirasının onurlandırılmasını sağlarken, gelenekselci, yenilikçi ve yaratıcı harman sayesinde güçlü bir konuma ulaşmak mümkündür (Restaurantware, 2025).

Inherivation kavramı yeni bir yaklaşım olduğu için farklı bağlamlarda nasıl test edileceği araştırılabilir. Kavramın geliştirilmesi ve sektöre kolaylık sağlayabilmesi için uygulama aşamaları geliştirilebilir. Alana daha fazla nasıl katkı sağlayabileceği, potansiyel olarak hangi kullanım alanlarına hitap edeceği araştırılabilir ve geliştirilebilir.

Mevcut koşullar içerisinde inherivation yaklaşımı şeflere müşterilerin konfor arayışı nedeniyle kolaylık sağlayabileceği düşünülebilir. Şefler bu yaklaşımla bölgesel veya kültürel miras ürünlerini koruyarak yeni bir sentez meydana getirebilir. Farklı kültürleri tek tabakta toplayacak yeni fikirler ortaya atabilir. Bu sayede şefler müşterilere hem alışılmış hem de sıra dışı lezzetler sunabilir. Kişiye özel veya bazı damak tatlarına sahip kişiler için, yenilik arayışında olan deneyimsel gastronomi turistleri için yeni konseptler geliştirilebilir.

Bazı yemekler tat, koku veya görünüş itibariyle tüketiciler tarafından beğenilmeyebilir. Obezite, kalp damar rahatsızlıkları gibi sağlık endişeleriyle de zaman içinde bazı yemeklerin yeniden yorumlanarak tüketicilere adapte edilmesi gerekebilir. Bu gibi sebeplerle ilgi çekici olmayan yemeklerin tat profilleri yeniden şekillendirilebilir. Sunumu, modern tabaklama yöntemleriyle ilgi çekici hale getirilebilir ve yemeğin olumsuz algısı değiştirilebilir. Yemeklerdeki asit veya tat dengesi yumuşatılabilir veya bazı malzemeler uygun alternatifler ile değiştirilebilir. Beğenilmeyen yemeklerin beğenisini arttırmak gıda israflarını da azaltacağı için sürdürülebilirlik endişeleri azalabilir. Gastronomik hikayeleştirmelerle yemeğin gelecek nesillere aktarımında güçlü bir yan olarak kullanılabilir.

Yerel üreticiyi desteklemesi yönüyle bölgenin ekonomik kalkınmasında fayda sağlayabilir. Yerel ürün kullanımı, ürünlere olan ulaşımı kolaylaştıracağı için ulaşım zincirine ihtiyaç kalmayabilir ve bu sayede çevre dostu bir uygulama olarak nitelendirilebilir. Mevcut kaynakların verimli kullanılmasını sağlayabilir.

Gastronomik deneyimlere meraklı ve geleneksel yapıya saygılı turistler için inherivatif turistler gibi bir terim türetilebilir. Türk gastronomi işletmelerinde bu yaklaşım kullanılabilir ve destinasyon pazarlaması için cazip bir unsur olabilir. Destinasyon tercihini arttırabilir, daha fazla turist katılımı sağlayabilir ve daha yüksek müşteri memnuniyeti kaynağı olabilir.

KAYNAKLAR

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Galarraga, A., & Martinez de Albeniz, I. (2025). Innovation and creativity in gastronomy beyond Haute Cuisine restaurants: Towards an innovation ecosystem in Gastronomytech in the Basque Country. *Creativity and Innovation Management*, *34*(1), 3-29. https://doi.org/10.1111/caim.12624

Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2013). Managing the Culinary Innovation Process: The Case of New Product Development. *Journal of Culinary Science & Technology*, *11*(1), 4-18. https://doi.org/10.1080/15428052.2012.754724

Harrington, Robert J. (2005). The Culinary Innovation Process—A Barrier to Imitation. *Journal of Foodservice Business Research*, *7*(3), 35-57. https://doi.org/10.1300/J369v07n03_04

Inherivation Set To Transform Menus: The Emerging Culinary Trend Of 20. (2025, Ocak 28). (31 Mart 2025), Restaurantware website: https://www.restaurantware.com/blogs/news-updates/inherivation-set-to-transform-menus-the-emerging-culinary-trend-of-2025

Köroğlu, S. A. (2015). Literatür Taraması Üzerine Notlar ve Bir Tarama Tekniği. *GİDB Dergi*, (01), 61-69. https://dergipark.org.tr/tr/pub/gidb/issue/53677/717557

Ottenbacher, M. C., & Harrington, R. J. (2009). Institutional, Cultural and Contextual Factors: Potential Drivers of the Culinary Innovation Process. *Tourism and Hospitality Research*, *9*(3), 235-249. https://doi.org/10.1057/thr.2009.8

Presenza, A., Abbate, T., Vargas-Sánchez, A., & Harrison, T. (2018). Creativity and innovation: The case of haute cuisine. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, *22*(6), 562-577. https://doi.org/10.1504/IJEIM.2018.095045

Presenza, A., & Messeni Petruzzelli, A. (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

Rivza, B., Kruzmetra, M., Foris, D., & Jeroscenkova, L. (2017). *Gastronomıc Herıtage: Demand and Supply*. *44*(44), 174-181. Jelgava, Letonya.

Romagnoli, M. (2019). Gastronomic heritage elements at UNESCO: problems, reflections on and interpretations of a new heritage category. *International Journal of Intangible Heritage*, *14*, 1-15.

Stierand, M., Dörfler, V., & MacBryde, J. (2014). Creativity and Innovation in Haute Cuisine: Towards a Systemic Model. *Creativity and Innovation Management*, *23*(1), 15-28. https://doi.org/10.1111/caim.12050

Stierand, M., & Lynch, P. (2008). The Art of Creating Culinary Innovations. *Tourism and Hospitality Research*, *8*(4), 337-350. https://doi.org/10.1057/thr.2008.28

Uggioni, P. L., Proença, R. P. da C., & Zeni, L. A. Z. R. (2010). Assessment of gastronomic heritage quality in traditional restaurants. *Revista de Nutrição*, *23*(1), 7-16. https://doi.org/10.1590/S1415-52732010000100002

Vanhonacker, F., Verbeke, W., Guerrero, L., Claret, A., Contel, M., Scalvedi, L., Hersleth, M. (2010). How European consumers define the concept of traditional food: Evidence from a survey in six countries. *Agribusiness*, *26*(4), 453-476. https://doi.org/10.1002/agr.20241

Wang, H.-L., & Ko, W.-H. (2024). Developing the indicators of culinary innovation from the sustainable development goals. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *37*(100994). https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2024.100994

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

OSMANLI MUTFAĞI KONULU LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Özkan DEMİR
Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
ORCID: 0000-0002-7994-2564

ÖZET
Bu araştırmada Ulusal Tez Merkezi veri tabanı arama motoruna *'Osmanlı Mutfağı', 'Osmanlı Mutfak' ve 'Osmanlı Saray Mutfağı'* kelimeleriyle arama yapılarak elde edilen lisansüstü tezlerin doküman incelemesi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Ulusal Tez Merkezinden söz konusu kelimelerle arama yapılmış ve aramalar sonucunda 16 tez incelenmiştir. Yapılan analizler sonucunda 1998-2023 yılları arasında yayınlanan toplam 16 tezin 1'inin doktora tezi, 15'inin ise yüksek lisans tezi olduğu; 8'inin veri toplama aracı olarak nitel yöntem tercih ettiği, 6'sının literatür taraması olduğu ve 2'sinin nicel veri toplama yöntemi tercih ettiği belirlenmiştir. 2'si İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, 2'si Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi 12'si ise 12 farklı üniversite bünyesinde olmak üzere toplam 14 farklı üniversitede yayınlanan 16 tezin 8'i lisansüstü eğitim enstitüsü, 8'i ise sosyal bilimler enstitüsünde yayınlanmıştır. Tezlerin 6'sı gastronomi ve mutfak sanatları, 3'ü turizm işletmeciliği, 2'si tarih anabilim dalında yayınlanmış olup, ayrıca gastronomi anabilim dalı, tasarım, teknoloji ve toplum bilimi anabilim dalı, medya ve kültürel çalışmalar anabilim dalı, Osmanlı tarihi anabilim dalı ve sanat, tasarım ve anasanat dalında ise 1'er tez yayınlanmıştır. İncelenen tezlerin 2'sine profesör doktor, 6'sına doçent doktor, 6'sına doktor öğretim üyesi, 1'ine yardımcı doçent ve 1'ine ise öğretim görevlisi unvanına sahip öğretim elemanları danışmanlık etmiştir. İncelenen doktora ve yüksek lisans tezlerde kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğu incelendiğinde 'Osmanlı Saray Mutfağı', 'Mutfak Kültürü', 'Osmanlı Mutfağı', ve 'Gastronomi Turizmi' anahtar kelimelerinin daha yoğun kullanıldığı belirlenmiştir.
Anahtar Kelimeler: Osmanlı Mutfağı, Lisansüstü Tezler, Ulusal Tez Merkezi

REVIEW OF GRADUATE THESIS ON OTTOMAN CUISINE

ABSTRACT
This study aims to examine the postgraduate theses that will be revealed by searching the National Thesis Center database search engine with the words 'Ottoman Cuisine', 'Ottoman Kitchen' and 'Ottoman Palace Cuisine' using the document review method. For this purpose, a search was made with the mentioned words from the National Thesis Center and 16 theses were examined as a result of the searches. As a result of the analyses, it was determined that of the 16 theses published between the years 1998-2023, 1 was a doctoral thesis and 15 were master's theses; 8 preferred the qualitative method as a data collection tool, 6 were literature reviews and 2 preferred the quantitative data collection method. Of the 16 theses published in a total of 14 different universities, 2 of which were published in Istanbul Ayvansaray University, 2 in Sakarya University of Applied Sciences and 12 in 12 different universities, 8 were published in postgraduate education institutes and 8 in social sciences institutes. Six of the theses were published in gastronomy and culinary arts, three in tourism management, and two in history, and one each in gastronomy, design, technology and social science, media and cultural studies, Ottoman history, and art, design and art departments.

Two of the theses were advised by professors, six by associate professors, six by assistant professors, and one by lecturers. When the density of keywords used in the doctoral and master's theses were examined, it was determined that the keywords 'Ottoman Palace Cuisine', 'Culinary Culture', 'Ottoman Cuisine', and 'Gastronomic Tourism' were used more frequently.
Keywords: Ottoman Cuisine, Postgraduate Theses, National Thesis Center

GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu'nun geniş toprakları göz önüne alındığında, günümüzdeki Türkiye Cumhuriyeti, Balkanlar da dahil olmak üzere Güneydoğu Avrupa'nın büyük kısmı, Yunanistan, Ukrayna'nın bazı bölgeleri, Ortadoğu, Cezayir'e kadar Kuzey Afrika ve Arap Yarımadası'nın büyük bir kısmı, tüm Osmanlı topraklarındaki yemek kültürünün kapsamlı bir portresini çizmek kolay değildir (Özaltın ve Yılmaz, 2024: 44). Osmanlı Devletinin sınırlarının genişlemesi mutfak kültürüne de olumlu yönde etki etmiş ve oldukça zengin bir ürün çeşitliliği ortaya çıkmıştır (Emercan, 2022: 3). Osmanlı İmparatorluğu aynı zamanda sayısız kültüre, dine ev sahipliği yapmış ve bu kültürel zenginlik de mutfak kültürüne olumlu etki ederek eşsiz bir mutfak yaratmıştır (Güldemir, vd., 2021: 2). Orta Asya, Anadolu, İran, Selçuklu, Bizans ve Arap kültürlerinin harmanlanması ile vücut bulan Osmanlı mutfağı (Obuz, 2022: 54) genel anlamda Osmanlı Devleti'nin egemenliğindeki havzada, değişik coğrafya yapısındaki kültürlerin kaynaşması, etkileşmesi ve bölgedeki halkın alışkanlıkları, ihtiyaçları, gelenek/görenekleri, damak zevkleri gibi unsurlar ile şekillenmiştir (Özer ve Atay, 2022: 469). Osmanlı mutfağı, saray mutfağı ve halk mutfağı olarak ayrılmaktadır (Kızıldemir, Öztürk, Sarıışık, 2014: 199; Akkaya, Bayrakçı ve Özcan, 2018: 62; Ceyhun Sezgin ve Durmaz, 2019: 1502; Kanat, 2022: 4).

Osmanlı Devleti tarihsel süreç boyunca Bursa, Edirne, Topkapı Sarayı ve Yıldız Saraylarından yönetilmiş ve bu saraylar Osmanlı mutfak kültürünü şekillendirmiş olsa da, Osmanlı mutfağının klasik dönemi Topkapı sarayı mutfağıdır (Solmaz, 2018: 74). Bu sebeple Osmanlı mutfağına dair yapılan araştırmalar 1478'den 1856 yılına kadar Osmanlı İmparatorluğu idari merkezi olan Topkapı Sarayı'na ait belgeleri rehber almaktadır (Parmaksızoğlu, 2022: 17). Osmanlı saraylarında mutfağa büyük önem verilmiş ve padişahın sosyalleşme aracı olarak gördüğü sofra nedeniyle mutfak yeniliklere açık olmuş ve lezzetli ve çeşitli yemeklerin yapıldığı bir yer haline gelmiştir (Özaltın ve Yılmaz, 2024: 45). Özellikle Hristiyan ve Musevi cemaatlerin, Rum ve Ermenilerin saray mutfağına geniş bir yelpazede çeşitlilikle katkıda bulunduğu da bilinmektedir (Hatipoğlu, 2014: 65). 1453 yılında Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethi sonrası sarayda Osmanlı yemeklerinde de büyük değişimler yaşanmıştır. Bu dönemde deniz ürünleri tüketimi arttığı gibi aynı zamanda Fatih Kanunnamesiyle Osmanlıda ilk defa yemek yeme kuralları uygulanmıştır (Güler, 2010: 26). Osmanlı'da saray mutfağı için 'Matbah-ı Amire' tabiri kullanılmış olup, bu alan 5250 m^2 lik bir alanı kapsamaktaydı (Kanat, 2022: 2). Matbah-ı Amire'nin birinci ve ikinci birimler "Has Mutfak"; üçüncü, dördüncü ve beşinci birimler "Enderun Mutfağı" altıncı, yedinci ve sekizinci birimler "Harem ve Birun Mutfağı" dokuzuncu ve onuncu birimler ise saray tatlılarının hazırlandığı "Helvahâne" dir. Helvahâne, sonradan açılmış olan bir kapı ile tek kubbeli Şerbethâne'ye bağlanmış ve bu alan mutfaklar bloğunun denize cephe veren son mekânıdır (Özer ve Atay, 2022: 469-470).

Osmanlı mutfağı, Osmanlı saray mutfağı kadar gösterişli olmasa da çeşit ve lezzet bakımından oldukça zengindir. Osmanlının misafirperver halkı, hazırlanan yemekleri misafirlerine beğendirebilmek amacıyla çabalamış ve bunun neticesinde özel lezzetler ortaya çıkarmıştır (Güler, 2010: 26; Armutoğlu ve Güldemir, 2024: 2739).

Halk mutfağında sofrada yemek yemek için kaşıktan başka bir araç kullanılmamış, kaşık ile çorba ve hoşaf tüketildiği gibi bazen pilav da kaşıkla tüketilmiş, diğer yemeklerde ise eller kullanılmıştır (Seçim, 2018: 128). Osmanlı halk mutfağında seçkinlerin dışında kalan halkın arasında çatal ve bıçak kullanımının 20. yüzyılda yaygınlaştığı söylenebilir (Bilgin, 2016: 12). Yemeklerin sade ve gösterişsiz olduğu Osmanlı halk mutfağında yemekler yerde, sofra bezinin üzerinde yenirken, yiyeceklerin yanında ise içecek olarak genelde şurup, ballı şerbet, gül suyu ve meyve hoşafları tüketilmiştir (Demirgül, 2018: 114).

Bu araştırmada Ulusal Tez Merkezi veri tabanı arama motoruna *'Osmanlı Mutfağı', 'Osmanlı Mutfak' ve 'Osmanlı Saray Mutfağı'* kelimeleriyle arama yapılarak elde edilen lisansüstü tezlerin doküman incelemesi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla aşağıdaki sorulara cevap aranarak elde edilen veriler açıklanmaya çalışılmıştır.

Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezler hangi tarihler arasında yapılmıştır?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezlerin türüne göre dağılımı nasıldır?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı nasıldır?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezler hangi üniversiteler bünyesinde yapılmıştır?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezlere danışmanlık yapan öğretim üyelerinin unvana nedir?
Osmanlı mutfağı konulu lisansüstü tezlerin hangi anahtar kelimeleri daha yoğun kullanmışlar?

YÖNTEM

Araştırmada Ulusal Tez Merkezi veri tabanından '*Osmanlı Mutfak*', '*Osmanlı Mutfağı*' ve '*Osmanlı Saray Mutfağı*' sözcükleriyle arama yapılarak elde edilecek olan lisansüstü tezlerin doküman incelemesi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır. Doküman incelemesi, kitap, gazete makalesi, akademik dergi makaleleri ve kurumsal raporlar da dahil olmak üzere çeşitli belge türlerinin analiz edilmesinden oluşmaktadır (Morgan, 2022: 64).

Araştırmanın verileri Ulusal Tez Merkezi ana sayfasında yer alan arama motoruna sırasıyla *Osmanlı Mutfak*', '*Osmanlı Mutfağı*' ve '*Osmanlı Saray Mutfağı*' sözcükleriyle, herhangi bir filtreleme yapılmadan arama yapılmıştır. 3 Nisan 2025 tarihinde yapılan bu arama sonucunda 1'i doktora tezi, 15'i ise yüksek lisans tezi olmak üzere toplamda 16 lisansüstü teze ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen lisansüstü tezler, yayınlandıkları tarihleri, tez türü, tezde kullanılan yöntem, tezin hangi üniversite, hangi enstitü ve hangi anabilim dalında yayınlandığına dair farklı kriterler doğrultusunda incelenmiştir. Belirlenen bu kriterler doğrultusunda araştırma verileri word ve excel dosyalarına aktarılıp, gerekli kodlamalar yapılmış, frekans ve yüzdelik değerleriyle birlikte tablo grafik şeklinde sunulmuştur**.**

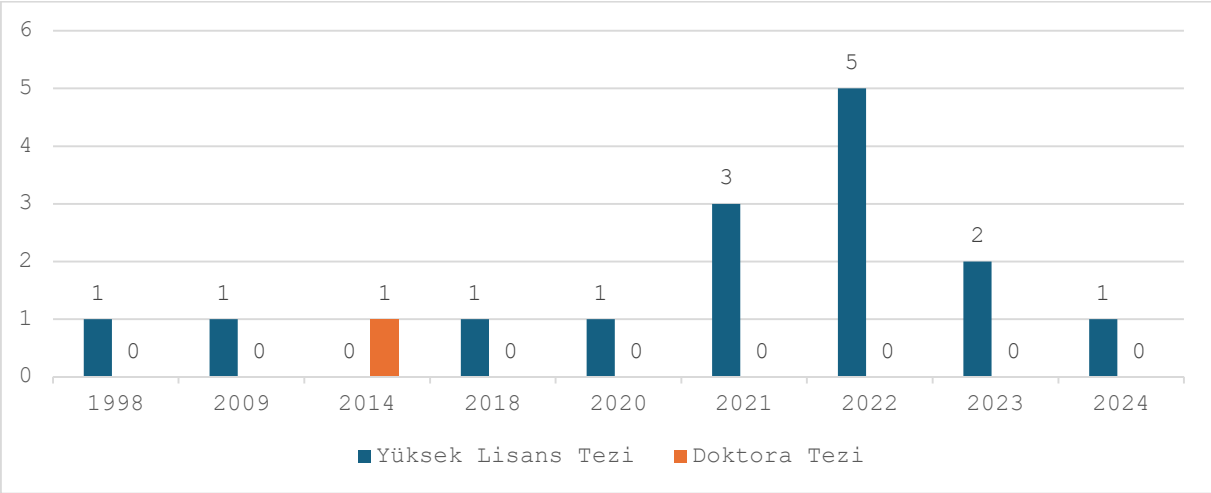
BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde 1998-2023 yılları arasında Ulusal Tez Merkezi veri tabanında Osmanlı mutfağıyla ilgili yayınlanmış tezlerin incelenmesi sonucu elde edilen bulgular sunulmaktadır.

Tablo 1. Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımı

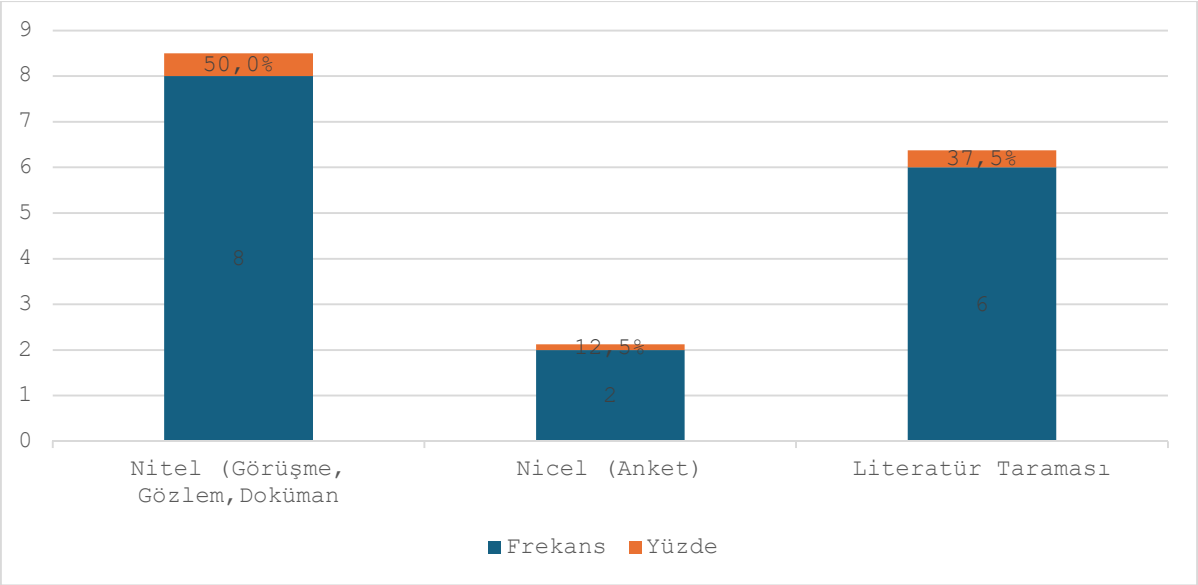
No	Üniversite	Frekans	Yüzde
1.	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	2	12,5
2.	İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	2	12,5
3.	Sakarya Üniversitesi	1	6,25
4.	İstanbul Topkapı Üniversitesi	1	6,25
5.	Ege Üniversitesi	1	6,25
6.	İstanbul Gelişim Üniversitesi	1	6,25
7.	Özyeğin Üniversitesi	1	6,25
8.	İstanbul Arel Üniversitesi	1	6,25
9.	Yıldız Teknik Üniversitesi	1	6,25
10.	Balıkesir Üniversitesi	1	6,25
11.	Gümüşhane Üniversitesi	1	6,25
12.	Afyon Kocatepe Üniversitesi	1	6,25
13.	Boğaziçi Üniversitesi	1	6,25
14.	Iğdır Üniversitesi	1	6,25
Toplam		**16**	**%100**

Tablo 1'de Osmanlı mutfağıyla ilgili yazılan tezlerin üniversitelere göre dağılımı incelendiğinde tezlerin %12,5'inin (n=2) Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesinde, %12,5'inin (n=2) ise İstanbul Ayvansaray Üniversitesinde yazıldığı görülmektedir. Araştırmada incelenen 16 tezden 12'si ise farklı 12 üniversitede hazırlanmıştır.



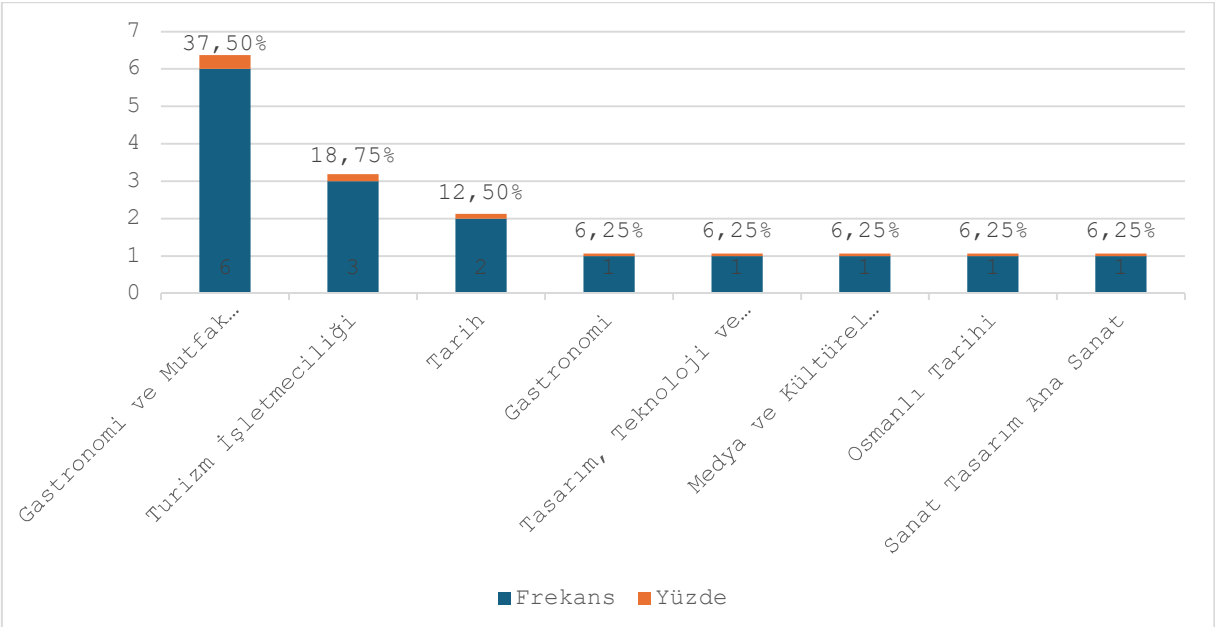
Şekil 3. Tezlerinin Türlere Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 1'e görüldüğü üzere 1998-2024 yılları arasında Ulusal Tez Merkezi'nde Osmanlı mutfağıyla ilgili olarak 1'i doktora, 15'i yüksek lisans tezi olmak üzere toplam16 tez yayınlanmıştır. 16 tezin içerisindeki tek doktora tezi 2014 yılında yayınlanmıştır. Özellikle 2021-2022 yıllarında Osmanlı mutfağı ile ilgili yazılan tezlerin sayısı artmış olsa da 2023 ve 2024 yıllarında bu sayı düşmektedir.



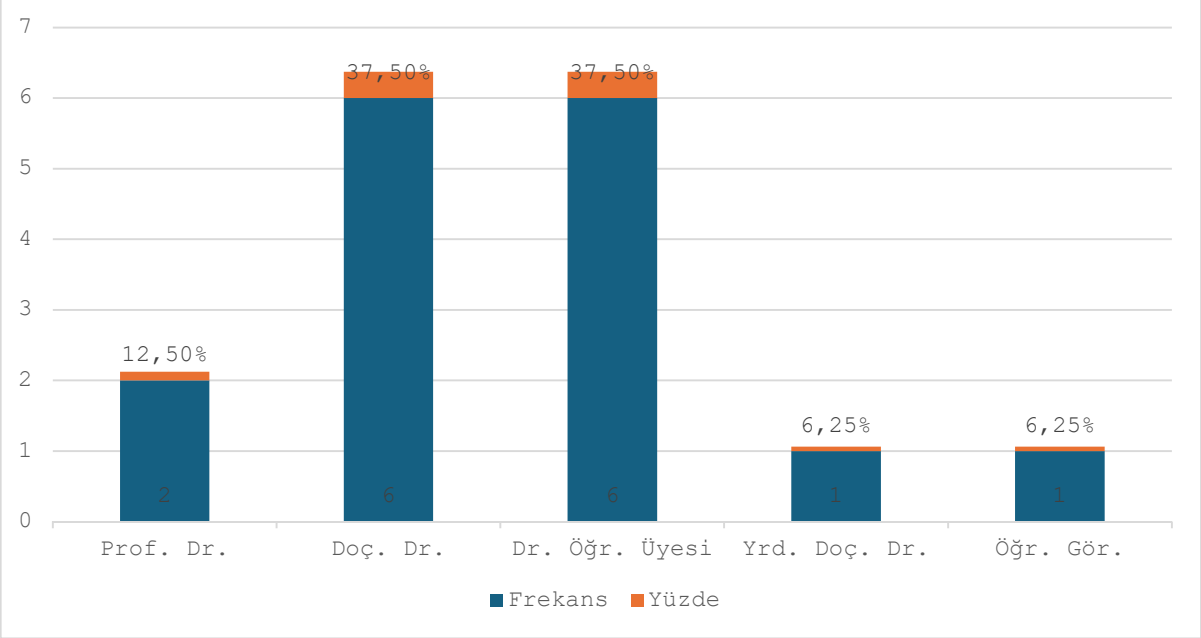
Şekil 4. Tezlerde Kullanılan Yöntem

Şekil 2'e göre incelenen tezlerin %50'sinde (n=8) nitel yöntem, %12,5'inde (n=2) nicel yöntem tercih edilirken tezlerin %37,5'i (n=6) ise literatür taramasıdır. Bu veriler araştırmada incelenen tezlerde genellikle nitel yöntemlerin tercih edildiğini göstermektedir.



Şekil 5. Tezlerin Anabilim Dalına Göre Dağılımı

Araştırmada incelenen tezlerin %37,5'i (n=6) Gastronomi ve Mutfak Sanatları, %18,75'i (n=3) Turizm İşletmeciliği ve %12,5'i ise Tarih Anabilim Dalında yayınlanmıştır. Gastronomi, Tasarım Teknoloji ve Toplum Bilimi, Medya ve Kültürel Çalışmalar, Osmanlı Tarihi ve Sanat Tasarım Ana Sanat Dalında ise 1'er tez yayınlanmıştır.



Şekil 6. Tezlerin Akademik Danışman Unvanları

Şekil 4'e göre incelenen 16 tezin %12,50'si (n=2) akademik unvanı Profesör Doktor, %37,50'si (n=6) akademik unvanı Doçent Doktor ve aynı şekilde %37,50'si (n=6) ise akademik unvanı Doktor Öğretim Üyesi olan akademisyenler tarafından yürütülmüştür.



Şekil 7. Tezlerin Anahtar Kelimelerinden Oluşan Kod Bulutu
Kaynak: Wordart.com sitesinde yazar tarafından oluşturulmuştur

İncelenen tezlerde kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğu şekil 5'ta verilmiştir. Buna göre daha yoğun kullanılan anahtar kelimelerin Osmanlı saray mutfağı, mutfak kültürü, Osmanlı mutfağı, gastronomi turizmi kelime grupları olduğu görülmektedir. Ayrıca yemek kültürü, İstanbul, kültür, duyusal analiz ve Osmanlı mutfak kültürü gibi kelime gruplanın da anahtar kelime olarak kullanıldığı görülmektedir. Kod bulutunda bu kelimelerin dışında yer alan kelimeler/kelime grupları sadece 1 defa kullanılmıştır.

SONUÇ

Ulusal Tez Merkezi veri tabanından Osmanlı mutfağı konusuyla ilgili yazılmış olan lisansüstü tezlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmada 1983-2024 tarihleri arasında yayınlanmış 1'i doktora, 15'i yüksek lisans tezi olmak üzere 16 lisansüstü tez belirlenmiştir. Osmanlı mutfağıyla ilgili yazılan tezlerin tezlerin %12,5'inin Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesinde, %12,5'inin ise İstanbul Ayvansaray Üniversitesinde yazıldığı yazılmıştır. Diğer 12 tez ise 12 farklı üniversitede yazılmıştır. İncelenen tezlerin %50'sinde nitel yöntem, %12,5'inde nicel yöntem tercih edilirken tezlerin %37,5'i ise literatür taramasıdır. Bu veriler araştırmada incelenen tezlerde genellikle nitel yöntemlerin tercih edildiğini göstermektedir. Tezlerin %37,5'i Gastronomi ve Mutfak Sanatları, %18,75'i Turizm İşletmeciliği ve %12,5'i ise Tarih Anabilim Dalında yayınlanmıştır. Gastronomi, Tasarım Teknoloji ve Toplum Bilimi, Medya ve Kültürel Çalışmalar, Osmanlı Tarihi ve Sanat Tasarım Ana Sanat Dalında ise 1'er tez yayınlanmıştır. İncelenen 16 tezin %12,50'si akademik unvanı Profesör Doktor, %37,50'si akademik unvanı Doçent Doktor ve aynı şekilde %37,50'si ise akademik unvanı Doktor Öğretim Üyesi olan akademisyenler tarafından yürütülmüştür. İncelenen tezlerde kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğuna bakıldığında, daha yoğun kullanılan anahtar kelimelerin Osmanlı saray mutfağı, mutfak kültürü, Osmanlı mutfağı, gastronomi turizmi kelime grupları olduğu görülmektedir. Osmanlı mutfağının köklü geçmişi, çeşitliliği, birçok halk ve dine ait mutfak kültürünü içinde barındırdığı gerçeği göz önünde bulundurulduğunda araştırmada Ulusal Tez Merkezi veri tabanı arama motoruna *'Osmanlı Mutfağı', 'Osmanlı Mutfak' ve 'Osmanlı Saray Mutfağı'* kelimeleriyle arama yapılarak elde edilen 16 lisansüstü tezin oldukça yetersiz olduğu düşünülmektedir. Her ne kadar 2021-2022 yıllarında Osmanlı mutfağıyla ilgili yapılan tez sayısında bir artış yaşanmış olsa da, daha sonra düşen bu artışın bile yeterli olmadığı açıktır. Zira Osmanlı İmparatorluğu sınırlarını genişlettikçe himayesine giren farklı kültürdeki toplulukların sayısı da artmış (Güldemir, 2016: 51) bu durum da hem saray mutfağına hem de halk mutfağına yansımış ve köklü mutfak geçmişi oldukça zenginleşmiştir.

KAYNAKLAR

Akkaya, A., Bayrakcı, S., & Özcan, C. C. (2018). Osmanlı mutfağının yemek, fiyat, mekân ve ekonomik bakımdan değerlendirilmesi: İstanbul örneği. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 6(3), 60-80. https://jotags.net/index.php/jotags/article/view/463

Armutoğlu, İ., & Güldemir, O. (2024). Osmanlı mutfak kültürüne disiplinlerarası bir bakış: Lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 12(4), 2737-2758. https://doi.org/10.21325/jotags.2024.1509

Bilgin, A. (2016). Osmanlı başkentinin iaşesi ve İstanbul mutfak kültürü. A. Bilgin ve S. Öngel (Ed.) Osmanlı Mutfağı içinde (s. 2-24). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Ceyhun Sezgin A., & Durmaz, P. (2019). Osmanlı Mutfak Kültüründe Şerbetlerin Yeri ve Tüketimi. Journal of Tourism & Gastronomy Studies, 7(2), 1499-1518. https://doi.org/10.21325/jotags.2019.432

Demirgül, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. Uluslararası Türk dünyası turizm araştırmaları dergisi, 3(1), 105-125.

Ermercan, B. (2022). Günümüze ulaşamayan Osmanlı mutfağı tatlılarının belirlenmesi ve duyusal açıdan değerlendirilmeleri. Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Güldemir, O. (2016). Osmanlı dönemi Türk mutfak Kültürü. A. Dündar Arıkan (Ed.) Türk Mutfak Kültürü (s. 51-85). Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Güldemir, O., Tugay, O., Şallı, G., Yıldız, E., & Çelik Yeşil, S. (2021). Bringing fruity meat dishes of Ottoman cuisine into businesses. Journal of Ethnic Foods, 8, 1-9.

Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26(1), 24-30.

Hatipoğlu, A. (2014). Osmanlı saray mutfağının gastronomi turizmi çerçevesinde incelenmesi. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Kanat, V. (2022). XIX. yüzyılda Osmanlı mutfağı ve sofra adabının dönüşümü. Yüksek Lisans Tezi, Iğdır Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Iğdır.

Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., Sarıışık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14 (3): s. 191-210.

Morgan, H. (2022). Conducting a qualitative document analysis. The Qualitative Report, 27(1), 64-77. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044

Obuz, M. (2022). Modern dünyanın eşiğinde Osmanlı mutfağında turşunun yeri. Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi, (9), 53-60. https://doi.org/10.55089/yyuvasad.1132597

Özaltın, E., & Yılmaz, İ. (2024). Ottoman cuisine from the 14th to the 19th centuries from travellers perspectives. H. Yazıt ve K. Gençer (Ed.) Gastronomi ve Mutfak Sanatları Üzerine Güncel Araştırmalar-III içinde (s. 41- 76). Özgür Yayınları.

Özer, Ç., & Atay, E. (2022). Osmanlı saray mutfağı teşkilatı ve Escoffier mutfak hiyerarşisi üzerine bir araştırma. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 6(2), 468-477.

Parmaksızoğlu, E. (2022). Osmanlı saray mutfağı ve ziyafet kültürünün Osmanlı menüsü sunan yiyecek içecek işletmelerindeki kullanım durumlarının tespit edilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.

Seçim, Y. (2018). Selçuklu ve Osmanlı mutfağının gastronomi açısından değerlendirilmesi, Journal of Tourism Theory and Research, 4(2), 122 – 133.

Solmaz, F. (2018). Kültürel etkileşimin yeni Dünyanın keşfiyle Osmanlı saray mutfağı özelinde Anadolu yemek kültürüne etkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TURİZMDE TÜKETİCİ SORUNLARI VE TÜKETİCİ HAKLARI

Rasim ALDANMAZ
Mersin Barosu

ÖZET
Günümüz dünyasında her yıl binlerce kişi yaşadıkları yerlerden farklı ülkelere, şehirlere ve bölgelere çeşitli amaçlarla seyahat gerçekleştirmektedir. Turizm ile hem bireylerin değişimi, deneyimi artırılmakta hemde bölge ve ülke ekonomisine katkı sunulması nedeniyle önem arz etmektedir. Ticari bir faaliyet olarak hem yerli hemde yabancı turistler için birçok hizmet kapsamında faaliyetlerin sunulması öngörülmektedir. Sunulması öngörülen mal ve hizmettten tüketici memnunuyeti sağlanarak ve aldatıcı ve yanıltıcı olmaması önem taşımaktadır. Memnuniyet kavramı sunulması öngörülen mal ve hizmetten tüketicinin oluşturduğu algıdır. Turizm sunulan mal ve hizmetten tüketicisinin bir olumsuz yargısı sonucunda şikâyet – tazminat ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Bu nedenlede turizmde kendine özgü hukuki düzenlemelere ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle, turizm hukuku bir kavram olarak ortaya çıkmıştır.
Turizm hukukunda birçok ülkede tüketici talepleri ve hakları olarak çalışmaktadır. Türkiye'de turizm hukukunun genel ilkelerini anayasada yer alan yerleşme ve seyahat etme hürriyeti ile hükümler oluşturmaktadır. Bu hükümlere göre herkes yerleşme ve seyahat etme hürriyetine sahiptir. Turistlerin konaklama ve seyahat hizmeti ile ilgili işletmeler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu işletmeler tarafından vaat edilenlerin karşılanmaması durumunda şikâyet ve düzeltme yolları bulunmaktadır, bu amaçlada turistlerin haklarını korumak için kapsamlı mevzuat çıkarılmıştır. Turistler, hizmetlerle ilgili doğru bilgi alma hakkına sahiptir ve gerçeklik reklamı yapılan şeyden yetersiz kalırsa düzeltme isteyebilir. Hem yerli hem yabancı turisler için Türkiye'deki tüketici koruma yasası uygulanmaktadır.
Bu çalışma kapsamında da turizmde karşılaşılan sorunlar ve tüketicinin hakları ile ilgili konu başlıkları derlenmiş ve vaka örnekleri sunulmuştur.
Anahtar Kelimeler: Turizm, Tüketici Sorunları, Tüketici Hakları.

CONSUMER PROBLEMS AND CONSUMER RIGHTS IN TOURISM

ABSTRACT
In today's world, thousands of people travel to cities and regions, experiencing different ways of life. Tourism not only brings about change and contributes to the region and country's economy, but also enriches the traveler's experiences. As a commercial activity, tourism involves developments in many services, catering to both local and foreign visitors. It is crucial to provide satisfaction with the goods and services offered without resorting to deception or misleading practices. The perception of satisfaction is influenced by the quality of goods and services provided. However, when negative situations arise from tourism services, compensation may be necessary. Therefore, legal regulations specific to tourism are essential, leading to the emergence of tourism law as a concept.
Tourism law addresses consumer demands and rights in many countries, including Turkey. The fundamental principles of tourism law in Turkey revolve around the freedom of settlement and travel as outlined in the constitution.

Every individual is entitled to the freedom of settlement and travel, with businesses related to accommodation and travel services for tourists falling under the jurisdiction of the Ministry of Culture and Tourism. In cases where these businesses fail to deliver on their promises, complaint and correction mechanisms are in place, supported by comprehensive legislation to protect tourists' rights. Tourists have the right to accurate information about services and can request corrections if their experiences do not align with what was advertised. Consumer protection laws in Turkey apply to both domestic and foreign tourists.
This study compiles topics related to the challenges encountered in tourism and the rights of consumers, presenting case examples to illustrate these issues.
Keywords: Tourism, Consumer Problems, Consumer Rights.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

YAPAY ET: ÜRETİMİ, GIDA GÜVENLİĞİ VE TÜKETİCİ TERCİHİ

Dr. Öğr. Üyesi Emine AKSAN ALDANMAZ
Mustafa Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Gıda Mühendisliği
ORCID: 0000-0002-9261-248X

ÖZET

Et, antik çağlardan berin insan beslenmesinde önemli bir protein kaynağıdır. Günümüzde ise ete rekabetçi olarak ve etin yerini alabilecek yapay etin üretimi ile ilgili çalışmalar hız kazanmıştır. Yapay et, hayvan hücrelerinin laboratuvar koşullarında çoğaltılarak üretilmesi ile elde edilen bir üründür ve hayvansal et kaynaklarının üretiminde karşılaşılan sorunların çözümüne alternatif olarak sunulmaktadır. Bu nedenle, küresel olarak yapay ete olan ilgi artmaktadır. Ayrıca, yapay et tüketimi ile hayvansal zoonoz hastalıkların ve mikrobiyolojik enfeksiyonların önlenerek halk sağlığının korunmasına yönelik fayda sağlayacağı açıklanmaktadır. Yapay etin üretim teknolojileri ve tüketicinin kabulü açısından zorluklar bulunmaktadır. Yapay et üretiminde kök hücre kullanımı, üretiminde biyoreaktör gereksinimi ve yürütülen prosesler tam olarak açık değildir. Yapay etin üretim teknolojilerinde yaşanan problemlerin önümüzdeki yıllar içinde çözülebileceği öngörülmektedir. Ancak, bazı tüketici grupları yapay ete olumlu olarak değerlendirirken, çoğunluğu oluşturan tüketici gurubu ise endişeli olarak yaklaşmakta ve tüketimini kubulü ile ilgili belirsizlikler bulunmaktadır.

Tüketiciler, genel olarak bir gıdayı tercih ederken birçok faktör etkili olmaktadır. Gıdanın, sağlık ve beslenmedeki yeri, tadı, görünüşü duyusal özellikleri bu tercihi etkileyen faktörlerdir. Ayrıca, kültürü ve inancıda gıda tercihinde önemlidir. Yapay et ürünleri son 25 yılda geliştirilen ürünlerdir. Bu nedenlede ürünün tüketici tarafından kabulü için belirli bir yaşam döngüsü içinde takip ve analiz edilmesi gerekmektedir.

Bu derleme çalışmasında global olarak yapay etin üretimi ve ilgili gelişmeler, gıda güvenliği açısından değerlendirilmesi ve tüketici tarafından kabul edilebirliği konuları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Et, Gıda Güvenliğ, Tüketici Kabülü.

ARTIFICIAL MEAT: PRODUCTION, FOOD SAFETY AND CONSUMER ACCEPTANCE

ABSTRACT

Meat has been a crucial source of protein in human nutrition since ancient times. Nowadays, research on the production of artificial meat that can rival and potentially replace traditional meat has been gaining momentum. Artificial meat is created by multiplying animal cells in laboratory settings and is being offered as a solution to issues faced in traditional meat production. As a result, global interest in artificial meat is on the rise. Furthermore, it is suggested that consuming artificial meat could benefit public health by reducing the risk of animal-related diseases and microbial infections. However, there are challenges in terms of production technologies and consumer acceptance of artificial meat. The use of stem cells in artificial meat production, the necessity for a bioreactor in the production process, and the overall procedures are not entirely clear. It is expected that these issues will be resolved in the near future. Nevertheless, while some consumer groups view artificial meat favorably, the majority approach it with skepticism and there are uncertainties regarding its widespread acceptance.

Consumers are influenced by various factors when it comes to their food preferences. The role of food in health and nutrition, its taste, appearance, and sensory qualities all play a significant role in shaping these preferences. Additionally, cultural and religious beliefs also impact food choices. Artificial meat products have only been developed in the past 25 years. Therefore, in order for these products to be accepted by consumers, they need to undergo monitoring and analysis throughout a specific life cycle. This research study examines the global production of artificial meat, recent advancements, its evaluation in terms of food safety, and its acceptance by consumers.
Keywords: Artificial Meat, Food Safety, Consumer Acceptance.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ANTIFUNGAL EFFICACY OF SECONDARY METABOLITES (TERPENOIDS, SAPONINS, ALKALOIDS AND FLAVONOIDS) OF Lantana camara AGAINST TOXIGENIC FUNGI ISOLATED FROM NIGERIA LOCAL RICE

Oluwasheyi, O.
Department of Botany, University of Ibadan

Akintunde, O.E.
Department of Botany, University of Ibadan

Olaomi, A.A.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Agada, I.M.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Audu, J.O.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Adomokhe, I.S.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Abdulrasheed, O.H.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Mufutau, Y.A.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Olowoniwa, C.M.
Department of Biology, Federal University Lokoja

James, D.S.
Department of Forest Production and Products, University of Ibadan

Abstract
Fungal contaminations leads to production of mycotoxins, which are harmful to human health. This study examined the antifungal activity of a few secondary metabolites of Lantana camara, including flavonoids, alkaloids, saponins, and terpenoids, against toxic fungi found in Nigerian rice. Microscopy was used to identify the isolates after fungal isolation was accomplished by direct plating. Methanol was used for extraction using the maceration method, and standard protocols were followed for phytochemical screening. Using the food poisoning technique, the extract's antifungal susceptibility was tested. Tukey's HSD test was used to perform an ANOVA on the data at $p<0.05$. Throughout the study, the following fungi were regularly isolated from different parts of rice: Aspergillus niger (23.5%), Nigro oryzae (11.8%), Fusarium oxysporum (14.7%), Rhizopus sp (20.6%), Rhizopus oryzae (8.8%), and Alternaria alternata (20.6%). Terpenoids, flavonoids, saponins, tannins, cardiac glycosides, anthraquinones, steroids, alkaloids, and phenols were identified from the study plant, with a total yield of 63.178% recovered from 1300g sample.

At least one of the fungal pathogens linked to local rice in Nigeria was considerably inhibited in its radial growth by all of the secondary metabolites that were chosen. Saponins were the least effective antifungal agents, merely inhibiting radial growth in all tested fungal isolates but was only effective against Rhizopus oyzae. Alkaloids, on the other hand, demonstrated the strongest antifungal activity. The study found that the control of fungal pathogens may be achieved by using solvent extract at higher doses of the secondary metabolites of the study plant. To separate and purify the most effective antifungal metabolites from the study plant for use as antifungal agents, the study suggests activity-guided fractionation techniques.
Keywords: Antifungal, rice, terpenoids, saponins, alkaloids, flavonoids, mycotoxins

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

EVALUATING NEW CITRUS ROOTSTOCK SENSITIVITY TO PHYTOPHTHORA THROUGH *IN VITRO* STEM INOCULATION

M'hamed Majji
Unit Research of Plant Breeding and Germplasm Conservation, National Institute for Agricultural Research (INRA)
Laboratory of Plant, Animal, and Agro-Industry Productions, Faculty of Sciences, University Ibn Tofail

Abdelhak Talha
Unit Research of Plant Breeding and Germplasm Conservation, National Institute for Agricultural Research (INRA)

Brahim Aouziou
Unit Research of Plant Breeding and Germplasm Conservation, National Institute for Agricultural Research (INRA)

Rachid Benkirane
Laboratory of Plant, Animal, and Agro-Industry Productions, Faculty of Sciences, University Ibn Tofail

Hamid Benyahia
Unit Research of Plant Breeding and Germplasm Conservation, National Institute for Agricultural Research (INRA)

Abstract
Phytophthora diseases represent a significant threat to global citrus production, necessitating the development of resilient rootstock to mitigate crop losses. This study investigates the sensitivity of newly developed citrus rootstocks to Phytophthora pathogens through an in vitro stem inoculation method. The experimental design included the selection of the citrus rootstock candidates, preparation of inoculum under sterile conditions, and the application of uniform inoculation protocols to ensure reproducibility. Disease susceptibility was monitored through visual assessments of symptoms and quantitative measurements, such as lesion length. Statistical analyses were conducted to compare the susceptibility among the rootstocks. *Poncirus trifoliata*×*Citrus reshni Hort. ex Tan*. (H2) was found resistant to phytophthora inoculation, whereas *Poncirus Trifoliata*×*Citrus reshni Hort. ex Tan*. (H1) and *Poncirus Trifoliata*×*Citrus reshni Hort. ex Tan*. (H5) were susceptible to artificial inoculation. The study highlights the efficacy of in vitro stem inoculation for assessing citrus rootstocks' susceptibility to Phytophthora. It provides key insights into physiological responses, aiding the identification of resistant rootstocks. These findings support breeding programs, sustainable cultivation, and improved disease management, promoting long-term citrus orchard health and resilience.
Keywords: Phytophthora, Citrus rootstocks, In vitro inoculation, Disease susceptibility, Resilient rootstocks

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ANTIFUNGAL POTENTIALS OF *Anogeissus leiocarpus* (AFRICAN BIRCH) METHANOL EXTRACT AGAINST GRAIN MOLD DISEASE OF *Sorghum bicolor*

Akintunde, O.E.
Department of Botany, University of Ibadan

Oluwasheyi, O.
Department of Botany, University of Ibadan

Adomokhe, I.S.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Abdulrasheed, O.H.
Department of Biology, Federal University Lokoja

Mufutau, Y.A.
Department of Biology, Federal University Lokoja

James, D.S.
Department of Forest Production and Products, University of Ibadan

Abstract
Grain mold poses a significant threat to *Sorghum bicolor* production systems. The use of agro-fungicides in agricultural production to control grain mold is prone to misuse, therefore, finding alternatives has become a necessity. *Anogeissus leiocarpus* methanol extract's in-vitro antifungal properties against *Sorghum bicolor* grain mold diseases were assessed in this study. The study used plant material that had been collected, air-dried, and powdered. Microscopy was used to identify the isolates of fungi that were isolated using the direct plating method for isolation. Methanol was employed as the solvent in the maceration process for plant extraction. The food poisoning technique was used to test the extract's antifungal susceptibility. ANOVA was performed on the data using Tukey's HSD test at $p<0.05$. *Alternaria*, *Penicillium*, *Fusarium*, and *Rhizopus* were the four fungal genera found during the study, with *Fusarium* being the most prevalent. The results demonstrate that the plant extract worked well against every isolate that was tested, regardless of susceptibility level. Obtained zones of inhibition were 12.00mm against *Fusarium verticillium* and 21.00mm against *Penicillium sp,* 16.00mm against *Alternaria sp*, 19.00mm against *Fusarium oxysporum* and 22.00mm against *Rhizopus sp* all at the maximum concentration of 100%. The study found that *Anogeissus leiocarpus* extracts had inhibitory effects on every test organism. The study suggests more research to identify and describe the study plant's active ingredients and their potential applications as clinical antimicrobials.
Keywords: Grain mold, sorghum, antifungal, *in-vitro, Anogeissus leiocarpus*

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

THE CONTRIBUTION OF MULTISPECTRAL DRONES TO PRECISION AGRICULTURE IN THE TADLA PLAIN : EFFICIENCY, BENEFITS, AND CHALLENGES

Hasna JINNOU
Research Laboratory (Landscape Dynamics, Risks, and Heritage), Faculty of Letters and Human Sciences, Sultan Moulay Slimane University

Professor Said ARIF
Geography at the Faculty of Letters and Human Sciences

Mohamed Achraf HASNAI
Manager of Farmassist, an agricultural company specializing in agricultural service provision

Abstract
This study evaluates the use of multispectral drones in agricultural management, highlighting their contribution to optimizing agronomic practices. The experiment, conducted in the Tadla Plain, focused on various crops, including cereals, olive groves, and citrus orchards, to assess the effectiveness of multispectral imaging in detecting water stress, nutrient deficiencies, and pest infestations. The integration of multispectral sensors mounted on drones enabled the early identification of anomalies and targeted interventions through vegetation indices such as the Green Chlorophyll Index (GCI), thereby reducing yield losses and optimizing the use of agricultural inputs.
The results confirm the numerous advantages of this technology: rapid and precise crop monitoring, more efficient use of water resources and fertilizers, and a reduction in the environmental impact of phytosanitary treatments. Compared to conventional approaches, multispectral imaging enhances agronomic decision-making and promotes more sustainable and efficient agriculture. However, certain technical constraints remain and may limit its large-scale deployment.
Despite these challenges, the integration of drones into agronomic monitoring represents a significant step forward in precision agriculture, offering better risk anticipation and more effective crop management.
Keywords: Precision Agriculture, Multispectral Drones, GCI, Crop Management, Tadla Plain.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CARDAMOM: A REVIEW OF ITS NUTRITIONAL VALUE, THERAPEUTIC EFFECTS AND FOOD APPLICATIONS

Maha Atiq
Department of Food Science, Government college university

Muhammad Bilal Hussain
Department of Food Science, Government college university

Farhan Saeed
Department of Food Science, Government college university

Bushra Niaz
Department of Food Science, Government college university

Marwa Waheed
Department of Food Science and Technology, Riphah International University

Nida Kanwal
Department of Food Science and Technology, Riphah International University

ABSTRACT
Cardamom (Elettaria cardamomum), often known as the "queen of spices," has been used for centuries in culinary and medicinal traditions and is used broadly. It is esteemed for its flavor and aroma due to its volatile oil, collected largely of 1,8-cineole, -terpineol and limonene. The nutritional list of the workings of cardamom is quite remarkable – bioactive compounds such as flavonoids, alkaloids, and phenolics; essential vitamins, such as vitamin C, niacin, and riboflavin; minerals, as well as potassium, calcium, and magnesium; and fiber. These are the explanations it has probable health benefits. The pharmacological characteristics of cardamom can be used to make medicine. It is antibacterial, anti-inflammatory, antioxidant, and gut-healthy. These range from anti-convulsing to discussing cardiovascular problems, improving gut health and acting as a chemo-preventive agent through its anticancer activity. Research shows cardamom can improve dental conditions, reduce blood pressure and even boost metabolic factors, counting glucose metabolism and lipid profile. Its therapeutic activities occur due to action upon the metabolic corridors via essential oils and polyphenol-rich constituents. Cardamom is used as a seasoning constituent in many cuisines, but it is mostly used in Middle Eastern and Asian dishes. It is also added to teas, coffees, candy and sweets to increase the senses. Antibacterial and antioxidant properties make it a promising natural preservative and functional food ingredient for preservation and fortification.
Keywords: Cardamom, Therapeutic properties, Nutritional composition, Bioactive compounds, and Antioxidant

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

FACTORS AFFECTING AGRITOURISM DEVELOPMENT IN THOT NOT DISTRICT, CAN THO CITY, VIETNAM

Nguyen Thi Huynh Phuong
School of Hospitality and Tourism - Hue University
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Nguyen Thị Be Ba
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Ly My Tien
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Le Thi To Quyen
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Duong Quoc Thanh
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Abstract
Agritourism has emerged as a valuable opportunity for local residents to actively engage in tourism activities, leading to personal growth, knowledge enrichment, and an improved quality of life. Thot Not District, located in Can Tho city, possesses immense potential for agritourism development such as abundant fruit orchards, expansive rice fields, thriving aquatic resources, a pristine environment, and serene landscapes. The research method used includes collecting secondary data, field surveys and conducting interviews with 120 domestic tourists who visited and experienced agritourism in Thot Not district. Exploratory factor analysis and linear regression analysis are used in this study. The research findings indicate that there are five key factors influencing on agritourism development in Thot Not district including: Agritourism resources, infrastructure and technical facilities, tourism service, human resources, and security and safety. Drawing upon these identified factors, the article puts forward various solutions to enhance the growth of agritourism in this region.
Keywords: Factors, agritourism, Thot Not district, Can Tho.

1. Introduction

Agritourism is gaining recognition as a vital approach to drive economic diversification, boost income, and enhance the well-being of local communities (Sharon & Kirsty, 2010; Yeboah et al., 2017). By promoting sustainable development in rural areas, agritourism serves as a catalyst for economic and social rejuvenation. The active participation of local residents plays a pivotal role in ensuring the sustainability of agritourism, leading to local economic growth and an elevation in living standards (Kuehn et al., 1998; Bagi, 2012; Mirjam et al., 2021; Togaymurodov, 2023). Moreover, local engagement fosters strong social connections and community support, further nurturing sustainable development (Li, 2012; Khanal, 2019; Dinh et al., 2022).

Positioned in the heart of Mekong Delta, Can Tho stands as a city directly governed by the Central Government, reaping the benefits of its well-established infrastructure. In recent years, significant investments have been poured into developing tourism, particularly in the Thot Not district.

Thot Not, with its bountiful fruit orchards and thriving aquatic ecosystems, beckons visitors to immerse themselves in the lap of nature and gain a profound insight into the simple yet fulfilling lives led by the locals in the Southern region. While the local government has shown interest in promoting agritourism in Thot Not District in recent years, the level of development remains relatively limited. This study endeavors to assess the current state of agritourism development in Thot Not District and propose some effective solutions to further cultivate agritourism in this region.

2. Research methods

2.1. Secondary data collection and analysis

A wide range of sources has been utilized to gather secondary data on the engagement of residents in Thot Not district in the past 5 years. These sources include the internet, books, newspapers, scientific journals, documents, resolutions, statistics, and reports relevant to the research topic. To ensure the accuracy and relevance of the gathered data, a combination of comparison, evaluation, and synthesis techniques has been employed in the processing of these data sources.

2.2. Primary data collection and analysis

2.2.1. Field survey method

Thorough field surveys were conducted in Thot Not district from March to June 2024, employing a variety of research methods including observations, in-depth interviews, photography, and data collection. These surveys were instrumental in assessing the potential and advantages of agritourism development, as well as identifying the current limitations in the district's agritourism initiatives.

2.2.2. *Interview method via questionnaire*

To construct a questionnaire, follow these steps: (1) identify the information to be sought; (2) select data and collect primary data; (3) develop the structure and content of the questionnaire; (4) select the scale; (5) write a draft, (6) test it experimentally, (7) edit and finalize.

Sample size: Sample size: The study utilizes two analysis techniques, namely Exploratory Factor Analysis (EFA) and multiple linear regression analysis, to address the research problem. According to Hair et al. (2006; as cited in Tho, 2011), the number of observations should exceed 100, with a minimum ratio of 5:1 to the number of measurement variables. Since the study employs 24 measurement variables, the minimum required sample size would be 24 x 5 = 120 observations. For multiple linear regression analysis, Tabachnick and Fidell (1996) suggest a minimum sample size following the formula $n = 50 + 8 \times m$ (m: number of independent variables). In this study, there are 5 independent variables, indicating an expected sample size of $50 + 8 \times 5 = 90$ observations. By combining these two criteria, the study necessitates collecting and analyzing a minimum of 120 valid observation variables.

A five-point Likert scale was used in the questionnaire which the author adopted and complied from previous studies of the literature (Strongly disagree = 1; Disagree = 2; Not sure = 3; Agree = 4; Strongly agree = 5).

Data analysis method: After collecting all 120 questionnaires surveyed from tourists, the author filtered and entered data on SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 20.0. The research used SPSS version 20 to analyse the data collected with Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Scale Reliability Analysis, Exploratory Factor Analysis and Linear Regression.

Through literature reviews, the proposed research model of this research is as follows:

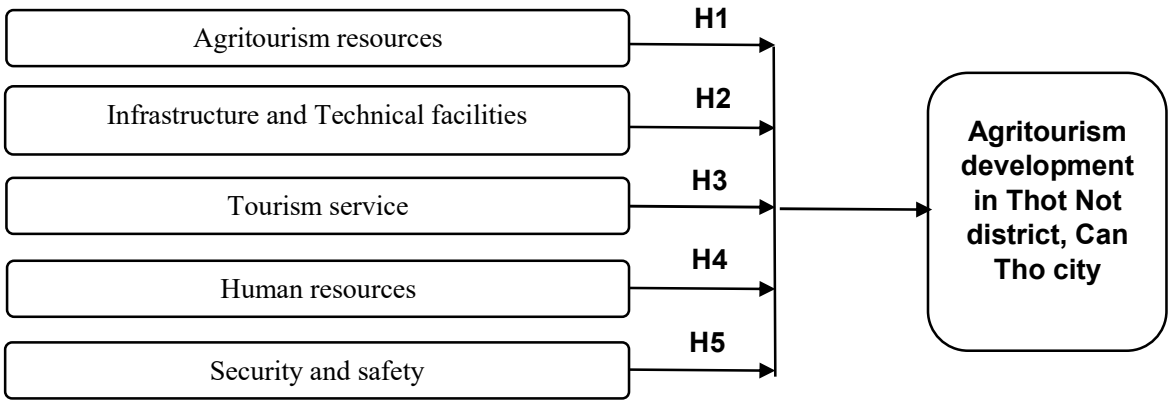


Figure 1: Proposed research model
(Source: Authors' proposal, 2024)

Hypothesis 1 (H1): There exists a positive relationship between H1 and agritourism development in Thot Not district, Can Tho city.
Hypothesis 2 (H2): There exists a positive relationship between H2 and agritourism development in Thot Not district, Can Tho city.
Hypothesis 3 (H3): There exists a positive relationship between H3 and agritourism development in Thot Not district, Can Tho city.
Hypothesis 4 (H4): There exists a positive relationship between H4 and agritourism development in Thot Not district, Can Tho city.
Hypothesis 5 (H5): There exists a positive relationship between H5 and agritourism development in Thot Not district, Can Tho city.

3. Research results

3.1. Research location

Thot Not District is situated in the northeastern part of Can Tho city, approximately 40km away from the city center. It comprises nine bustling wards, namely Thoi Thuan, Thuan An, Thot Not, Thanh Hoa, Trung Nhut, Trung Kien, Thuan Hung, Tan Hung, and Tan Loc.
Located at the northern entrance of Can Tho city, this district presents a captivating combination of mainland areas and the scenic Tan Loc island. Thot Not district boasts significant potential for the development of agritourism such as abundant fruit orchards, expansive rice fields, thriving aquatic resources, a pristine environment, and serene landscapes.

- Agritourism potentials from agricultural products: Fruit orchards, Bang Lang stork garden, Tan Loc coconut garden, Mr. Thong's vineyard garden, Cat Tuong orchid garden, Son Ca tourist garden, "Fishing Islet",…
- *Agritourism potentials associated with historical - cultural - spiritual relics, traditional art:* Tan Loc Dong **communal house, Thanh Hoa communal house, Thuan Hung communal house,** ancient houses in Tan Loc, "Don ca tai tu" (traditional music in Southern of Vietnam)
- *Agritourism potentials associated with traditional crafts:* Thuan Hung rice paper making, Thom Rom fishing village, Ut Anh Pangasius fish sauce making, and so on.
- *Agritourism potentials associated with local food:* Thot Not district takes pride in its 18 products that meet the OCOP (One Commune One Product) standards.

These include Pangasius dried fish and fish sauce from Ut Anh, Sau Tia plum wine, a variety of dried fish, Golden Dragon purple rice, Ido Tan Loc longan, Co Diep guava wine, Linh fish sauce, and various types of traditional cakes.

The "Fruit Festival" held in Tan Loc islet, Thot Not district, takes place annually in the 5th lunar month. The festival serves as a celebration of the hard work of the people in the western region and showcases their unique lifestyle and cultural identity. The festival features captivating activities, including impressive displays of flowers and fruits, engaging photo exhibitions, and informative books and newspaper showcases. Cultural performances such as "don ca tai tu" and "hat boi" draw participants from far and wide. Moreover, the festival provides entertainment through a range of fascinating traditional games, creating a remarkable space for sightseeing and shopping.

3.2. Summary of the demographics of respondents

Respondents' gender: According to gender characteristics, there is very little difference in gender of tourists when visiting tourism tourism in Thot Not district. Survey results showed that 31.7% were male and 68.3% were female.

Respondents' age: There is a large difference in the study sample structure by age. Specifically, out of the total research sample, there are 91 people in the age group from 18 - 29 years old (accounting for 75.8%), 16 people are in the age group from 30 - 39 years old (accounting for 13.3%), 3 people are in the age group age from 40 - 49 years old (accounting for 2.5%) 4 people are in the group from 50 - 59 years old (accounting for 3.3%), 6 people are in the group from 60 years old or older (accounting for 5.0 %).

Respondents' educational levels: Through the survey, visitors with university/postgraduate degrees accounted for the highest proportion of 71.7%, followed by those with intermediate/college degrees accounting for 25.0%, and those with high school qualifications equal to less than high school accounting for 6.7%. This shows that the number of tourists using this type of agritourism is quite diverse, the majority of tourists are people with high knowledge and the ability to objectively view and evaluate tourism in agritourism destinations.

Respondents' occupation: Tourists coming to ecotourism areas and destinations in Thot Not district have a diversity of occupations, including 4 main occupation groups, specifically: the largest number of tourists coming is the student occupation group, accounting for a proportion of is 56.7% (68 tourists); in the business occupation group with a rate of 18.3% (22 tourists); The occupational group of workers and farmers accounts for 5.8% (7 tourists); The professional group of cadres, civil servants and public employees accounts for 17.5% (21 tourists): the pensioner group accounts for the lowest number at 1.7% (2 tourists).

3.3. Evaluating the current state of agritourism development in Thot Not district

To evaluate the factors that influencing on agritourism development in Thot Not district, this paper has analyzed exploratory factors including 5 criteria with 24 observed variables, specifically as follows:

(1) Tourism resources (5 observed variables)
(2) Infrastructure and technical facilities (4 observed variables)
(3) Tourism service (5 observed variables)
(4) Human resources (5 observed variables)
(5) Security and safety (5 observed variables)

To ensure the reliability of the scale and observed variables, the author uses the method of evaluating the scale's reliability.

The reliability of the scales is assessed through Cronbach's Alpha coefficient. Cronbach's Alpha coefficient is used to eliminate "junk" variables. Variables with a total correlation coefficient less than 0.3 will be excluded (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995). The scale will achieve reliability when Cronbach's Alpha coefficient is greater than or equal to 0.6. The scale will reach reliability when Cronbach's Alpha coefficient is greater than 0.6. The analysis results show that non observed variables are excluded from the model because the correlation coefficient of variables is greater than 0.3.

(1) “Tourism resources” has Cronbach’s Alpha coefficient of 0.841 and there are 5 variables with variable correlation coefficients ranging from 0.782 to 0.839 meeting the requirements. Thus, unobserved variables are not considered in the research model.

(2) “Infrastructure and technical facilities” has Cronbach's Alpha coefficient of 0.842 and has 4 variables with variable correlation coefficients ranging from 0.767 to 0.826 meeting the requirements. Thus, unobserved variables are not considered in the research model.

(3) “Tourism service”: The Cronbach's Alpha coefficient for the scale is calculated at 0.763 and there are 5 variables with variable correlation coefficients ranging from 0.683 to 0.743 meeting the requirements. Thus, unobserved variables are not considered in the research model.

(4) “Human resources” has Cronbach’s Alpha coefficient of 0.769 and there are 5 variables with variable correlation coefficients ranging from 0.749 to 0.769 meeting the requirements. Thus, unobserved variables are not considered in the research model.

(5) “Security and safety” with Cronbach's Alpha coefficient of 0.808 and 5 variables with variable correlation coefficients ranging from 0.756 to 0.789 meeting the requirements. Hence, Thus, unobserved variables are not considered in the research model.

After the author evaluates the reliability of the scale, there are 5 scales of independent factors with 24 observed variables eligible to conduct exploratory factor analysis. Before conducting exploratory factor analysis, the study used the KMO test (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling adequacy) and Bartlett's Test of Sphericity to check the relevance of the research data. The results from the data test show that the KMO = 0.765>0.5, Sig = 0.000<0.05 (statistically significant), the total explanatory variance is 66.284% (greater than 50%), satisfying the conditions for exploratory factor analysis.

In exploratory factor analysis, the author used the Principal Components Analysis with Varimax rotation. In order to ensure the practical significance of the exploratory factor analysis, it is necessary to remove the measurement variables with unsatisfactory factor loading coefficients for each factor. According to Hair and collaborators (1998), factor loading is an indicator to ensure the practical significance of exploratory factor analysis. Factor loading above 0.3 is considered to reach the minimum level for sample size 350, if the sample size is about 100, it is recommended to choose a factor loading above 0.55 and sample size is about 50, the factor loading must be above 0.75. In the study, the author interviewed 120 respondents, so as the factor loading coefficient is above 0.55, the measurement variable is kept.

Table 1. Rotated component matrix

	Factors				
	1	2	3	4	5
TNDL4	0.860				
TNDL3	0.816				
TNDL5	0.751				
TNDL2	0.743				
TNDL1	0.583				
ATANDL5		0.753			
ATANDL2		0.736			
ATANDL3		0.711			
ATANDL4		0.672			
ATANDL1		0.615			
CSHTVCKT2			0.840		
CSHTVCKT3			0.773		
CSHTVCKT4			0.762		
CSHTVCKT1			0.749		
NNL2				0.757	
NNL5				0.736	
NNL4				0.736	
NNL3				0.718	
NNL1				0.644	
DVDL2					0.806
DVDL1					0.724
DVDL4					0.697
DVDL3					0.671
DVDL5					0.636

Source: Results of data analysis based on direct interviews with domestic tourists in Thot Not district, 2024, n = 120

Based on the rotated factor matrix table **(Table 1),** it shows that there are 5 factors attracting domestic tourists to Thot Not district, of which 24 observed variables all meet the requirements (due to factor loading coefficients > 0.5).

Factor 1 - "Tourism resources" is influenced by 5 observed variables: There are many traditional craft villages associated with agricultural production (TNDL4); Rich in local garden culture (TNDL3); Many gardeners have organic agricultural farming techniques (TNDL5); There are many fruit gardens and agricultural products (TNDL2). Attractive village landscape, fresh air (TND1).

Factor 2 - "Safety and security in tourism" is influenced by 5 observed variables: Hygiene and food safety are guaranteed (ATANDL5); There is no begging at tourist attractions (ATANDL2); There is no situation of soliciting tourists (ATANDL3); There is no theft or robbery (TTANDL4); Security and order conditions are well guaranteed (ATANDL1).

Factor 3 - "Infrastructure, technical facilities" is influenced by 4 observed variables: Spacious and comfortable parking lot (CSHTVCKT2); Public restrooms are clean and easy to find (CSHTVCKT3); Full electrical and wifi system (CSHTVCKT4); Convenient transportation system (CSHTVCKT1).

Factor 4 - "Human resources" is influenced by 5 observed variables: Employees are enthusiastic and dedicated to their work (NNL2); Have good professional expertise (NNL5); Good communication skills (NNL4); Local people are friendly and hospitable (NNL3); Staff's attention, help and service to visitors' needs (NNL1).

To find out which factors affect the development of agritourism in Thot Not district and the level of impact of each factor, multivariate linear regression analysis method is used. Data inspection results show that the adjusted R2 value in the model summary table = 0.473 **(Table 2).** Thus, the influence of the independent variable on the dependent variable is 47.3%; Sig value. of F test in ANOVA table = 0.000; Variance inflation factor (VIF) of factors in Coefficients table < 2; First-order serial correlation coefficient (Durbin-Watson) = 2.076 has a value between 1.5 and 2.5. Thus, there is no first-order serial correlation in the model, allowing us to confirm that the data is suitable for multivariate linear regression analysis.

Table 2: Summary of the regression model

R	R **Square**	**Adjusted R Square**	**Std. Error of the Estimate**	Highest correlation coefficient
0.704a	**0.495**	**0.473**	**0.47356**	**2.076**

Source: Results of data analysis based on direct interviews with domestic tourists in Thot Not district, 2024, n = 120

The results of the Regression Coefficient analysis **(Table 3)** show that there are 5 factors that influence the development of agritourism in descending order: Factor 2 (Safety and security in tourism), Factor 3 (Infrastructure, technical facilities), Factor 5 (Tourism services), Factor 4 (Human resources), and Factor 1 (Tourism resources).

Table 3: Regression Coefficient

Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**	**Collinearity Statistics**	
	B	**Tolerance**	**Beta**			**Tolerance**	**VIF**
Constant	-0,615	0,424		1,450	0,150		
Factor 1	0,165	0,082	0,149	1,999	0,048	0,800	1,250
Factor 2	0,385	0,096	0,326	4,014	0,000	0,672	1,487
Factor 3	0,260	0,081	0,254	3,218	0,002	0,713	1,403
Factor 4	0,170	0,080	0,154	2,122	0,036	0,843	1,186
Factor 5	0,217	0,076	0,195	2,859	0,005	0,949	1,053

Source: Results of data analysis based on direct interviews with domestic tourists in Thot Not district, 2024, n = 120

According to the standardized coefficient, there is a multivariate linear regression equation as follows: Y= -0.615 + 0.326F2 + 0.254F3 + 0.195F5 + 0.154F4 + 0.149F1 + ei

Factor 2 (F2) has a coefficient of 0.326 and is related in the same direction and has the strongest impact with the scale of agritourism development in Thot Not district. When tourists evaluate the factor "Safety and security" by 1 point, the development of agritourism in Thot Not district increases by 0.326 points, corresponding to an unstandardized correlation coefficient of 0.385.

Factor 3 (F3) has a coefficient of 0.254 and is related in the same direction and has the strongest impact with the scale of agritourism development in Thot Not district. When tourists evaluate the factor "Infrastructure and technical facilities" by 1 point, the development of agritourism in Thot Not district increases by 0.254 points, corresponding to the unstandardized correlation coefficient. is 0.260.

Factor 5 (F5) has a coefficient of 0.195 and is related in the same direction and has the strongest impact with the scale of agritourism development in Thot Not district. When tourists evaluate the factor "Tourism services" by 1 point, the development of agritourism in Thot Not district increases by 0.195 points, corresponding to an unstandardized correlation coefficient of 0.217.

Factor 4 (F4) has a coefficient of 0.154 and is related in the same direction and has the strongest impact with the scale of agritourism development in Thot Not district. When tourists evaluate the factor "Human resources" by 1 point, the development of agritourism in Thot Not district increases by 0.154 points, corresponding to an unstandardized correlation coefficient of 0.170.

Factor 1 (F1) has a coefficient of 0.149 and is related in the same direction and has the strongest impact with the scale of agritourism development in Thot Not district. When tourists evaluate the factor "Tourism resources" by 1 point, the development of agritourism in Thot Not district increases by 0.149 points, corresponding to an unstandardized correlation coefficient turned out to be 0.165.

Thus, the total standardized regression coefficient of factors 1,2,3,4,5 is 1.025. Therefore, factor 2 contributes 30.24%, factor 3 contributes 23.56%, factor 5 contributes 18.09%, factor 4 contributes 14.29%, factor 1 contributes 13, 82% **(Table 4).**

Table 4: Influence level of factors on agritourism development in Thot Not district

Factor	Standardized Coefficients	Total standardized coefficient	Infulence level (%)
(F2) Safety and security	**0,326**	1,078	**30,24**
(F3) Infrastructure and technical facilities	**0,254**		23,56
(F5) Tourism services	**0,195**		18,09
(F4) Human resources	0,154		14,29
(F1) Tourism resources	0,149		13,82

Source: Results of data analysis based on direct interviews with domestic tourists in Thot Not district, 2024, n = 120

Table 4 shows that "Safety and security" has the strongest influence on the development of agritourism in Thot Not district. The influence level of other factors in descending order is: “Infrastructure and technical facilities”, “Tourism services”, “Human resources”, and “Tourism resources”. To promote the development of agritourism activities in Thot Not district, the above issues need to be resolved. However, the level of influence of the factors is different. And so, when solving problems, it should be done in the order of priority "safety and security in tourism", "infrastructure and technical facilities", "tourism services", “human resources”, “tourism resources”.

3.4. Solutions to enhance the growth of agritourism in Thot Not district

3.4.1 Improving tourism infrastructure and technical facilities

Invest in upgrading the transportation system: Allocate funds for the enhancement, repair, and expansion of bridges and roads. Additionally, landscape beautification along roadways can enhance the overall aesthetic appeal. Constructing a tourist wharf will facilitate the transportation of visitors to canal and garden house attractions, improving connectivity between various tourist spots within the district.

Expand and enhance homestay accommodations: Diversify the types of homestay accommodations available and upgrade their facilities to meet the standards outlined in Vietnam's homestay regulations. This will ensure that tourists have comfortable and enjoyable stays while experiencing the local culture.

Develop specialized restaurants and eateries: Promote the establishment of restaurants and eateries that specialize in serving district specialties. These establishments should showcase Southern cultural characteristics, from the decor to the way they serve tourists. By offering an attractive culinary experience, these dining establishments can entice and guide tourists to explore Thot Not for sightseeing tours.

3.4.2. Promoting the quality of tourism services

It is necessary to focus on building a number of potential tourist gardens to develop and attract tourists quickly. Local authorities should support people to upgrade current tourism activities such as: Visiting and enjoying specialty fruits, organizing amateur folk music performances on the river, sitting on a floating boat to enjoy delicious dishes,… From these typical tourism products, it will be a premise for Thot Not to develop the tourism industry faster. It is necessary to create many new entertainment products and services suitable for the type of agricultural tourism, associated with nature and local people's lives. It is very important to attract investment and build many new tourist destinations of larger scale and higher quality; Build high-standard homestay gardens and large tourist areas according to high-class resort standards.

3.4.3. Solutions for training local human resources

Currently, the staff in thot not district is insufficient, and their professional capacity in tourism remains limited. This poses significant challenges for the sustainable development of agricultural tourism. Therefore, it is essential to organize short training courses for the staff in the tourism department of Thot Not district. Additionally, it is important to arrange multiple field trips for the staff to exemplary agritourism sites within the country, providing opportunities for exposure, exchange, and learning from best practices in tourism. Besides language skills, which are essential for communication, the skills and professionalism of agricultural tour guides need improvement. The current number of tour guides in Thot Not district is inadequate, thus necessitating the recruitment of additional personnel.

3.3.4. Encouraging local communities to participate in agritourism activities

To encourage local people to participate in effective tourism activities, it is necessary to support the community more in creating quality products and services for tourists. It is necessary to improve community understanding of the benefits and responsibilities of the community towards tourism activities. Local authorities need to organize more training sessions to train tourism expertise, service skills, and sales skills for the community.

4. Conclusion

In recent times, agritourism has gradually asserted itself, becoming an attractive type of tourism for tourists. The implementation of agritourism in Thot Not district has yielded a plethora of positive outcomes, significantly improving the local residents' livelihoods. Notably, it has led to increased income and heightened awareness regarding the importance of environmental conservation and the district's agricultural landscapes. Moreover, substantial advancements have been made in preserving and promoting the district's traditional cultural values. The development of tourism has also spurred investments in upgrading and modernizing technical facilities. Nonetheless, despite these achievements, the growth of agritourism in Thot Not district still encounters various challenges.

This research has examined identified the factors that effecting on agritourism development in Thot Not district as follows: (1) Security and safety; (2) Infrastructure and technical facilities, (3) tourism service; (4) Human resources quality; and (5) Tourism resources. In addition to identifying these factors, the research also proposes effective solutions to improve agritourism development in the future. Implementing these solutions can bring several benefits to the local community, including the creation of more job opportunities, increased income generation, and improved social welfare. The findings of this research provide valuable insights for local authorities to formulate and implement effective plans for agritourism development, ensuring sustainable growth and maximizing the benefits for the local people.

REFERENCES

Bagi, F. S., & Reeder, R. J. (2012). Factors Affecting Farmer Participation in Agritourism. Agricultural and Resource Economics Review, 41(02), 189–199. doi:10.1017/s1068280500003348

Can Tho City People's Committee (2022). Decision No. 774/QD-UBND dated February 22, 2022 on approving the project "Developing agricultural tourism in Can Tho City for the period 2021-2025, with a vision to 2030" (in Vietnamese).

Cerutti, A. K., Beccaro, G. L., Bruun, S., Donno, D., Bonvegna, L. and Bounous, G. (2016), Assessment methods for sustainable tourism declarations: The case of holiday farms, *Journal of Cleaner Production*, vol. 111: pp. 511-519

Chaiphan, N. (2016). *Study of Agritourism in Northern Thailand: Key Success Factors and the future of the Industry*. Thammasat University.

Chase, L., Conner, D., Quella, L., Wang, W., Leff, P., Feenstra, G., Singh-Knights, D., & Stewart, M. (2019). *Multi-State Survey on Critical Success Factors for Agritourism*. Sustainable Tourism and Outdoor Recreation.

Dinh, H. P., Vo, P. H., Pham, D. N., & Ngo, T. Q. (2022). Factors affecting farmers' decisions to participate in agricultural tourism activities: a case study in the mekong delta, vietnam. AgBioForum, 24(1), 30-40.

Forbord, M., Schermer, M., & Grießmair, K. (2012). Stability and variety e Products, organization and institutionalization in farm tourism. *Tourism Management*, 33(4),895–909. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.015

Garcia, M., & Brown, P. (2015). Forms of community participation in agritourism: Case studies from Europe. *Tourism Management, 46*, 562-575.

Garcia, M., & Brown, P. (2015). The role of policy support in community participation in agritourism. *Tourism Management, 46*, 562-575.

Genovese, D., Culasso, F., & Giacosa, E. (2017). Can livestock farming and tourism coexist in mountain regions? A new business model for sustainability. *Sustainability*, 1–21. https://doi.org/10.3390/su9112021

Giaccio, V. (2018). Farm Stay Tourism: A tool for rural development. *Tourism Management Perspectives*.

Khanal, A. R., Mishra, A. K., & Omobitan, O. (2019). Examining organic, agritourism, and agri-environmental diversification decisions of American farms: are these decisions interlinked?. Review of Agricultural, Food and Environmental Studies, 100, 27-45.

Kuehn, D., Hilchey, D., Versers, D., Dunn, KY., Lehman, P., Trail, S. (1998). *Consideration for agritourism development*, Sea Grant New York, Cornell University, State University of New York.

Li, Y. (2012). *Impacts and challenges in agritourism development in Yunnan*, China, Tourism Planning & Development 9(4), 369 - 381.

Mirjam, B., Gert-Jan, H., Dirk, R. (2021). *Searching for success factors of agritourism: the case of kleve county* (Germany).

Sharon, P., Colin, H. & Kirsty, B. (2010). *Atypology for defining agritourism*, Tourism management 31(6), 754 - 758

Tiraieyari, N. and Hamzah, A. (2012), Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia, *African journal of agricultural research*, vol. 6, no. 31: pp. 4357-4361

Togaymurodov, E., Roman, M., & Prus, P. (2023). Opportunities and directions of development of agritourism: Evidence from Samarkand Region. Sustainability, 15(2), 981.

Torres, R. and Momsen, J. (2011), Tourism and agriculture: new geographies of consumption, production and rural restructuring, Routledge, London

Yamagishi, K., Gantalao, C., & Ocampo, L. (2021). The future of farm tourism in the Philippines: Challenges, strategies and insights. *Journal of Tourism Futures*. https://doi.org/10.1108/JTF-06-2020-0101

Yeboah, A., Owens, J., Bynum, J., & Okafor, R. (2017). Factors influencing agritourism adoption by small farmers in North Carolina. Journal of Agricultural Extension and Rural Development, 9(5), 84-96.

Yeboah, A., Owens, J., Bynum, J., and Okafor, R. (2017). Factors influencing agritourism adoption by small farmers in North Carolin. Journal ofAgricultural Extension andRural Development, 9(5), 84-96.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

RESEARCH TRENDS ON RESIDENTS' PARTICIPATION IN AGRITOURISM: THEORY AND APPLICATION

Nguyen Thi Huynh Phuong
School of Hospitality and Tourism - Hue University
School of Social Sciences and Humanities - Can Tho University

Hoang Thị Dieu Thuy
University of Economics - Hue University

ABSTRACT
Agritourism provides local residents with opportunities to engage actively in tourism-related business ventures, resulting in the enhancement of skills, expansion of knowledge, and improvement of overall quality of life. This research conducts a comprehensive and systematic examination of the theoretical and practical dimensions related to local residents' participation in agritourism. The study analyzes scientific articles published between 2014 and 2024, employing content analysis to extract significant insights. The literature review identifies several key themes, including: residents' participation in agritourism, residents' intentions and behaviors regarding participation, and the factors influencing residents' participation in agritourism initiatives. By investigating research trends and identifying gaps in the existing body of knowledge concerning local residents' participation in agritourism, this article lays a foundation for future studies. It illuminates both theoretical frameworks and practical applications, thus contributing to the advancement of knowledge in this domain.
Keywords: Agritourism, research trends, content analysis

1. INTRODUCTION
Investigating the participation of local residents in the development of agritourism is essential for establishing a robust knowledge foundation that supports sustainable tourism policies. The participation of local communities plays a critical role in fostering the sustainability of agritourism, contributing to local economic growth and enhancing community living standards (Petrovic et al., 2017; Perez-Sanchez et al., 2020; Van Zyl & Van de Merwe, 2021; Holland et al., 2022; Bannor et al., 2022). Through active participation with agritourism initiatives, local individuals develop strong social networks and gain support from fellow community members, thereby facilitating sustainable tourism development (Lupi et al., 2017; Khanal et al., 2019; Chase et al., 2019).
The advancement of agritourism generates new employment opportunities, contributes to poverty alleviation, and increases the income of local households (Sharpley & Telfer, 2014; Canovi & Lyon, 2020; Francis, 2024). Previous studies have indicated that the active participation of the local community is a pivotal factor in ensuring the sustainability and effectiveness of tourism projects (Norlida et al., 2016). Furthermore, involving local communities is crucial for preserving and promoting cultural, traditional, and heritage values within agritourism activities (Norlida et al., 2016; Lupi et al., 2017; Hall & Boyd, 2021). Numerous studies (Norlida et al., 2016; Bhatta et al., 2019; Dinh et al., 2022) have explored the various factors influencing local participation in tourism, which differ according to local contexts and levels of development.
In this context, the present study is both relevant and significant. It provides a comprehensive understanding of the research surrounding the participation of local residents in agritourism development.

The contributions of this study extend beyond the establishment of a theoretical and practical framework for agritourism research and development; it also aims to raise awareness among stakeholders and stimulate interest in the significance of agritourism and the active participation of local communities.

2. RESEARCH METHODS

4.1. Document selection method

The author employed a desk research methodology to collect relevant documents for this essay. The research process was conducted in a series of systematic steps:

1) **Keyword identification:** Initially, specific keywords were identified to facilitate searches in both Vietnamese and English databases. These keywords included terms such as agricultural tourism (including variations like agritourism, agri-tourism, and agro-tourism), participation intention, and participation behavior.

2) **Selection of high-quality journals**: The inclusion of reputable publications is critical for producing high-quality research outputs. Consequently, well-established databases such as Scopus and Web of Science were selected to search for pertinent publications. These databases are widely recognized within the academic community and were utilized for articles published between 2014 and 2024.

3) **Content filtering:** Following the initial searches, a thorough evaluation was conducted to filter the relevant content. This process involved meticulously examining the retrieved articles to identify those closely aligned with the research topic. As a result, only the most pertinent articles were retained for further analysis.

By employing the desk research method and adhering to these structured steps, the author ensured the inclusion of a diverse range of high-quality literature, thereby facilitating a comprehensive exploration of the subject matter.

4.2. Document analysis method

The document analysis in this study utilized the content analysis method as articulated by Krippendorff (2018). Content analysis serves as a valuable research methodology that enables scholars to examine extensive datasets over prolonged periods, thereby capturing the evolution of specific topics over time. This method transcends the mere identification and quantification of concepts by exploring the meanings and interrelationships within textual content. As a qualitative approach, content analysis facilitates a comprehensive examination of the connections between texts and the interpretations derived by readers (Shelley & Krippendorff, 1984). The authors outline a systematic approach to content analysis, which includes: defining research objectives, selecting the content for analysis, conducting the analysis, interpreting the findings, and drawing conclusions.

3. RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

3.1. Residents' participation in agritourism

Local residents' participation in agritourism is a critical factor influencing the success and sustainability of tourism initiatives. The theoretical framework for this participation is grounded in various theories and research constructs that emphasize economic, social, cultural, and environmental dimensions. Perspectives on local community participation vary, often reflecting differing objectives related to economic development. Firstly, local participation can be understood as a process whereby community participation influences the planning, implementation, and outcomes of development initiatives (Norlida et al., 2016; Doe & Smith, 2018).

Secondly, it can be viewed as a mechanism through which communities acquire capacity-building skills to address challenges and enhance adaptability to changing circumstances (Thammajinda, 2013). Lastly, local participation may serve as a tool for executing decisions made by external entities to create products or services.

Farmers increasingly engage in agritourism; however, their agricultural identity remains robust despite this diversification into tourism. Agritourism plays a crucial role in maintaining and enhancing farm resources, while the desire for self-reliance and financial independence serves as a primary motivator for farmers' participation in this sector. Additionally, agritourism adds value to farms and rural communities (Sharpley & Telfer, 2014; Petrovic et al., 2017; Perez-Sanchez et al., 2020; Canovi & Lyon, 2020; Van Zyl & Van de Merwe, 2021; Holland et al., 2022; Bannor et al., 2022; Hassan et al., 2023; Mappe et al., 2024; Francis, 2024).

Community participation is integral to the planning and implementation of tourism activities. However, several factors hinder local participation, including a lack of skills, insufficient knowledge about tourism, and inadequate government support. Strategies such as capacity building and equitable benefit sharing have been proposed to overcome these barriers (Saufi et al., 2014). The active participation of local communities is essential for sustainable tourism development and conservation efforts, as emphasized by Rasoolimanesh & Jaafar (2017), Lupi et al. (2017), Chase et al. (2019), Khanal et al. (2019), Ammirato et al. (2020), Busby & Rendle (2021), and Cosmin et al. (2023). Research by Norlida et al. (2016), Lupi et al. (2017), and Hall & Boyd (2021) indicates that local residents' participation positively influences both tourism development and heritage conservation, with factors such as awareness of heritage values and government support playing critical roles in fostering participation.

Research on local residents' participation in agritourism has been relatively limited, with the majority of studies adopting qualitative methodologies. Notable exceptions have utilized varied methods to explore this topic, including structural equation modeling (SEM) frameworks to examine the interrelationships among community participation, tourism development, and heritage conservation. Semi-structured interviews and focus group discussions with small-scale farm-based tourism enterprises have been conducted. Furthermore, partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using SmartPLS 3.0 has been employed to address research questions in this field (Rasoolimanesh & Jaafar, 2017; Hassan et al., 2023).

While some studies have incorporated mixed methods or quantitative approaches, they remain relatively scarce. The predominant trend in existing research leans towards qualitative methodologies. Consequently, further investigations exploring local residents' participation in agritourism through diverse research methods would significantly enhance the existing body of knowledge.

3.2. Levels and patterns of residents' participation in agritourism

Various studies have investigated the levels and behaviors of participation in tourism, illuminating the diverse preferences and forms of participation among participants. Doe and Smith (2018) employed a convergent mixed-methods design that integrated surveys and in-depth interviews to explore the perspectives of local farmers and community leaders. Garcia and Brown (2015) conducted a comparative case study across multiple rural communities in Europe, utilizing a triangulation of methods that included interviews, focus groups, and participant observation (Lee & Kim, 2017).

Wang and Liu (2021) implemented an experimental design featuring control and treatment groups to assess the impacts of various agritourism interventions.

The theoretical framework employed by Doe and Smith (2018) was grounded in community-based tourism (CBT) and stakeholder theory. Garcia and Brown (2015) drew upon empowerment and participatory development theory. Lee and Kim (2017) applied barrier theory and social capital theory to examine the factors influencing local participation in agritourism. Duffy et al. (2016) and Wang and Liu (2021) utilized motivation theory and economic participation theory to elucidate the drivers of local participation in agritourism.

Doe and Smith (2018) found that a comprehensive understanding of tourism benefits and the strength of social networks were positively correlated with higher levels of participation. However, active participation was often constrained by limited financial resources and inadequate support from local authorities. Empowerment and collaborative approaches were identified as facilitators of sustainable agritourism practices, whereas advisory services frequently proved superficial, yielding limited impact on community development (Garcia & Brown, 2015). Cultural barriers, including traditional gender roles and hierarchical community structures, further hindered active participation. Economic barriers, such as limited access to capital and markets, also significantly affected participation (Lee & Kim, 2017). Economic incentives were shown to enhance participation, particularly in managerial and operational roles, with profit-sharing programs proving particularly effective in mobilizing community participation (Wang & Liu, 2021).

The existing literature collectively emphasizes the importance of understanding the depth and breadth of local residents' participation in agritourism development. Core concepts such as decision-making participation, benefit sharing, and operational participation are essential for analyzing community participation in tourism initiatives. Theoretical frameworks, including community-based tourism, social capital theory, empowerment theory, and motivation theory, provide diverse perspectives for examining participation. Consistent findings indicate that higher levels of participation are associated with a deeper understanding of tourism benefits, robust social networks, and economic incentives. Barriers such as limited financial resources, cultural constraints, and inadequate local government support present significant challenges to participation. Future research should broaden its scope to include diverse cultural and geographical contexts, investigate the long-term impacts of interventions designed to enhance participation, and explore the roles of gender and other social factors in shaping participation dynamics.

3.3. Residents' intention and behavior to participate in agritourism

The intention of local populations to engage in agritourism development has been examined in several studies, elucidating the factors that influence their willingness to participate in this sector. Bhatta et al. (2019) conducted a study in Nepal to identify the determinants affecting farmers' willingness to initiate agritourism ventures. Their findings indicated that perceptions of economic benefits, government support, and a comprehensive understanding of agritourism significantly influenced local residents' intentions to engage in this sector.

Similarly, Chase et al. (2019) identified various factors critical in shaping the intention of local individuals to participate in agritourism. Key elements included community support, training, education, and government assistance. Notably, community support emerged as a significant factor positively impacting local residents' intentions to engage in agritourism. Collectively, these studies underscore the importance of economic benefits, government support, community backing, and knowledge of agritourism as pivotal influences on local participation intentions (Nnabuike-Eneh, 2021).

Further research in diverse geographical contexts could yield additional insights into the factors that either promote or hinder local participation in agritourism development.
Garcia and Brown (2015) and Aditya et al. (2023) distinguished between participatory and non-participatory behaviors, identifying participatory behaviors as encompassing consultation, collaboration, and empowerment. Lee and Kim (2017) focused on the structural, cultural, and economic barriers to participation, concentrating on different forms of participation, including advisory roles, active participation, and decision-making roles.

3.4. Factors influencing residents' participation in agritourism

3.4.1. Human capital

Education and training are critical in enhancing farmers' awareness and skills in agritourism (Doe & Smith, 2018). The level of education has been identified as a significant determinant in the decision to participate in agritourism, with several studies indicating that higher educational attainment positively correlates with participation in this sector (Malkanthi et al., 2015; Yeboah et al., 2017; Jungprabate, 2018). Farmers with substantial work experience are more inclined to adapt to new technologies, adopt innovative practices, and develop unique tourism offerings that attract customers (Jungprabate, 2018).
Age and education level have also been recognized as influential factors in the decision to engage in agritourism (Meraner et al., 2015; Li et al., 2019; Amandi et al., 2019; Mohammad Hossein Askarpour, 2020; Aditya et al., 2022; Bannor et al., 2022), with ethnicity also playing a role in participation (Yeboah et al., 2017). In summary, factors such as age, educational attainment, social skills, work experience, and personality traits collectively contribute to local residents' participation in agritourism development (Quella et al., 2021; Wenbin et al., 2022; Obeidat, 2022; Yaping et al., 2023). Understanding these factors is essential for designing targeted interventions and support systems aimed at fostering greater participation and success within the agritourism sector. Further research is necessary to explore additional factors and their specific impacts on local participation in various agritourism contexts (Malkanthi et al., 2015; Yeboah et al., 2017; Dinh et al., 2022).
Cultural and religious constraints significantly hinder women's participation in agricultural tourism development, particularly in the absence of government and financial support (Sandhu, 2024).
Motivations for individuals to engage in agritourism can be classified into intrinsic and extrinsic factors. Intrinsic motivation arises from inherent psychological needs, while extrinsic motivation is driven by material rewards or implicit benefits. The logic of membership theory provides a framework for understanding the motivations behind individuals' decisions to join or remain in associations, as it involves weighing the costs and benefits associated with membership (Li et al., 2019). In studies conducted by Doe and Smith (2018) and Sung-Eun et al. (2021), the level of awareness regarding agritourism and farmers' educational attainment were measured using a Likert scale. Additionally, factors such as operators' age, education level, social skills, ability to capitalize on business opportunities, years of experience in the agricultural sector, and communication and management skills were identified as influential in participation (Jungprabate, 2018).

3.4.2. Physical capital

Agritourism, as an alternative economic activity, has significant potential for promoting rural development and enhancing farm income. It has undergone rapid growth and has emerged as a notable source of supplemental revenue for farmers (Togaymurodov et al., 2023).

However, farmers encounter considerable challenges, primarily stemming from a lack of financial resources and the technical expertise necessary to establish agritourism centers in rural areas (Nnabuike-Eneh, 2021). The scale of farms and the degree of land consolidation are critical factors, as larger farms are better positioned to offer a wider range of activities for visitors and to invest in improved facilities (Yeboah et al., 2017; Wenbin et al., 2022).

Nnabuike-Eneh (2021) utilized descriptive statistics and a four-point Likert scale to analyze the socio-economic characteristics of farmers. Descriptive statistics, including frequency distribution, percentages, and means, were employed to provide an overview of the farmers' profiles. The study also examined farmers' perceptions of agritourism using a Likert rating scale. It is essential to recognize that the subjectivity of respondents when completing questionnaires and the reliability of the Likert scale may potentially affect the results. Previous studies utilizing the Likert scale have predominantly focused on financial accessibility and the income generated from agritourism.

Further research is warranted to explore financial models that can support farmers and to evaluate their impact on the development of agritourism. Continued investigation in these areas will enhance understanding of the challenges farmers face in establishing and sustaining successful agritourism ventures. Additionally, it will provide valuable insights into the financial mechanisms and support systems necessary to facilitate the growth and development of agritourism as a viable source of rural income.

3.4.3. Social capital

Social capital plays a critical role in influencing participation in agritourism activities. It encompasses the networks, norms, and beliefs that facilitate coordination and cooperation for the collective benefit. Higher levels of social capital are positively associated with increased participation in agritourism. According to Li et al. (2019), the development of agritourism presents a new set of challenges for farmers, particularly those who may lack the requisite business skills and resources to effectively serve visitors. To address these challenges, various associations have emerged to provide business and technical assistance to agritourism practitioners.

Dinh et al. (2022) found that participation in farmers' associations, unions, and open clubs significantly influences smallholder farmers' participation \ in agricultural tourism development. Trust and robust community networks are particularly influential factors in this context (Patel & Singh, 2020). Bourdieu (2018) defines social capital as the resources embedded in relationships between individuals and organizations, which confer benefits upon the involved parties. This concept includes elements such as trust, adherence to community norms, and social networks.

The presence of social capital—including social trust, norms, networks, and active participation—can motivate individuals and enhance cooperation within the agritourism sector (Xu et al., 2019; Chen et al., 2023). Strong social ties and active participation in tourism associations are essential for fostering citizen participation (Petrović et al., 2017). Patel and Singh (2020) conducted a survey-based study employing social network analysis and regression modeling to assess the impact of social capital on participation in agritourism. Conversely, many studies in this area have predominantly adopted qualitative methodologies. Likert scales have often been employed to measure variables such as participation in tourism associations, trust, and community support.

The application of social capital theory by Patel and Singh (2020) provides valuable insights into the relationships within the agritourism context. Nevertheless, further research is necessary to explore how social capital can be developed and sustained to support the growth and success of agritourism.

Cross-sectional research designs, which capture data at a single point in time, present limitations in establishing causal inferences. Longitudinal studies that track changes in social capital and levels of participation over time could offer significant insights into the dynamics of social capital within the agritourism sector.

3.4.4. Perceived benefits from agritourism

The perceived benefits associated with participation in tourism activities—such as economic gains and learning opportunities—serve as key drivers of participation (Mostafa et al., 2017; Budhiasa et al., 2019; Nastiti & Hakim, 2020; Francis, 2024).

Economic benefits

When local communities recognize clear economic benefits, such as increased income, job creation, and improved living conditions, they are more likely to actively engage in agritourism activities (Dinh et al., 2022; Hai et al., 2023). Tourism-generated income can provide an essential financial boost, enhance living standards, and stimulate investments in infrastructure and tourism services (Quella et al., 2021; Wenbin et al., 2022; Obeidat, 2022). Agritourism has the potential to augment farm income by connecting niche farmers with specialty consumers, thereby promoting sustainable agricultural practices (Kline et al., 2019).

The development of agritourism can generate employment opportunities, increase the value of agricultural products, improve farmers' livelihoods, transform rural landscapes, and preserve cultural heritage while ensuring social security (Lan et al., 2020). Participation in agritourism allows farming families to supplement their income by directly selling unique and appealing farm products to tourists. These products, often crafted using traditional production and processing methods, possess distinctive qualities that attract agritourists. Consequently, agritourism emerges as a powerful catalyst for rural development (Jęczmyk et al., 2015).

Economic benefits are particularly crucial for encouraging tourism participation in developing countries, where they frequently serve as the primary motivation for households to engage in tourism activities (Rogerson & Rogerson, 2014; Mahaliyanaarachchi, 2015; Lucha et al., 2017; Sung-Eun et al., 2021). Although farmers may initially have limited awareness of agritourism, their motivation to participate increases once they recognize its potential to deliver economic and social advantages (Jęczmyk et al., 2015; Duffy et al., 2016; Comen, 2017; Cristina, 2017; Giaccio et al., 2018; Nickerson et al., 2019; Bhatta et al., 2019; Askarpour et al., 2020; Nastiti & Hakim, 2020). Thus, economic benefits play a significant role in promoting household participation in tourism (Schilling et al., 2014).

The primary motivations for participation include economic viability, the pursuit of additional income, the utilization of local products and crafts, and job security (Ramona et al., 2021). Similarly, for tourism businesses, the motivations to engage in tourism revolve around additional income, the use of local products and crafts, and the assurance of job security (Norlida et al., 2016; Ciolac et al., 2021; Popescu et al., 2023).

Learning benefits

Learning benefits in tourism development encompass the knowledge, skills, and understanding that individuals, groups, or communities acquire through their experiences and participation in tourism activities. These benefits often involve gaining insights into the culture, history, natural environment, arts, and heritage of a specific locality or country. Additionally, learning benefits extend to the development of communication skills, self-confidence, creativity, and teamwork abilities. By engaging with diverse tourism destinations, participants broaden their opportunities for personal growth and learning.

The concept of learning benefits is closely aligned with the notion of skill acquisition, as explored in studies by Mostafa et al. (2017), Budhiasa and Riana (2019), Obeidat (2022), and Luz et al. (2022).

Infrastructure and geography

Agritourism has the potential to contribute significantly to poverty alleviation by creating employment opportunities, fostering collaboration with agricultural and local service providers, promoting gender equality, and facilitating the development of essential infrastructure such as roads, ports, and airports (Ammirato et al., 2020; Dinh et al., 2022). These outcomes encourage local residents' participation in tourism development activities more broadly. Institutional factors, including proximity to motorways and overall accessibility, have been shown to positively influence farmers' intentions to engage in agritourism development (Yeboah et al., 2017; Bannor et al., 2022).

Market accessibility refers to the ability of individuals, organizations, or products to effectively engage with and access markets (Wenbin et al., 2022; Yaping et al., 2023). This concept is often evaluated based on the extent to which customers, competitors, and other market elements can be reached and interacted with. The presence of robust infrastructure—including transportation, electricity, water supply, and tourism facilities—positively impacts community participation in agritourism (Patel & Singh, 2020).

To assess community satisfaction with existing infrastructure and its influence on participation, a 5-point Likert scale can be employed. Additionally, it is imperative to consider other factors such as policies and cultural contexts. Further research is necessary to explore strategies for enhancing the aesthetics and scalability of farms to attract more visitors (Hall & Page, 2014; Ferreira & Sánchez-Martín, 2022). Investigating the interplay between infrastructure and other factors is also crucial for sustainable agritourism development.

3.4.6. Government policies

Policy support encompasses financial assistance, training, and technical guidance from the government, all of which significantly influence local residents' participation in agritourism. Notably, training and technical advice are essential components of this support (Garcia & Brown, 2015; Yamagishi et al., 2021; Obeidat, 2022; Wenbin et al., 2022; Yaping et al., 2023).

Local resources refer to a diverse array of factors, capabilities, and amenities available within a community that facilitate and sustain agritourism development. Key resources include local infrastructure and social capital, both of which are critical for the establishment and growth of tourism (Gede & Gede, 2020). Successful tourism destinations necessitate robust infrastructure, favorable transportation conditions, and other related elements to thrive (Li & Barbieri, 2019).

To assess the level of support from various policy factors, a 5-point Likert scale can be utilized. This scale effectively measures the extent of financial assistance provided by the government and evaluates policies aimed at promoting agritourism. Additionally, further research is warranted to explore the coordination between government entities and private enterprises in supporting local communities. Current studies often emphasize government support while neglecting the contributions of the private sector (Garcia & Brown, 2015).

3.5. Summary of research gaps

The reviewed studies collectively highlight the importance of understanding the extent and nature of local residents' participation in agritourism development.

This body of research underscores key concepts such as decision-making participation, benefit sharing, and operational involvement, all of which are crucial for analyzing residents' participation in tourism initiatives. The studies draw upon various theoretical frameworks, including community-based tourism, social capital theory, empowerment theory, and motivation theory, providing a diverse foundation for examining participation.

Common findings indicate that higher levels of participation are associated with a better understanding of tourism benefits, robust social networks, and economic incentives. However, barriers such as limited financial resources, cultural constraints, and inadequate support from local governments present significant obstacles to participation.

Future research should consider several directions: 1) expanding studies to different cultural and geographical contexts to enhance generalizability; 2) investigating the long-term impacts of interventions aimed at increasing participation; and 3) exploring the influence of gender and other social factors on participation.

In summary, previous studies have identified various factors influencing participation in agritourism activities, including gender, age, education level, experience, agricultural land area, location of agricultural land, income, participation in tourism organizations or associations, awareness of benefits, and support from local authorities. These factors significantly impact local residents' participation in agritourism development. However, the studies exhibit limitations, such as a narrow research scope and insufficient consideration of the interactions between factors.

The methodologies predominantly employed include descriptive statistical analysis, ANOVA, factor analysis, linear regression, and logistic regression, with little use of structural equation modeling (SEM) to assess the effects of latent variables on mediating variables. To foster sustainable agritourism, further research is necessary to explore the interactions between factors and to broaden the study's scope across different regions for comparative analysis. Addressing these areas will provide a more comprehensive understanding of the factors influencing local residents' participation in agritourism and contribute to the development of strategies to enhance their involvement.

4. CONCLUSION

The authors have conducted a comprehensive review of existing studies that focus on the participation of local residents in agritourism development. The findings reveal several key factors that influence local participation, which can be categorized into distinct dimensions: Human capital (including experience, education level, and personality traits); Physical capital (such as agricultural land area, income, access to finance, and internet availability fall under this category); Social capital (consisting of membership in tourism associations and organizations); Perceived benefits; Infrastructure and geography; and Government policies. In terms of research methodology, the studies predominantly employ a variety of analytical techniques, including logit and probit models, regression analysis, descriptive statistics, exploratory factor analysis, ANOVA, MANOVA, chi-square tests, Wilcoxon tests, qualitative research methods, rank-Spearman correlation analysis, and case studies.

Nonetheless, it is important to recognize that these studies exhibit certain limitations, as previously noted. Therefore, further research is warranted to address these gaps and contribute to the existing body of knowledge regarding local residents' participation in agricultural tourism development. By expanding the research database in this area, future studies can offer a more comprehensive understanding of the factors influencing local residents' participation and develop effective strategies to promote and enhance residents' participation in agritourism.

REFERENCES

Amandi, P. N., Luchman, H., Soemarno (2019). Community participation in agro-tourism development At Karangsari, Blitar, East Java. Journal of Environmental Engineering & Sustainable Technology JEEST, 6(2), 36-43 P-ISSN:2356-3109.

Ammirato, S., Felicetti, A. M., Raso, C., Pansera, B. A., & Violi, A. (2020). Agritourism and Sustainability: What We Can Learn from a Systematic Literature Review. Sustainability, 12(22), 9575. doi:10.3390/su12229575

Askarpour, M. H., Mohammadinejad, A., & Moghaddasi, R. (2020). Economics of agritourism development: An Iranian experience. Economic Journal of Emerging Markets, 93-104.

Bannor, R. K., Oppong-Kyeremeh, H., Amfo, B., & Allotey, A. A. (2022). Diversification into agritourism by cocoa farmers in Ghana as an alternative source of income. Agricultural Finance Review, 82(5), 960-982.

Bhatta, K., Itagaki, K., & Ohe, Y. (2019). Determinant f Aditya, M. K., Arafah, W., Rahmanita, M., & Mariati, S. (2023, December). The Effect of Destination Image and Visitor Experience towards Behavioural Intentions at Rice Field Agritourism. In 4th International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (TGDIC 2023) (pp. 190-196). Atlantis Press.

Bhatta, K., Ohe, Y., & Ciani, A. (2020). Which human resources are important for turning agritourism potential into reality? SWOT analysis in rural Nepal. Agriculture, 10(6), 197.

Blacka, A. E., và nnk (2009). "Harvest Tourism: Engaging tourists in agricultural practices." Agricultural Tourism Review.

Brandano, M. G., Osti, L., & Pulina, M. (2018). An integrated demand and supply conceptual framework: Investigating agritourism services. International Journal of Tourism Research, 20(6), 713–725. https://doi.org/10.1002/jtr.2218

Broccardo, L., Culasso, F., & Truant, E. Unlocking value creation using an agritourism business model. (2017). Sustainability, 9(9), 1618. Switzerland), 9(9. https://doi.org/10.3390/su9091618

Busby, G., & Rendle, S. (2021). The Role of Agritourism in Sustaining Family Farms. Journal of Rural Tourism, 28(3), 259-274.

Canovi, M., & Lyon, A. (2020), Family-centred motivations for agritourism diversification: The case of the Langhe region, Italy, Tourism Planning & Development, 17(6), 591-610.

Cerutti, A. K., Beccaro, G. L., Bruun, S., Donno, D., Bonvegna, L. and Bounous, G. (2016), Assessment methods for sustainable tourism declarations: The case of holiday farms, Journal of Cleaner Production, vol. 111: pp. 511-519

Chaiphan, N. (2016). Study of Agritourism in Northern Thailand: Key Success Factors and the future of the Industry. Thammasat University.

Chase, L., Conner, D., Quella, L., Wang, W., Leff, P., Feenstra, G., Singh-Knights, D., & Stewart, M. (2019). Multi-State Survey on Critical Success Factors for Agritourism. Sustainable Tourism and Outdoor Recreation.

Chase, L., Stewart, M., Schilling, B., Smith, B., & Walk, M. (2019). Agritourism: Toward a conceptual framework for industry analysis. Journal of Agriculture, Food, Systems, and Community Development, 8(1), 13–19. https://doi.org/10.5304/jafscd.2018.081.016

Chen, F., Yi, Y., & Zhao, Y. (2023). The Effect of Social Capital at the Community and Individual Levels on Farmers' Participation in the Rural Public Goods Provision. Agriculture, 13(6), 1247.

Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., & Marin, D. (2019). Agritourism-A sustainable development factor for improving the 'health' of rural settlements. case study Apuseni mountains area. Sustainibility, 11(5), 1467. https://doi.org/10.3390/su11051467

Comen, T. (2017). Critical success factors for agritourism entrepreneurs. The 2nd International Congress on Marketing, Rural Development, and Sustainable Tourism, 91(June 13– June 15), 399–404.

Cosmin, A. P., Tiberiu, L., Gabriela, P., Tabita, A., Ramona, C. (2023). The Impact of Agritourism Activity on the Rural Environment: Findings from an Authentic Agritourist Area—Bukovina, Romania. Sustainability 2023, 15(13), 10294; https://doi.org/10.3390/su151310294

Cristina, M., Iamandi, I., Munteanu, S. M., Ciobanu, R., Țarțavulea (Dieaconescu), R., & Lădaru, R. (2017). Incentives for developing resilient agritourism entrepreneurship in rural communities in Romania in a European Context. Sustainability Science, 9(12), 2205. https://doi.org/10.3390/su9122205

Dinh, H. P., Vo, P. H., Pham, D. N., & Ngo, T. Q. (2022), Factors affecting farmers' decisions to participate in agricultural tourism activities: a case study in the Mekong Delta, Vietnam, AgBioForum, 24(1), 30-40.

Doe, J., & Smith, A. (2018). Local community participation in agritourism development. Journal of Sustainable Tourism, 26(5), 764-781.

Duffy, L. N., Kline, c., Swanson, J. R., Best, M., and McKinnon, H. (2016). Community development through agro-ecotourism in Cuba: An application of the community capitals framework. Journal of Ecotourism, 16,203-221.

Ferreira, D. I. R., & Sánchez-Martín, J. M. (2022). Agricultural landscapes as a basis for promoting Agritourism in cross-border Iberian regions. Agriculture, 12(5), 716.

Francis, O. E. (2024). Agritourism and Socioeconomic Potentials of Orchards: A case of Laro Yewa Land Ogun State Southwest Nigeria, Journal Kepariwisataan: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan, 8(1), 10-19.

Garcia, M., & Brown, P. (2015). Forms of community participation in agritourism: Case studies from Europe. Tourism Management, 46, 562-575.

Giaccio, V., Giannelli, A. and Mastronardi, L. (2018). Explaining determinants of agritourism income: Evidence from Italy, Tourism Review, vol. 73, no. 2: pp.216-229.

Hai, L. T. D., Huyen, K. N., & Trinh, N. T. T. (2023). Personal Benefits Impact the Support for Agritourism Development Among the Local Community: The Mediating Role of Community Satisfaction and Quality of Life. Journal of Law and Sustainable Development, 11(7), e936. https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i7.936

Hall, C. M., & Page, S. J. (2014). The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. Routledge.

Hassan, H. M., Mahbub, T., & Chowdhury, M. A. A. (2023). Agritourism, Community Attachment, and Their Contributions to Tourism and Community: An Empirical Study. Tourism (13327461), 71(4).

Holland, R., Khanal, A. R., & Dhungana, P. (2022), Agritourism as an alternative on-farm enterprise for small us farms: Examining factors influencing the agritourism decisions of small farms, Sustainability, 14(7), 4055.

Jęczmyk, A., Uglis, J., Graja-Zwolińska, S., Maćkowiak, M., Spychała, A., & Sikora, J. (2015). Research note: Economic benefits of agritourism development in Poland—An empirical study. Tourism Economics, 21(5), 1120-1126.

Jungprawate, P. (2018). Participation in Developing Agro-tourism Attractions of Local Government Organizations in Pathum Thani and Nakom Nayok Provinces. Journal of CulturalApproach, 19(35), 64-76.

Khanal, A. R., Mishra, A. K., & Omobitan, O. (2019), Examining organic, agritourism, and agri-environmental diversification decisions of American farms: are these decisions interlinked? Review of Agricultural, Food and Environmental Studies, 100, 27-45.

Kline, C., Barbieri, C., & Vidal, D. (2019). The Influence of Agritourism on Niche Meats Loyalty and Purchasing. Journal of Travel Research, 58(5), 887-900.

Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its methodology. Sage publications.

Kunasekaran, p., Ramchandraran, s., Samdin, z., Awang, K.w. (2012). Factors affecting farmers agro-tourism involvement in Cameron Highlands, Pahang. OİDA International Journal of Sustainable Development, 4, 83-90.

Lan, T. T. (2019). Experience in developing high-tech agricultural tourism in Israel. ITDR.

Lee, C., & Kim, H. (2017). Barriers to community participation in agritourism development in Asia. Journal of Rural Studies, 54, 334-347.

Li, J., & Barbieri, C. (2019). Incentives to join associations: The case of agritourism. Journal of Tourism Insights, 9(1), 5.

Lucha, C., Ferreira, G., Walker, M., & Groover, G. (2016). Profitability of Virginia's Agritourism Industry: A Regression Analysis. https://www.cambridge.org/core.

Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A. and Scardera, A. (2017). Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy, Land use policy, vol. 64: pp. 383-390.

Mahaliyanaarachchi, R. P. (2015). Role of agritourism as a moderated rural business. Tourism, Leisure and Global Change, 2(1), 193-204.

Mappe, U. U., Amandaria, R., & Mario, M. (2024). Community Involvement in Agritourism: A Participatory Approach to Rural Sustainable Development. Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian, 6(1), 14-19.

Meraner, M., Heijman, W., Kuhlman, T., & Finger, R. (2015). Determinants of farm diversification in the Netherlands. Land use policy, 42, 767-780.

Nastiti, A. P., & Hakim, L. (2020). Community Participation in Agro-tourism Development at Karangsari, Blitar, East Java. Journal of Environmental Engineering and Sustainable Technology, 6(2), 36-43.

Nickerson, N. P., Black, R. J., & McCool, S. F. (2019). Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. Journal of Travel Research, 58(3), 315-325.

Nnabuike-Eneh, S. A. (2021). Farmers' awareness, perception, willingness to participate in agritourism in abia state, Nigeria. Journal of Community & Communication Research, 6(2), 95-103.

Noel, B. A., Janice, S. C. (2023). Farmers' Awareness and Perceptions in Agritourism Participation in Calaanan Bongabon Nueva Ecija: A basis of Marketing Development Plan. International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS), 9(5), 83-87.

Norlida, H. M. S., Mohd, S., S., Redzuan, O., Mohd S., & Siti H. M. I. (2016), Factors of Local Community Participation in Tourism-Related Business: Case of Langkawi Island, International Journal of Social Science & Humanity, 6(8), 565-571.

Obeidat, B. (2022). Assessing agritourism potential in a Jordanian village based on farmer-specific and location-based factors. Cogent Engineering, 9(1), 2119531.

Patel, R., & Singh, S. (2020). The role of social capital in enhancing community participation in agritourism. Community Development Journal, 55(2), 230-245.

Petrović, M. D., Gelbman, A., Demirović, D., Gagić, S., & Vuković, D. B. (2017). The examination of the residents' activities and dedication to the local community–an agritourism access to the subject. Journal of the Geographical Institute" Jovan Cvijic", SASA, 67(1), 37-52.

Popescu, C. A., Iancu, T., Popescu, G., Adamov, T., & Ciolac, R. (2023). The Impact of Agritourism Activity on the Rural Environment: Findings from an Authentic Agritourist Area—Bukovina, Romania. Sustainability, 15(13), 10294.

Prasanshakumari, J. A. (2016). Possibility of agritourism development for sustainable rural development in Sri Lanka. Journal of Humanities and Social Science, 21(8), 12–16. https://doi.org/10.9790/0837-2108041216

Quella, L., Chase, L., Conner, D., Reynolds, T., Wang, W., & Singh-Knights, D. (2021). Visitors and values: A qualitative analysis of agritourism operator motivations across the U.S. Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development, 10(3), 287–301.

Ramona, C., Tiberiu, I., Ioan, B., Tabita, A., Nicoleta, M. S. (2021). Agritourism—A Business Reality of the Moment for Romanian Rural Area's Sustainability. Sustainability –. doi:10.3390/su13116313

Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. Tourism management, 60, 147-158.

Rilla, E. L. (2011). Tourism and agricultural viability: Case studies from the United States and England. In Tourism and Agriculture (pp. 173-191). Routledge.

Rogerson, C. M., & Rogerson, J. M. (2014). Agritourism and local economic development in South Africa. Bulletin of Geography Socio–Economic Series, 26(26), 93–106. https://doi.org/10.2478/bog-2014-0047

Sandhu, N (2024). Role of Education and Training to Make Agritourism a Success Story in India.

Schilling, B. J., Attavanich, W., & Jin, Y. (2014). Does agritourism enhance farm profitability? Journal of Agricultural and Resource Economics, 39(1), 69-87.

Srisomyong, N., & Meyer, D. (2015). Agritourism and Rural Development in Thailand: A Case Study. Journal of Rural Development, 34(2), 143-159.

Sung-Eun, K., Songyi, K., Jin, H.P., Youngeun, K. (2021). The Impact of Residents' participation on Their Support for Tourism Development at a Community Level Destination. Sustainability, 13(9):4789.

Togaymurodov, E., Roman, M., & Prus, P. (2023). Opportunities and directions of development of agritourism: Evidence from Samarkand Region. Sustainability, 15(2), 981.

Van Zyl, C. C., & Van der Merwe, P. (2021). The motives of South African farmers for offering agritourism, Open Agriculture, 6(1), 537-548.

Wang, Y., & Liu, X. (2021). Economic incentives and community participation in agritourism. Agricultural Economics, 65(3), 389-402.

Wenbin, L., Dallen, J. T., Chen, Z., Xiaoling, Z. (2022). Influential factors in agrarian households' engagement in rural tourism development. Tourism Management Perspectives, 44, 101009.

Wu, T. C. (2018). Agriculture tourism and the transformation of rural countryside, Tourism Geographies, vol. 20, no. 2: pp. 354-357

Xu, S., Barbieri, C., & Seekamp, E. (2019). Social capital and community resilience: Promoting agritourism to support rural development in China. Journal of Destination Marketing & Management, 14, 100392.

Yamagishi, K., Gantalao, C., & Ocampo, L. (2021). The future of farm tourism in the Philippines: Challenges, strategies and insights. Journal of Tourism Futures. https://doi.org/10.1108/JTF-06-2020-0101

Yaping, P., Weizhong, L. & Changjiang, X. (2023). Spatio-temporal divergence and influencing factors of agritourism integration development in Xinjiang, China. Scientific Reports, 13, 19361.

Yeboah, A., Owens, J., Bynum, J., and Okafor, R. (2017). Factors influencing agritourism adoption by small farmers in North Carolin. Journal ofAgricultural Extension andRural Development, 9(5), 84-96.

BOTANICAL SOLUTIONS FOR INFLAMMATION AND OXIDATIVE DAMAGE: A REVIEW OF MEDICINAL PLANTS

R.VIDHYALAKSHMI
Bharath Instıtute Of Hıgher Educatıon And Research

K.RAJAGANAPATHY
Bharath Instıtute Of Hıgher Educatıon And Research

ABSTRACT
Inflammation and oxidative stress play a significant role in the pathogenesis of various chronic diseases, including cardiovascular disorders, neurodegenerative conditions, and cancer. Medicinal plants have been widely studied for their potential in modulating inflammation and neutralizing oxidative damage through bioactive compounds such as flavonoids, polyphenols, alkaloids, and terpenoids. This review explores the pharmacological potential of key medicinal plants with anti-inflammatory and antioxidant properties, highlighting their mechanisms of action and therapeutic applications. Plants such as Curcuma longa (turmeric), Zingiber officinale (ginger), Camellia sinensis (green tea), Withania somnifera (ashwagandha), and Ocimum sanctum (holy basil) have demonstrated promising effects in reducing inflammatory markers and scavenging free radicals. The modulation of inflammatory pathways, including nuclear factor-kappa B (NF-κB) and cyclooxygenase (COX), along with the enhancement of endogenous antioxidant defense systems, underscores their therapeutic significance. Additionally, these natural compounds exhibit fewer adverse effects compared to synthetic drugs, making them valuable candidates for integrative medicine. However, further clinical trials and pharmacokinetic studies are required to establish their efficacy, bioavailability, and safety for widespread medical use. This review aims to provide a comprehensive understanding of botanical solutions for inflammation and oxidative damage, supporting the role of medicinal plants in pharmaceutical research and development.
Keywords: Medicinal plants, inflammation, oxidative stress, antioxidants, phytochemicals, pharmacology.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

VALORIZATION OF TRADITIONAL RECIPES FOR DIFFERENT USES OF WILD EDIBLE PLANTS AMONG THE TAOUNAT POPULATION

Seloua Essaih
Faculty of sciences, Chouaib Doukkali university, Nutrition and Food Sciences Training and Research Unit
Polydisciplinary Faculty of Taroudant, Ibn Zohr University, Analyses, Modeling, Engeneering, Naturel substances and environment Laboratory

Belkassem El Amraoui
Faculty of sciences, Chouaib Doukkali university, Nutrition and Food Sciences Training and Research Unit
Polydisciplinary Faculty of Taroudant, Ibn Zohr University, Analyses, Modeling, Engeneering, Naturel substances and environment Laboratory

et Rekia Belahsen
Faculty of sciences, Chouaib Doukkali university, Nutrition and Food Sciences Training and Research Unit

Abstract
Ethnobotanical studies have revealed the central importance of wild edible-medicinal and cosmetic plants in several types of uses by the rural Moroccan population. The aim of this study is to inventory and characterize the traditional uses of spontaneous edible plants among the population of Taounat region, located in the south of the Rif Mountain. An ethnobotanical survey was carried out by interviews with the population, using a questionnaire to collect information on the edible organ, the mode of consumption (recipes), the frequency and the type of use and diseases treated. Use value, relative citation frequency, fidelity level and informant consensus factor data are assessed. One hundred and three plant species belonging to 46 families were identified and 48 recipes cited. The majority were of medicinal use (35.29 %) and mainly in the treatment of digestive disorders. The most consumed parts were the leaves. The highest rates of Use Value and relative citation frequency belong to the plants cited by all
The informants, namely *Lavandula stoechas L. (Halhal)* for medicinal use, *Juglans L. (Ljawz)* for food and medicinal uses, while the highest informant consensus factor values were recorded for gastric problems and diabetes. This study revealed the contribution of spontaneous edible plants to the richness of plant biodiversity.
Keywords: Medicinal and cosmetic plant, Ethnobotanical survey, Taounat province.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ECOTOURISM AND INDIGENOUS TOURISM: WHAT OPTION FOR TOURISM DEVELOPMENT IN EMERGING ECONOMIES?

Chigozie Jude ODUM
Department of Tourism Studies, Faculty of Arts, University of Nigeria
ORCID: 0000-0001-6018-7063

Abstract
Ecotourism appears Eurocentric, lacking local content, while indigenous tourism gives opportunities for community participation, and literature suggests that indigenous contribution and participation in tourism destinations are limited. What form of tourism should emerging economies adopt to suit their locality, especially communities in Nigeria, as Nigeria has shown some interest in using tourism as an alternative source of income and community development? The study aims to re-evaluate ecotourism and indigenous tourism, highlighting their contributions and a possibility of merging the two and its implications. The study adopted a qualitative method and sampled southeastern Nigeria. The result showed that a new concept termed indigenous-ecotourism (In-ecotourism) is possible because, given the existing relationship between host communities and nature, the two are intertwined, and therefore, indigenous control needs to prevail. The issue associated with the proposed concept was discussed, and the need for more studies was explained. The contribution of the study to indigenous discussions is invaluable given the novel proposal: In-ecotourism.
Keywords: Africa, Anambra, ecotourism, indigenous tourism, In-ecotourism

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ANALYSIS OF AGROTURISTIC CENTERS AND AGRICULTURAL PRODUCERS IN SHKODRA REGION: INTERCONNECTION AND OPPORTUNITIES FOR RURAL TOURISM DEVELOPMENT

Gjovalin DEDA
Department of Computer Science, Faculty of Information Technology, "Aleksander Moisiu" University
ORCID: 0009-0003-4851-0421

Orgest ZAKA
Department of Mathematics-Informatics, Faculty of Economy and Agribusiness, Agricultural University of Tirana
ORCID: 0000-0001-8431-8347

ABSTRACT
Agritourism in Shkodra Region is a growing sector with enormous potential for rural tourism development and support for local agriculture. This study provides an in-depth analysis of some of the main agritourism centers in the area and how they help develop strong links between tourism and agriculture. Many of these centers are closely linked to local agricultural producers who offer traditional and organic products that are the foundation of agritourism services. Agritourism in Shkodra not only offers opportunities for tourists to experience agricultural traditions but also supports the sustainable development of the local economy and promotes sustainable agricultural practices. This analysis is based on data collected from agritourism centers and local farmers, as well as previous literature studies on rural tourism development and its links with the agricultural sector.
Keywords: Agritourism, agricultural producers, economic development, rural tourism, local products.

INTRODUCTION
Shkodër County, one of the richest regions in Albania both naturally and culturally, has an excellent opportunity for the development of rural tourism. The natural wealth and deep agricultural traditions of this area make it an attractive destination for tourists seeking authentic experiences of village life, exploring agricultural life and traditional gastronomy (Gashi, 2020). In recent years, agritourism has grown significantly in Shkodër, becoming an important resource for the development of the local economy and for the preservation of the natural and cultural assets of the region. According to various studies, agritourism is an excellent opportunity to support sustainable development and create job opportunities for local communities (Bajrami, 2021; Liu et al., 2019).
This sector shows the potential to create a strong link between the tourism and agricultural sectors, as many of the agritourism centers in Shkodër are closely linked to agricultural producers, who supply them with fresh and organic products. This connection helps the region to develop sustainably and protect its agricultural traditions. Meanwhile, cooperation between farmers and agrotourism centers can contribute to increasing opportunities for the promotion of local products and helps in the sustainable development of agriculture, while also providing opportunities for employment and the development of small businesses (Krasniqi, 2018; Petrovic & Krasniqi, 2020).
This study will examine some of the most important agrotourism centers in Shkodra and analyze how they are connected to local agricultural producers.

The impact of this cooperation on the development of rural tourism and the preservation of the agricultural traditions of the region will be assessed. It will also examine the opportunities that this cooperation can offer for the future of agrotourism and for the economic development of Shkodra.

METHODOLOGY

This study uses a qualitative method for data collection. Data were collected from various online sources, including the websites of agrotourism centers, social profiles and the websites of local producers. In addition, the connections between these two groups – producers and agrotourism centers – were analyzed to understand the impact of this cooperation on the development of tourism and agriculture in Shkodër. Using a multidimensional approach allows for the examination of the mutual impacts and the opportunities that this cooperation can bring for the sustainable development of the region.

ANALYSIS OF AGROTOURISM CENTERS AND PRODUCERS IN SHKODER

In this section we will provide a description and analysis of the Agrotourism centers in Shkoder County, Albania. We will analyze 9 of the agrotourism centers separately, namely: Faqedol Agritourism; Hysaj Agrotourism; "Rruga e Mullirit" Agrotourism; Agora Agrotourism; Marku Agrotourism; Harapi Agrotourism; Gardenland Resort; Mrizi i Zanave; Shega Agrotourism. For each of these centers we will provide addresses, information on the location, what they offer, how to locate each one and how to contact customers.

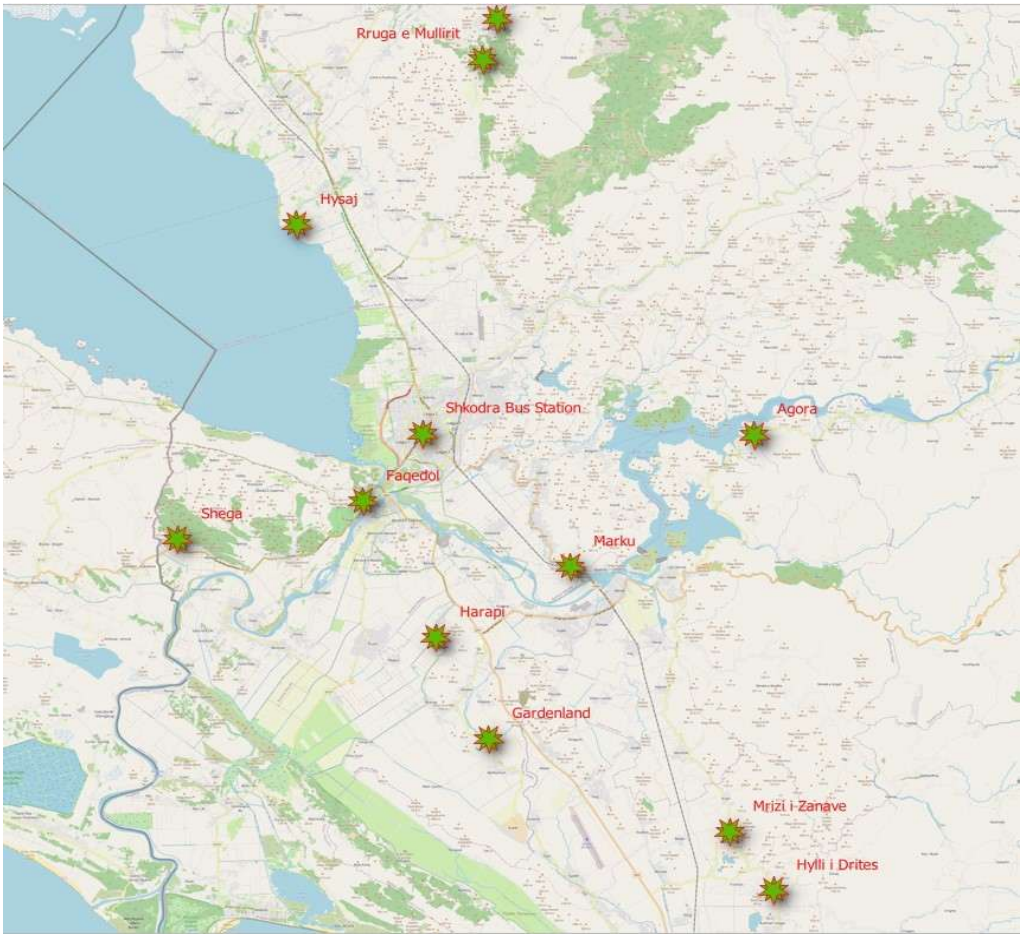


Figure 1. Agrotourism Spots Around Shkodër

1. Faqedol Agritourism and Local Fruit and Vegetable Producers
Address: "Zues" Street, Cadastral Zone 3949, Shkodra;
Coordinates: 42.0667° N, 19.5000° E (approximate)
Faqedol Agritourism is one of the main agritourism destinations in Shkodër, known for the authentic experiences it offers to visitors. The center focuses on the production and use of local products, including organic fruits and vegetables, which are obtained directly from local farmers. This close collaboration between the agritourism center and farmers has created a sustainable model of rural tourism, where visitors can engage in activities such as fruit and vegetable picking, and enjoy meals prepared with fresh local products (Gashi, 2020; Liu et al., 2019).
Activities and Services:
- Nature trips and agricultural activities such as fruit and vegetable picking, which help tourists experience life in the countryside and directly connect with production (Alushi, 2019).
- Tasting local products, including fresh fruits and organic vegetables produced by local farmers (Bajrami, 2021).
- Farm work and involvement in agricultural processes, such as planting and harvesting products, which offers an excellent opportunity to get to know the agricultural culture of Shkodra better (Petrovic & Krasniqi, 2020).

Local Producers:
- "Kallma" Farm, which supplies Faqedol Agritourism with fresh seasonal fruits, such as apples, pears and grapes, and offers the opportunity to taste these products directly from the farm.
- Local farmers, who are engaged in the production of organic vegetables and offer a wide range of products such as tomatoes, cucumbers, potatoes and other greens (Peci & Lila, 2022).
-



Figure 2: Faqedol

Links and Profiles:
- https://albaniatrips.com/?p=622
- https://www.facebook.com/agroturizem.faqedol
- https://www.instagram.com/agroturizemfaqedol?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D

2. Agroturizmi Hysaj
Address: Balshaj, Grizhe, Shkodra
Coordinates: 42.1000° N, 19.6500° E (approximate)
Agroturizmi Hysaj is one of the destinations that is gaining popularity in Shkodra for offering an authentic and relaxing experience in nature. Located in a hilly area with stunning views, this center focuses on preserving rural tradition, offering a service that connects traditional hospitality with rich local gastronomy. The facilities are built with wood and stone elements, preserving the characteristic architecture of the area and respecting the natural environment.
Activities and Services:
- Horseback riding through natural trails and hiking in the surrounding mountains.
- Traditional cooking courses where visitors can learn about typical Shkodra dishes.
- Folklore evenings and tastings of local products and artisanal wines.

Local Producers:
- Local farms producing cheese, honey, seasonal fruits and fresh vegetables.
- Regional cooperatives for meat and processed products.
-



Figure 3: Hysaj

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/hysajagroturizem/?locale=sq_AL
- https://www.instagram.com/hysajagroturizem/

3.Agrotourism "Rruga e Mullirit"
Address: Mucaj Street, Shkrel, 4305, Albania
Coordinates: 42.2257° N, 19.6074° E
Located next to an old water mill, this agrotourism destination is a perfect combination of cultural heritage and natural experience. Rruga e Mullirit offers a peaceful environment where visitors can learn about traditional grain processing techniques and taste a variety of fresh products from the area. This place represents a bridge between history and innovation in rural tourism.

Activities and Services:
- Organized visits to the mill with guides who tell its history and functioning.
- Demonstrations of making bread and other dough products.
- Nature walks and picnics under the shade of trees along the river.

Local Producers:
- Local farmers who cultivate organic grains and vegetables.
- Traditional bakeries that supply the area with bread and pastries.



Figure 4: Rruga e mullirit

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/rrugaemullirit/
- https://www.instagram.com/agroturizem_rrugaemullirit/
- https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g17580367-d17615693-Reviews-Agroturizem_Rruga_e_Mullirit-Masel_Shkoder_County.html
- https://www.mapquest.com/al/agroturizem-rruga-e-mullirit-423413827

4. Agora Agrotourism
Address: Mllojë Village, Shkodra
Coordinates: 42.0500° N, 19.7000° E (approximate)
Agora is an innovative agrotourism concept that combines ecological sustainability with contemporary culture. This place has become an open space for the community and visitors seeking an educational and entertaining experience. With a focus on promoting sustainable practices, Agora organizes various activities for all age groups.



Figure 5: Agora Agrotourism

Activities and Services:
- Educational workshops on ecological agriculture, permaculture and recycling techniques.
- Cultural events such as outdoor painting, live music and craft exhibitions.
- Summer camp area with children's involvement in natural activities.

Local Producers:
- Young farmers working with modern and organic techniques.
- Local producers of crafts and handicrafts.

Links and Profiles:
- https://www.agorafarmhouse.com/
- https://www.instagram.com/agora.farmhouse/

5. Marku Agrotourism
Address: Ganjollë, Shkodër
Coordinates: 42.0833° N, 19.7000° E (approximate)
Located in a mountainous area with untouched nature, Marku Agrotourism is a favorite destination for those seeking direct involvement in rural life. The center offers warm accommodation in traditional houses and serves as a model for the integration of agricultural practices with tourism.

Activities and Services:
- Visits to livestock stables and participation in milk processing processes.
- Lessons on preparing bread and other products in a traditional bakery.
- Nature walks and meals with local products in an open environment.

Local Producers:
- Small family farms that produce milk, cheese and bakery products.
- Local wine and brandy producers.



Figure 6: Marku Agrotourism

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/atfmarku/
- https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g17613370-d17613022-Reviews-Agroturizem_Marku-Ganjolle_Shkoder_County.html
- https://agroturizem-marku.albaniahotels.org/en/

6. Agrotourism Harapi
Address: Rruga Harapaj, Shkodër
Coordinates: 42.0667° N, 19.5000° E (approximate)
Harapi is known throughout northern Albania for its quality wine production and the unique experience it offers to tourists. This winery has transformed its vineyards into a tourist attraction, where visitors learn about the tradition of grape cultivation and the fermentation process.
Activities and Services:
- Guided tours of the vineyards and winery with explanations of each stage of wine production.
- Tastings of different types of wines produced locally.
- Seasonal events such as the grape harvest festival.

Local Producers:
- Experienced grape growers and artisanal winemakers.
- Farmers who supply fruits and other products to accompany wine.



Figure 7: Agrotourism Harapi

Links and Profiles:

- https://www.instagram.com/agroturizem_harapi/?__d=11
- https://www.facebook.com/@agroturizem_harapi-100076474446511/?locale=en_GB

7. Gardenland Resort

Address: Fshati Barbullush, Shkodër

Coordinates: 41.9391° N, 19.5448° E

Gardenland is a perfect destination for family holidays, where relaxation and nature are harmoniously combined with agrotourism offers. With a wide range of services and activities, this resort is designed to offer a rich experience for all ages.

Activities and Services:

- Nature walks, cycling and sports activities for children and adults.
- Playgrounds and areas dedicated to education on nature and agriculture.
- Swimming pool and barbecue facilities with traditional foods.

Local Producers:

- Nearby farms that supply fresh fruits, vegetables and meat.
- Local dairy cooperative.



Figure 8: Gardenland Resort

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/p/Restorant-Agroturizem-Gardenland-100063670116012/
- https://www.instagram.com/gardenland_resort/
- https://gardenlandresort.com/

8. Mrizi i Zanave
Address: Fishtë, Lezhë
Coordinates: 41.7833° N, 19.6167° E (approximate)
Mrizi i Zanave is a symbol of Albanian agritourism, known for its 'field to plate' philosophy. This place has influenced the sustainable development of the surrounding area, including dozens of local farmers in the supply chain. Accommodation is in guesthouses built with natural materials, and the kitchen offers menus that change according to the season.
Activities and Services:
- Farm guide and presentation of the food production process.
- Tastings with fresh and organic products.
- Lessons on traditional preservation and old cooking techniques.

Local Producers:
- Local farmers cultivating certified organic products.
- Artisans preparing wine, brandy, jams and cheese.



Figure 9: Mrizi i Zanave

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/MriziIZanaveAgroturizem/?locale=sq_AL
- https://www.booking.com/hotel/al/mrizi-i-zanave-agroturizem.it.html
- https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g19261519-d17562889-Reviews-Mrizi_i_Zanave_Agroturizem-Fishte_Lezhe_County.html
- https://www.instagram.com/mrizi_i_zanave/

9. Shega Agrotourism
Address: Muriqan, Shkodër
Coordinates: 42.1000° N, 19.4333° E (approximate)
Shega Agrotourism specializes in the cultivation and processing of pomegranates, one of the most sought-after fruits for its health benefits. Located in a peaceful and attractive environment, this place offers practical experiences for visitors who want to get involved in agricultural life.



Figure 10: Shega Agrotourism

Activities and Services:
- Participation in the seasonal pomegranate harvest and juice production.
- Workshops on fruit preservation and jam preparation.
- Traditional dishes prepared with fruits and vegetables from the farm.

Local Producers:
- Farms specializing in the cultivation of pomegranates, oranges and lemons.
- Artisan workshops producing organic juices and products.

Links and Profiles:
- https://www.facebook.com/agroturizemshega/?locale=sq_AL
- https://www.instagram.com/agroturizem_shega/
- https://agrotourism.gov.al/shega-agritourism/

REPRESENTATION THROUGH A SIMPLE GRAPH, BETWEEN AGROTOURISM POINTS SHKODER

Graph theory provides a powerful framework for modeling and analyzing complex networks that describe interactions in the agritourism sector in the Shkoder region. By representing agritourism centers as nodes and the connections between them (roads, collaborations with local farmers, supplies of local products, or promotion networks) as arcs, a graph can be created that reflects the functional network of the sector. This approach can be used to identify key nodes (high-impact centers), analyze the connectivity and efficiency of product distribution, and discover gaps in infrastructure or opportunities for the creation of new collaboration networks. Such an analysis helps in strategic planning for the sustainable development of agritourism in the region.

In the papers (Deda&Zaka 2024a, Deda&Zaka 2024b) we have presented a complete picture regarding the possible paths between these agritourism centers. In the figure below we have presented a simple graph, which explains the connections between the agrotourism centers of the Shkoder region.

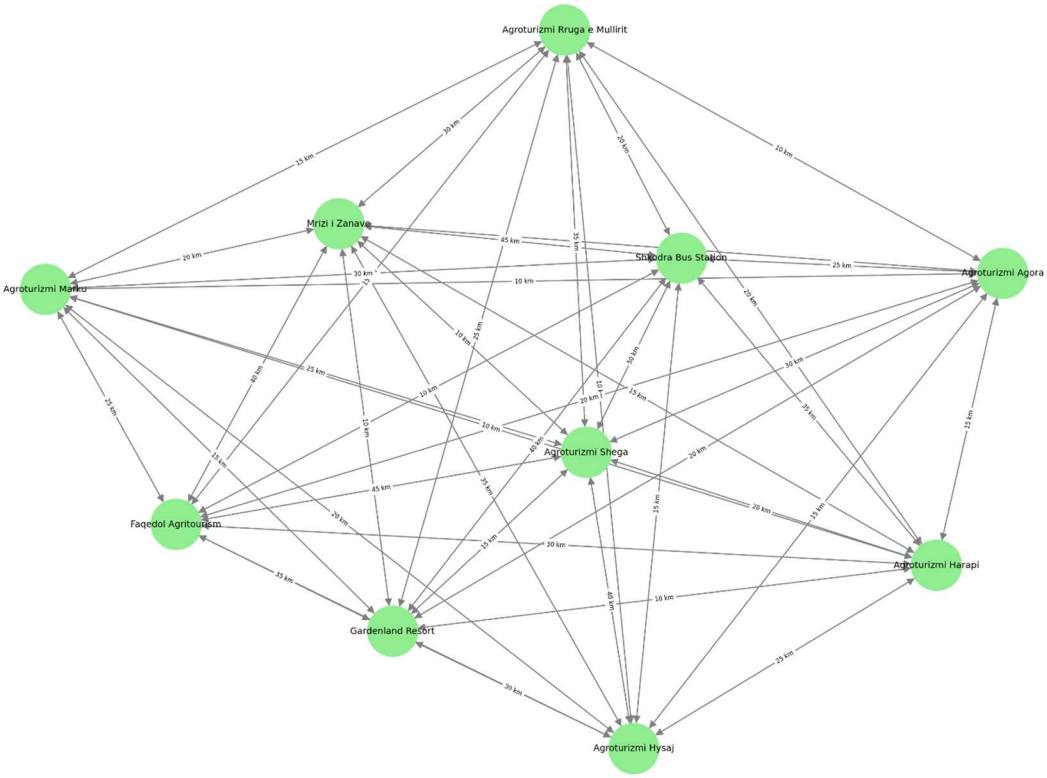


Figure 11. Complete graph of connections between Agrotourism Centers in Shkoder region

DISCUSSION

This study has provided an in-depth analysis of agrotourism centers in Shkodra Region, assessing the impact of cooperation between agrotourism centers and local agricultural producers. Shkodra is a region rich in deep agricultural and natural traditions. It has an extraordinary potential for the development of rural tourism that can contribute to strengthening the local economy and maintaining cultural traditions.

The analysis of the reviewed agrotourism centers results in that they offer opportunities for tourists to connect directly with nature and experience the agricultural life of Shkodra. This cooperation between agrotourism centers and farmers has created a sustainable model that supports the development of agriculture and helps preserve the natural assets of the region. The development of rural tourism has also provided employment opportunities and strengthened ties between the community and tourists, offering them the opportunity to enjoy traditional foods and products produced with organic and traditional methods.

However, challenges remain, especially in the areas of infrastructure, sustainable tourism promotion and institutional support. In order to realize the full potential of agritourism in Shkodra, it is necessary to take concrete measures to improve infrastructure conditions and continuous training of employees, as well as to create a closer connection with international markets.

RECOMMENDATIONS

1. *Improving Tourism Infrastructure and Services*: One of the main challenges for the development of agritourism in Shkodra remains infrastructure. To improve the visitor experience and enable easier access to agritourism centers, it is necessary to invest in roads, transport and suitable accommodation options. Investments in infrastructure would contribute to improving the quality of service and increase the number of visitors.

2. *Increasing Awareness and Marketing of Agrotourism Destinations*: To attract more tourists and promote the cultural and natural values of Shkodra, it is important to develop a strong marketing campaign. This could include the use of social networks, the creation of dedicated websites and participation in international tourism fairs. Cooperation with tourist agencies and tourism portals should also be strengthened to increase the recognition of Shkodra as an agrotourism destination.

3. *Training and Professionalization of Agrotourism Employees*: The engagement of trained employees in providing quality services is essential for the success of the sector. Agrotourism centers should invest in staff training, including tourism service management, customer service and knowledge of traditional agricultural and gastronomic practices.

4. *Encouraging Mutual Cooperation Between Agricultural Producers and Agrotourism Centers*: Cooperation between farmers and agrotourism centers is key for the sustainable development of tourism and agriculture. To increase the efficiency and quality of products, farmers should have the opportunity to link more closely with agrotourism centers, through producer groups and other support organizations. This cooperation can be stimulated by supportive policies and by creating opportunities for joint financial resources and training.

5. *Support for the Development of Local and Artisanal Products*: To have a sustainable and successful agrotourism, it is important that local products, such as traditional foods and artisanal products, have an important role in the tourist offer. Opportunities can be created for the development and promotion of local products, by organizing events and festivals that allow tourists to taste and buy these products. Training can also be provided for farmers to improve the quality and marketing of their products.

6. *Increasing International Partnerships for Rural Tourism Development:* To expand the market and benefit from international funding opportunities, it is important for Shkodra to establish partnerships with international organizations and engage in funded projects for rural tourism development. This will enable the use of international resources and expertise to increase the sustainability and development of the region.

7. *Creating Sustainable Policies and Support for Local Stakeholders*: It is important that government and local policies support the development of rural tourism, providing the necessary incentives for investments in the agritourism sector and support for local farmers and producers. Policies should also be developed to preserve the environment and promote sustainable agricultural practices, to ensure that tourism development is in harmony with the protection of natural resources.

REFERENCES

Alushi, A. (2019). *Turizmi rural në Shqipëri: Mundësitë dhe sfidat për zhvillimin e agroturizmit*. Tiranë: Shtëpia Botuese.

Bajrami, A. (2021). *Zhvillimi i qëndrueshëm dhe agroturizmi në Shqipëri*. Revistë e Turizmit Rural, 45(2), 88-98.

Dajti, I., et al. (2020). *Agroturizmi dhe zhvillimi i sektorit bujqësor në Shkodër*. Akademia e Shkencave e Shqipërisë.

Gashi, D. (2020). *Vlerësimi i mundësive për zhvillimin e turizmit rural në Shqipëri*. Revista e Ekonomisë dhe Menaxhimit, 12(3), 22-30.

Hoxha, M. (2020). *Agroturizmi dhe zhvillimi ekonomik në Shqipëri*. Tiranë: Shtëpia Botuese.

Jusufaj, E. (2018). *Tradita dhe zhvillimi i turizmit rural në rajonin e Shkodrës*. Revista e Turizmit, 34(2), 102-115.

Kasapi, F. (2019). *Zhvillimi i agroturizmit dhe bashkëpunimi midis fermerëve dhe turizmit*. Tiranë: Akademia e Shkencave.

Liu, X., et al. (2019). *Challenges and opportunities in rural tourism development*. Journal of Rural Studies, 72(5), 110-118.

Mihajlovic, A., et al. (2018). *Rural tourism and agricultural development in Albania: A case study of the Shkodra region*. Tourism Economics, 24(3), 157-170.

Petrovic, A., & Krasniqi, B. (2020). *Linking agriculture and tourism: Opportunities for sustainable rural development in Albania*. Journal of Sustainable Tourism, 28(6), 746-763.

Gjovalin Deda & Orgest Zaka (2024). Enhancing Agritourism Efficiency in Shkodra Region Through Gis and Route Optimization: A Qgis and Ors Tools Approach. 10th International European Conference on Interdisiplinary Scientific Research. August 27-29, 2024 / Zurich, Switzerland.

Gjovalin Deda and Orgest Zaka (2024). Cultivating geospatial harmony: a comprehensive study on advancing agrotourism in albania through qgis integration. Ankara international congress on scientific research-x. June 25-27, 2024 / Ankara, Türkiye. Pp 198. ISBN:978-625-8254-55-6

Gjovalin Deda, Orgest Zaka. A Way to Internet Collect Data, 'Related to a Specific Subject'. The Special Case: For Albanian Agritourism Users Data. WSEAS Transactions on Environment and Development. 2024; 20:810-819. 10.37394/232015.2024.20.76

Zaka, O., Peters, J.F. DYCK FREE GROUP PRESENTATION OF POLYGON CYCLES IN THE RATIO OF COLLINEAR POINTS IN THE DESARGUES AFFINE PLANE. J Math Sci (2024). https://doi.org/10.1007/s10958-024-06995-4

Orgest Zaka and Armend Salihu (2024). Laplace Method for calculate the Determinant of cubic-matrix of order 2 and order 3. The Eurasia Proceedings of Science Technology Engineering and Mathematics, 29, 192-209. https://doi.org/10.55549/epstem.1566170

Orgest ZAKA and James F. Peters. Progress in Invariant and Preserving Transforms for the Ratio of Collinear Points in the Desargues Affine Plane Skew Field. Bol. Soc. Paran. Mat. (3s.) v. 2025 (43): 1–21. http://dx.doi.org/10.5269/bspm.68800

Peters, J.F., Zaka, O. Dyck fundamental group on arcwise-connected polygon cycles. Afr. Mat.34, 31 (2023). https://doi.org/10.1007/s13370-023-01067-3

TEMPLE TOURISM AS A CATALYST FOR RURAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN KERALA

Aiswarya Gireesh
Department of History, University of Kerala

ABSTRACT
Temple tourism in Kerala is instrumental in the preservation of the state's cultural and spiritual traditions, as well as in the promotion of rural economic development. The flood of pilgrims to important temple locations boosts infrastructure, encourages entrepreneurship, creates jobs, and aids in the preservation of intangible cultural heritage. Using case studies like Sabarimala and Guruvayur, this essay examines the complex effects of temple tourism on Kerala's rural populations. It also looks at the difficulties brought on by commercialization, environmental stress, and seasonal spikes. The study concludes by emphasizing how crucial it is to incorporate temple tourism into long-term socioeconomic advantages of sustainable rural development plans.
Keywords: Temple tourism, rural development, Kerala, cultural heritage, sustainable tourism, employment generation, religious tourism, community-based tourism

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

TERRITORIAL FRAGMENTATION VS. AMALGAMATION: IS 'URBAN GROWTH MACHINE' A SOLUTION FOR TIRANA REGION, ALBANIA?

MARCELA MELE
Faculty of Business, University Aleksandër Moisiu of Durrës
ORCID: 0000-0003-2914-297X

Abstract
This report explores the dynamics of territorial fragmentation and amalgamation in the context of the Tirana region, Albania, through the lens of urban growth machine theory. With rapid urbanization and population growth in the Tirana-Kamza metropolitan area, the region has experienced significant spatial fragmentation. This fragmentation is reflected in administrative boundaries, urban planning practices, and governance structures. The concept of the 'urban growth machine,' developed by Harvey Molotch, suggests that urban growth is driven by the collective interests of elites seeking to maximize profit through land development and infrastructure expansion. Despite having faced many challenges and conflicts around urban growth, the Tirana region lacks strong and inclusive forms of regional governance in the territory. Is *'urban growth machine' strategy* delivered by Andy Jonas in 1999 a solution for Tirana region, Albania? There is a need for the state to study the current demands of urban settlement, involving not only on urban local governance but referring the stakeholders as well. Corruption and public distrust in local and national elections further constrain collective coalition-type actions for organized urban growth. The analysis highlights both the economic opportunities and the socio-political implications of such a strategy, considering the broader context of post-1990 urban developments and local governance. Furthermore, it is argued that small local councils have higher unit costs of service delivery and are too weak to introduce urban development policies.
Keywords: Urban spatial governance, territorial fragmentation, urban growth machine, new territorial administrative division, Tirana.

Introduction

The Tirana region, Albania's political and economic center, has experienced significant changes in its territorial structure, especially since the fall of communism. Territorial fragmentation and amalgamation processes have become central in debates surrounding urban growth, governance, and development. The rise of urban growth machine theory has been suggested as a potential solution to address the region's fragmented urban landscape. This report examines the dynamics of territorial fragmentation and amalgamation in the Tirana region, focusing on how the urban growth machine concept might offer solutions to the challenges faced by the region.

In the first part informs on how municipal amalgamation influences the upper tier of government in terms of territorial organization of the region level and of allocations of functions. The new territorial reform in Albania 2015 was considered relevant by the government, as it would provide better services at the local level, more transparency in decision making, accountability, efficiency produce policies in accordance with the needs of communities, and work in the field of urban development and territorial planning. We focus on the new administrative-territorial reform in and explore how and in what forms the process of political decentralization in Albania contributes to its territorial fragmentation. The Tirana region, comprising the capital city and its surrounding municipalities, has experienced rapid urban growth over the past few decades.

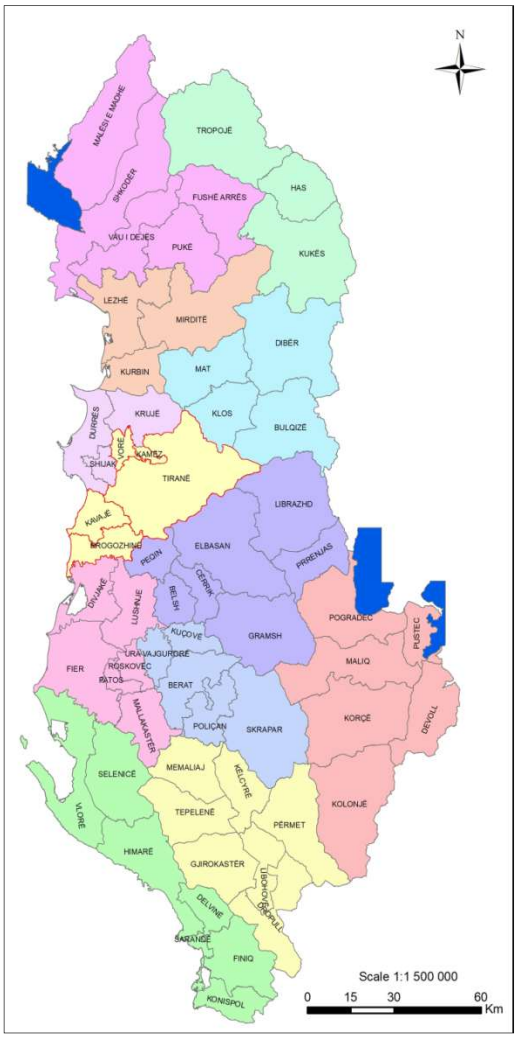
This growth has led to increased demands for infrastructure, housing, and services. However, the urbanization process has also been marked by territorial fragmentation, where administrative boundaries, local governance, and land use policies have created inefficiencies in managing urban development. In particular, the post-1990 era has seen the expansion of the Tirana-Kamza city-region, with diverse administrative units, often with competing interests, complicating the planning and provision of public goods. The region's territorial fragmentation has raised questions about governance efficiency and urban coherence, leading to debates on whether amalgamation or consolidation of administrative areas might offer a solution.

The urban growth machine theory provides a useful framework to explore whether a more cohesive approach to urban development, focused on the collaboration of private elites and local governments, could address these issues. The theory suggests that urban growth is not merely the result of population increase but rather the product of coordinated efforts by influential actors aiming to profit from urban development. Applying this theory to the Tirana region involves assessing whether a growth machine approach could help mitigate the negative impacts of fragmentation and enhance urban management. Since the early 1990s, most SEE cities have experienced dynamic processes of changes to establish market economies. Their inability to adapt in a flexible manner to the world markets are related in part to problems of consolidating property rights and 'spatial fixing' of citizenship and modes of political participation in peripheral urban areas.

Part 1 - Territorial Fragmentation in the Southern Eastern Europe and Albania

In almost all of the European states, municipality is the basic territorial level. However many territorial reforms have been formulated as a number reduction in units and expenditures in the name of request for better management of local public services. Following the reform there will be adoption of a constitutional law promoting inter-municipal cooperation, incentives to encourage the pooling of inter-municipal resources Programmes to reduce costs, foster innovation and modernise public administration, more capacity to provide a wider range of functions and more effective planning and economic development policies. In 2015, Albania went through a radical municipal amalgamation process, reducing their number of its municipalities from 380 to 61. There are 12 regions (Qarks) in the country. Their councils are not directly elected, but they consist of representatives of municipal governments. Municipalities achieve somehow economies of scale through the help of local units' cooperation, often pushed by the central government in order to increase efficiency. In this means central governments reduce their financial transfers and assistance to the local and regional authorities and conceive new practices. Accordingly these trends move with other reorganisations of services and these limits are sometimes prescribed by law.

Territorial fragmentation in the Tirana region is a product of historical, political, and economic factors. Following the fall of communism in the early 1990s, Albania underwent significant political and administrative decentralization. While this decentralization aimed to bring governance closer to local communities, it inadvertently resulted in a patchwork of administrative boundaries that hindered coordinated urban development. The city of Tirana, once confined to a relatively small urban area, expanded rapidly through informal settlements, suburbanization, and the creation of new municipalities like Kamza. The fragmentation of governance structures, with local leaders focused on their narrow jurisdictions, often led to competing policies, inconsistent zoning laws, and inefficient infrastructure development.



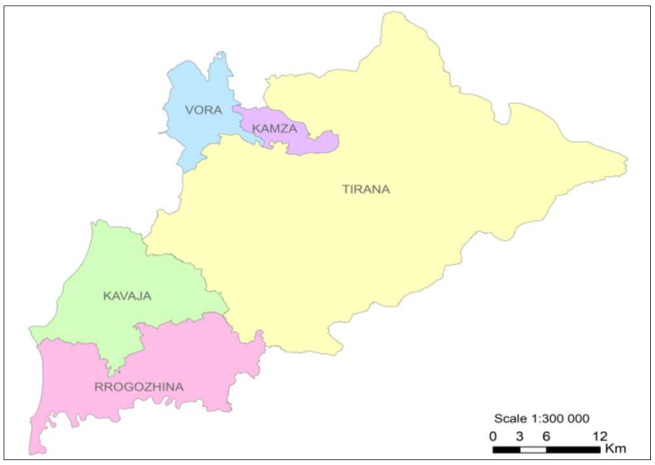


Fig. 1 Albania, NUTS 3 Candidate countries and potential candidates – 12 Regions (Qark) with 61 Municipals

As a result, the region has witnessed uneven economic development, with wealth concentrated in some parts of the city while others remain underdeveloped. Public services, such as transportation, waste management, and education, are often poorly coordinated across administrative boundaries. The lack of a unified approach to urban planning and the absence of a central authority with the power to implement regional policies have compounded these issues. Territorial fragmentation in the Tirana region refers to the uneven and often conflicting distribution of resources, governance, and urban planning across the city and surrounding areas. This issue has been exacerbated by the rapid urbanization that took place after the collapse of the communist regime in the 1990s. The influx of people from rural areas into Tirana, combined with the lack of a coherent territorial governance framework, has led to a fragmented urban structure, with distinct zones of development characterized by informal settlements, unregulated growth, and a lack of integration between urban and rural areas. Fragmentation is also seen in the political sphere, where local governments and administrative boundaries are often ill-equipped to deal with the needs of a rapidly growing city-region. The result is a lack of coordination between urban planning efforts, which undermines the ability to provide adequate infrastructure, public services, and housing. This fragmentation also leads to social inequality, with some areas of Tirana benefitting from urban development, while others remain neglected.

Part 2 – Amalgamation and its Role in Addressing Fragmentation

Amalgamation, in the context of urban growth and territorial organization, refers to the process of merging smaller administrative units to form larger, more cohesive governance structures. This approach is often proposed as a solution to the issues of fragmentation by creating a unified framework for decision-making, resource distribution, and urban planning. In the case of Tirana, amalgamation could potentially address the fragmented nature of governance and territorial management by consolidating administrative responsibilities and promoting coordinated development. The 2014 local government reform in Albania, which reduced the number of municipalities, was an attempt to streamline governance and address issues of fragmentation. However, the success of amalgamation remains mixed, as local political dynamics, conflicting interests, and uneven economic development continue to pose significant challenges. Amalgamation could help in creating more equitable development across the region, enabling the pooling of resources for large-scale infrastructure projects, such as transportation networks, waste management systems, and public housing. A more integrated approach to governance could also lead to better coordination between different sectors of urban development, fostering a more sustainable and inclusive growth model.

The Urban Growth Machine: A Solution for the Tirana Region?

The concept of the urban growth machine, coined by sociologists Harvey Molotch and John Logan, suggests that cities are driven by coalitions of political and economic elites who seek to maximize land development and growth. According to this theory, urban development is often shaped by the interests of powerful actors such as real estate developers, local politicians, and business elites, who collectively influence urban planning decisions to promote economic growth. In the context of Tirana, the urban growth machine could be seen as a potential solution to the region's territorial fragmentation. By consolidating political and economic power among key stakeholders, it could help to coordinate urban development efforts across the region. The urban growth machine could promote large-scale development projects, attract investment, and enhance the city’s global competitiveness. However, critics argue that this model can lead to a growth-oriented, neoliberal approach that prioritizes profit over the well-being of local communities, potentially exacerbating social inequality.

The Tirana region already exhibits some elements of an urban growth machine, with influential actors driving construction projects and infrastructure developments. However, the challenges of territorial fragmentation and political fragmentation complicate the ability of the urban growth machine to function effectively. Without a strong, unified governance structure, it is difficult for the growth machine to create a coordinated, inclusive development strategy that addresses the needs of all residents. Kamza Municipality needs training for their personnel, in order to handle their new duties and responsibilities. Kamza needs to improve in the terms of better management of their funds and finances. Is ‘urban growth machine’ a solution for Tirana City Region, Albania? Corruption and public distrust in local and national elections further constrain collective coalition-type actions for organized urban growth. Ultimately, the solution for Tirana’s territorial fragmentation may lie in a hybrid approach that combines elements of amalgamation, stronger governance structures, and careful consideration of the role of economic elites in shaping urban development. By integrating both top-down and bottom-up strategies, Tirana can develop a more cohesive and sustainable urban future that serves all its residents.

Urban Growth Machine Theory and Its Application

Urban growth machine theory, as proposed by Harvey Molotch, argues that urban development is driven by the collective interests of powerful actors, such as developers, landowners, and local elites, who seek to maximize profits through land use changes, real estate development, and infrastructure expansion. This theory suggests that urban growth is not an organic process but rather the result of strategic planning by a coalition of elites who work together to shape the urban environment to their benefit.

In the context of the Tirana region, applying the urban growth machine theory would involve bringing together key stakeholders, such as local government officials, real estate developers, and business elites, to create a coordinated strategy for urban development. By focusing on the mutual benefits of growth, these actors could work towards overcoming the challenges of territorial fragmentation. The urban growth machine approach could provide the political and financial impetus for infrastructure projects, such as transportation networks and urban regeneration, which are crucial for addressing the region's spatial disconnections.

However, the application of the urban growth machine in Tirana also presents several challenges. First, the interests of different elites may not always align, particularly when it comes to land use and development priorities. Second, the involvement of private interests in urban planning may lead to the marginalization of less affluent communities, exacerbating social inequality. Finally, the limited capacity of local governments to enforce coordinated policies across fragmented territories may undermine the effectiveness of such an approach.

Amalgamation as a Solution

One potential solution to the fragmentation issue is the amalgamation of municipalities and administrative units within the Tirana region. By consolidating smaller municipalities into a larger, more cohesive administrative unit, the region could create a more unified approach to urban planning and governance. Amalgamation could improve coordination between different areas of the region, streamline service delivery, and enhance the ability to implement large-scale infrastructure projects.

However, the process of amalgamation is not without its challenges. Local populations may resist changes to administrative boundaries, particularly if they perceive a loss of political autonomy or representation. Moreover, amalgamation may not address the underlying socio-economic disparities that exist between different parts of the region. Without careful planning and the inclusion of all stakeholders, amalgamation could exacerbate inequality rather than alleviate it.

Discussion and Conclusion

The Tirana region’s territorial fragmentation poses significant challenges to effective urban governance and development. While the urban growth machine theory offers a potential solution by focusing on the coordination of powerful actors in the region, its application must be carefully considered. The approach has the potential to drive large-scale development projects and improve infrastructure coordination, but it also risks exacerbating social inequality if the interests of marginalized communities are not taken into account. Alternatively, the amalgamation of administrative units could provide a more coherent governance structure but may face resistance from local communities and fail to address deeper socio-economic issues.

Ultimately, a hybrid approach that combines elements of both the urban growth machine and amalgamation may offer the most effective solution for the Tirana region.

By fostering collaboration among local elites, while simultaneously pursuing administrative reforms that promote equity and inclusive urban development, the region can overcome the challenges of fragmentation and create a more sustainable, cohesive urban environment.

References

1. Aliaj, B. et al (2003) Tirana - The Challenge of Urban Development, SEDA, Tirana, Cetis Press

2. Bertaud, A. (2006) Urban Development in Albania: the Success story of Informal Sector,
At:http://alainbertaud.com/ABFiles/ABAlbania%20Urban%20informal%20Sector%20paper.p_df: 1-19

3. Co-PLAN Centre for Habitat Development (2002) Strategic Urban Development Plan of the Municipality of Kamza, Empowering Local Governance and Community based
Initiatives in the Municipality of Kamza project

4. Council of Europe (CoE) (2008) Kamza, development strategy, 2008-2015, Tirana At:
http://www.coe.int/t/dgap/localdemocracv/Centre Expertise/Programmes/Albania Kamez

5. Cox, K. and Jonas, A. E. G. (1993) Urban Development, Collective Consumption and the

6. Politics of Metropolitan Fragmentation, *Political Geography,* 12: 8-37

7. Djokic, B (2006) 'The decentralization process in the republic of Serbia in view of optimal territorial organization', Paper presented at Conference: Decentralization between regionalism and federalism in the stability pact countries of the Western Balkans, Tirana http://www.federalism.ch/files/categories/IRCC/Programme_June8 fmal.pdf

8. Dedja, T. and Brahimi, F. (2006) The Dilemma of The Revision of the Administration and Territorial Division in Albania, Obligatory, Voluntary Amalgamation or Inter-Communal

9. Collaboration as a Transitory Solution, Paper presented at the conference on Decentralization between regionalism and federalism in the stability pact countries of the Western Balkans, 2006, Tirana: 1- 27

10. Enyedi, G. (1992) Urbanization in East-Central Europe: Social Processes and Societal Responses in the State Socialist System, *Urban Studies*, 29: 869-880.

11. Gazeta Kamza 47, Mars (2010) Available At:
http://kamza.gov.al/fotoarkiva/gazeta/kamza%2047.pdf

12. Gazeta Kamza 51, May (2010) Available At:
hhtp://kamza.gov.al/fotoarkiva/gazeta/kamza%2051%20-%20maj%202010-2.pdf

13. Gurran, N., & Phibbs, P. (2013). Housing policies and urban governance: A critical examination of the growth machine in the Australian context. Urban Policy and Research, 31(2), 137-152.

14. Institute of Statistic (INSTAT) (2002) Population of Albania in 2001, Tirana: INSTAT

15. Institute of Statistic (INSTAT) (2010) Population of Albania in 2024, Tirana: INSTAT

16. Jonas, A.E.G. and Wilson, D. (1999a) The City as a Growth Machine - Critical Perspectives two Decades Later, Jonas, A.E.G. and Wilson, D. (Eds) In: Introduction to the Urban Growth Machine: Critical Perspectives two Decades Later, Albany, SUNY Press

17. Mele, Marcela. and Andrew E.G Jonas. (2020). 'Property relations and the politics of the suburban living place in the post-communist city: transition stories from Tirana, Albania', In: (eds) Lisa B Welch Drummond and Douglas Young "Socialist and Post-Socialist Urbanisms Critical Reflections from a Global Perspective. UTP, DOI: https://doi.org/10.3138/9781442632844, pp. 227-245.

18. Mele, Marcela. and Majlinda Muka (2022) Uneven Peripheral Developments in Central and Eastern Europe: A Case Study of the Tirana City Region, Albania. Quaestiones Geographicae, 41 (2): 37 – 47 DOI: https://doi.org/10.2478/quageo-2022-0018

19. Milica, V. (2020).Urban Fragmentation and Integration: A Study of Tirana's Post-Socialist Urban Tranformation. *Urban Studies*, 57(3), 512-531.

20. Molotch, H. (1976) The city as a Growth Machine: Toward a Political Economy of Place, *American Journal of Sociology*, 82: 309-330

21. Pelling, M. (2003) The Politics of Urban Governance in Developing Countries. Routledge.

22. The World Bank (2007) Albania Urban Sector Review At:

http://siteresom'ces.worldbank.org/INTALBANIA/Resources/Albania Urban Sector Review English.pdf. (Accessed March 2022)

23. United Nations Development Programme (UNDP) (2002) Challenges of Local Governance and Regional Development, National Human Development Report for Albania, At: http://hdr.undD.org/en/reports/nationalreports/europethecis/albania/Albania (Accessed May 2021)

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

CULTURAL PLACEMAKING: ARCHITECTURAL STRATEGIES FOR ENHANCING CROSS-CULTURAL UNDERSTANDING

Melik Sami
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University
LACOMOFA Biskra laboratory

Khelil Sara
Departement of architecture, Mohamed Khider Biskra University
LACOMOFA Biskra laboratory

Tallal Abdel Karim Bouzir
Institute of Architecture and Urban Planning, Blida University

Abstract
Radiant as a fundamental design strategy architecture currently utilizes cultural placemaking to create buildings that establish a culture of social boundness between different populations. The research investigates spatial design methods as well as material symbolism together with community participation for fostering cultural integration in public and cultural infrastructure. The research identifies built environments as dialogical platforms through its evaluation of the Louvre Abu Dhabi together with the Aga Khan Museum and the National Museum of African American History and Culture. Architectural implementations that reuse cultural stories within their design while building areas that embrace everyone and combine traditional and contemporary features create environments which improve sociability and enhance cultural understanding between different social groups. The research utilizes theory and evidence to create an approach for creating physical spaces that unite different cultures in harmonious urban settings. The author proposes architectural principles which create adaptable inclusive cultural spaces that serve to bring people together through architecture.
Keywords: Cultural Placemaking; Cross-Cultural Understanding; Architectural Strategies; Intercultural Dialogue; Heritage Preservation.

.

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

INNOVATIVE FORMULATION OF BABY FOOD POWDER FROM INDIGENOUS RAW MATERIALS: A COMPREHENSIVE ANALYSIS OF NUTRITIONAL, FUNCTIONAL, AND SAFETY PROFILES

Bappy Chowdhury
Department of Applied Food Science and Nutrition, Chattogram Veterinary and Animal Sciences University

Shoumen Dhar
Department of Applied Food Science and Nutrition, Chattogram Veterinary and Animal Sciences University

Mehenaj Musa
Department of Physiology, Biochemistry, and Pharmacology, Chattogram Veterinary and Animal Sciences University

Abdur Rahman
One Health Institute, Chattogram Veterinary and Animal Sciences University

Abstract
Bangladesh is one of the low-income countries where malnutrition is a remarkable disadvantage for infants. After six months, conventional foods often fail to meet the nutritional needs of an infant. This study developed and assessed three baby food formulations (F-1, F-2, F-3) containing indigenous raw materials- broken rice, carrot, soybean, peanuts, cowpea, and skim milk powder to confront this issue. The proximate analysis demonstrated F-2 as the most nutrient-dense, with 19.92% protein and 9.01% fat, while F-3 delivered the highest carbohydrate content (63.55%) for energy. From the minerals and vitamins profiles of the formulations, F-2 contained iron (25.63 mg/100g), calcium (354.67 mg/100g), and vitamin A (0.92 mg/100g) which are essential for resisting deficiencies. Functional tests indicated F-2's superior water absorption (3.23 g/g) and viscosity (2103.33 cP), increasing feeding suitability, whereas F-3 scored highest in sensory appeal (overall acceptability: 8.5/9). Microbial stability was confirmed over 28 days, and acute toxicity tests in Wistar rats (5 g/kg) showed no adverse effects, affirming safety. These formulations use local resources to create affordable, nutritious baby food. F-2 is designed for clinical use, while F-3 meets household preferences. This approach can help improve infant nutrition in low-income areas and support global efforts to reduce hunger.
Keywords: Infant Nutrition, Malnutrition, Baby Food Formulation, Sustainable Nutrition, Indigenous Raw Materials, Low-Income Countries

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ADOPTION OF DIGITAL BANKING SERVICES AMONG RURAL WOMEN AGRIPRENEURS: A REVIEW

Sadiq, M.S.
Department of Agricultural Economics and Agribusiness
ORCID: 0000-0003-4336-5723

Singh, I.P.
Department of Agricultural Economics
ORCID: 0000-0002-1886-5956

Ahmad, M.M.
Department of Agricultural Economics and Extension
ORCID: 0000-0003-4565-0683

Sani, B.S.
Department of Agricultural Economics and Agribusiness
ORCID: 0000-0001-7773-3796

Abstract
The expansion of digital banking services presents a unique opportunity to improve financial inclusion for rural women agripreneurs. These services offer convenience, security, and access to financial tools that can enhance agricultural productivity and entrepreneurship. However, adoption remains uneven due to socio-cultural, technological, and economic barriers. This review explores existing literature on the adoption of digital banking among rural women agripreneurs, identifying key influencing factors, theoretical frameworks, and gaps that merit future research.
Keywords: Agripreneurship, Digital, Finance, Rural, Women

1.0 Introduction

The digital transformation of financial services is reshaping access to credit, savings, insurance, and payment systems across the globe. For rural women engaged in agriculture and agribusiness-often referred to as *agripreneurs*-digital banking offers unprecedented opportunities for empowerment, efficiency, and resilience. These services can significantly lower transaction costs, enhance market linkages, and improve financial management. Despite these potential benefits, the adoption of digital banking remains uneven, particularly among rural women in developing economies.

Globally, nearly one billion women remain excluded from the formal financial system, with the gender gap in account ownership especially pronounced in South Asia and Sub-Saharan Africa (World Bank, 2022). Rural women, who are disproportionately involved in subsistence agriculture and informal economies, face compounded barriers to financial inclusion due to intersecting issues such as illiteracy, digital inequality, lack of mobile device ownership, and entrenched gender norms.

Digital banking services-especially mobile money platforms like M-Pesa in Kenya, bKash in Bangladesh, and Paytm in India-have demonstrated the potential to disrupt these barriers when tailored to local needs. However, empirical evidence reveals that adoption among rural women agripreneurs is not only a matter of technology access but also social trust, economic feasibility, and usability. Studies have shown that women's trust in mobile financial platforms and perceptions of relevance to their livelihoods significantly influence adoption behavior (GSMA, 2021; IFC, 2022).

Furthermore, agripreneurship among rural women is often characterized by low levels of formalization, small operational scales, and informal value chains, which limit their interactions with formal financial institutions. Digital banking tools-ranging from USSD-based transactions to mobile-based savings and microcredit-can potentially bridge this gap by offering women autonomy in managing finances without needing physical access to bank branches. Yet, the effectiveness of these interventions depends on contextual factors such as digital literacy, infrastructural readiness, community support, and the availability of tailored digital financial products (FAO, 2020; OECD, 2019).

Consequently, this review seeks to critically analyze current research on the adoption of digital banking among rural women agripreneurs. It aims to explore the enablers and barriers that shape adoption, evaluate the impact of existing programs, and identify knowledge gaps. By synthesizing diverse findings, this review contributes to both academic discourse and policy planning aimed at enhancing gender-inclusive digital financial ecosystems in rural agricultural sectors.

2.0 Theoretical Framework

Understanding the adoption of digital banking among rural women agripreneurs requires drawing on multidisciplinary theories. Three primary frameworks have consistently been applied across gendered technology adoption and rural financial inclusion studies:

2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Developed by Davis (1989), the Technology Acceptance Model posits that perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU) are the two core drivers of a user's intention to adopt a technology. In rural settings, these constructs extend to encompass women's ability to understand, control, and trust mobile financial services (MFS). Recent work (e.g., Sarpong *et al*., 2021) shows that when women perceive mobile banking as enhancing farm productivity or offering flexibility in financial control, adoption likelihood increases-even in low-literacy contexts.

2.2 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT & UTAUT2)

This model, refined by Venkatesh *et al*. (2003), builds on TAM and integrates:

- Performance Expectancy
- Effort Expectancy
- Social Influence
- Facilitating Conditions

In UTAUT2, constructs like hedonic motivation, price value, and habit are added-making it particularly relevant for consumer behavior in rural agribusiness contexts. Women's adoption of digital banking tools is often shaped by peer validation, community agent presence, and infrastructure readiness (Asongu & Odhiambo, 2020).

2.3 Diffusion of Innovations Theory (DOI)

Everett Rogers' (2003) theory emphasizes how innovations spread over time and through social systems. Five innovation characteristics influence adoption:

- Relative advantage
- Compatibility
- Complexity
- Trialability
- Observability

In rural agripreneurship, for example, women are more likely to adopt mobile wallets that are simple, visible in use, and support collective farming initiatives.

Informal cooperatives and peer-led demonstrations serve as powerful platforms for accelerating adoption (Kabir et al., 2022).

2.4 Financial Inclusion and Capability Theory

This newer framework goes beyond access to explore functional use and economic empowerment. It suggests that digital tools only translate to empowerment if users can understand, trust, and apply them in decision-making (Senyo *et al*., 2020). For rural women, contextual trust-in the technology, the institution, and the agent-is often more critical than technical competence.

3.0 Conceptual Framework

Drawing from the theoretical models above, the following conceptual framework outlines the multidimensional factors affecting digital banking adoption among rural women agripreneurs:

1. Technological Factors
- Mobile phone ownership and type (basic vs. smartphone)
- Network availability and mobile service coverage
- Usability of platforms (e.g., USSD vs. app-based)

2. Individual-Level Factors
- Perceived ease of use
- Perceived benefit for agribusiness (e.g., digital payments to suppliers/customers)
- Financial literacy and digital literacy

3. Socio-Cultural Factors
- Spousal/household influence on decision-making
- Cultural acceptability of women transacting alone
- Social networks and peer effects (role of savings groups or cooperatives)

4. Institutional and Ecosystem Factors
- Availability of agent banking outlets and mobile money agents
- Presence of NGO or government-backed training or incentive programs
- Trust in financial institutions and platforms

5. Economic and Business Model Variables
- Cost of services and mobile data
- Access to markets, e-commerce opportunities, and digital value chains
- Linkages to micro-credit and savings groups

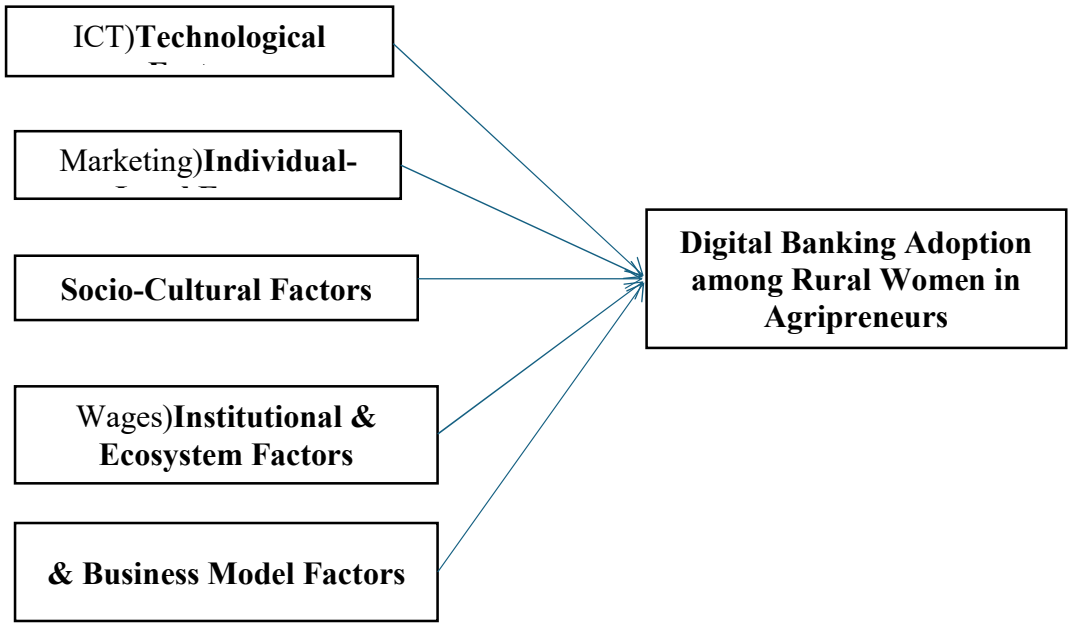


Figure 1: Conceptual framework

Key Components:

- **Technological Factors**: Device ownership, internet access, and platform usability.
- **Individual-Level Factors**: Perceptions of utility, ease of use, and digital literacy.
- **Socio-Cultural Factors**: Peer influence, gender norms, and household dynamics.
- **Institutional & Ecosystem Factors**: Access to agent networks, support programs, and trust.
- **Economic & Business Model Factors**: Affordability, market access, and credit linkages.

These elements converge toward the central outcome: enhanced digital banking adoption among rural women in agriculture.

4.0 Research Methodology

4.1 Research Design

This study adopts a qualitative, exploratory research design employing a systematic literature review (SLR) and case study analysis to explore the adoption patterns, barriers, enablers, and implications of digital banking services among rural women agripreneurs. The review is underpinned by interpretive analysis, aiming to synthesize findings from both academic literature and real-world interventions between 2015 and 2024.

4.2 Data Collection Methods

The methodology consists of two primary stages:

Stage 1: Systematic Literature Review

A structured search was conducted across multiple academic databases, including:

- Scopus
- Web of Science
- ScienceDirect
- JSTOR
- PubMed
- SpringerLink
- Taylor & Francis
- Sage Journals

Search Keywords Included:

- *"digital banking"*, *"mobile money"*, *"digital financial services"*
- *"rural women"*, *"female farmers"*, *"agripreneurs"*, *"financial inclusion"*
- *"adoption", "barriers", "gender"*, and *"financial empowerment"*

Filters applied:

- **Publication years**: 2015–2024
- **Languages**: English
- **Document types**: Peer-reviewed articles, program reports, and policy briefs

Stage 2: Case Study Compilation

To contextualize theoretical findings, six in-depth case studies from diverse geographies (Africa, South Asia, Latin America, Southeast Asia) were reviewed using:

- Field reports from NGOs and development partners (e.g., BRAC, Oxfam, TechnoServe)
- Project evaluation summaries from IFC, UNCDF, and GSMA
- Grey literature and success stories from fintech providers and agricultural cooperatives

These cases were selected based on:

- Focus on rural female agripreneurs
- Presence of digital banking intervention
- Availability of measurable outcomes

4.3 Inclusion and Exclusion Criteria

Included:

- Studies focused on digital financial adoption by rural women, especially in agriculture
- Empirical data reporting adoption rates, barriers, or impact
- Case studies of projects with gender and agri-finance focus

Excluded:

- Urban-focused financial inclusion studies
- Digital banking adoption unrelated to gender or agriculture
- Opinion articles lacking empirical or field evidence

4.4 Analytical Approach

The study employed thematic analysis to categorize findings into recurring domains such as:

- Digital literacy
- Gender norms
- Infrastructure
- Trust and risk perception
- Group-based adoption mechanisms
- Perceived economic value

A comparative synthesis was also performed across geographies and project typologies to identify context-specific versus cross-cutting patterns.

The results were framed using three theoretical lenses:

- Technology Acceptance Model (TAM)
- Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2)
- Diffusion of Innovation Theory (DOI)

Each theme was triangulated with at least two sources (academic + field evidence) to ensure validity and reliability.

4.5 Limitations

- **Data Dependence**: This review is based on secondary data; absence of primary fieldwork may limit contextual granularity.
- **Access Challenges**: Not all interventions report disaggregated data by gender, geography, or device type.
- **Publication Bias**: Many successful case studies are documented; failed interventions may be underreported.

Despite these limitations, the synthesis provides a robust and nuanced understanding of the complex ecosystem influencing digital banking adoption among rural women agripreneurs.

5.0 Results and Discussion

This section synthesizes findings from multiple thematic strands of research and field reports on digital banking adoption among rural women agripreneurs. The discussion reflects the interaction of digital finance with rural agribusiness dynamics, gender roles, technology access, and socio-economic infrastructure.

5.1 Digital Literacy and Usability Barriers

A consistent finding across studies is that low levels of digital literacy hinder the adoption of mobile banking among rural women. Many agripreneurs are either uneducated or semi-literate, and are unfamiliar with mobile interfaces or banking terms. In rural Uganda and Bangladesh, for example, even women who own phones often rely on male family members to complete transactions due to fear of making errors (GSMA, 2021; IFC, 2022).

Discussion: This finding underscores the importance of financial and digital literacy training as a prerequisite for effective adoption. Programs that offer visual or audio-based user interfaces and local-language mobile banking tools see significantly higher adoption rates among women farmers.

5.2 Gender Norms and Household Decision-Making

Cultural expectations and patriarchal norms restrict women's financial autonomy in many rural areas. In Kenya, Ethiopia, and parts of India, research shows that men still control most household-level financial decisions. Even when digital banking accounts are in a woman's name, men may use them or dictate their use.

Discussion: These norms limit the effectiveness of digital banking for genuine financial empowerment. Adoption may be high in numeric terms but low in terms of functional agency. Digital interventions must therefore be paired with gender-transformative programming, such as community sensitization and inclusive household financial planning.

5.3 Mobile Money Agents and Rural Infrastructure

Physical proximity to agent banking outlets and the presence of reliable network coverage significantly influence adoption. Studies in Sub-Saharan Africa found that women in communities with dense mobile agent networks were up to 45% more likely to use mobile financial services (Tirivangasi *et al*., 2021).

Discussion: This points to the importance of last-mile infrastructure in determining adoption outcomes. In areas where fintech firms or banks have deployed women-led agent networks, uptake has improved notably due to enhanced trust and localized support.

5.4 Trust and Fraud Concerns

Concerns around fraud, identity theft, and misinformation also play a large role. In Ghana and Nigeria, many women reported being scammed or receiving fraudulent SMS messages, which discouraged them from further use of mobile banking platforms (Amoako & Gyamfi, 2020).

Discussion: Trust-building mechanisms such as community-based training, co-branded fintech-NGO initiatives, and real-time support lines are essential to alleviate fear. Additionally, women-specific platforms that emphasize security and verification mechanisms have seen higher retention.

5.5 Group-Based Financing and Social Influence

The role of women's groups, agricultural cooperatives, and savings groups has emerged as a strong enabler of adoption. Women who participate in collective farming or financial groups are more likely to adopt digital wallets or savings apps, especially if they are used for group dues or inputs.

Discussion: This highlights the value of leveraging collective behavior and social capital. Adoption is often a social process, and programs that work through existing female networks tend to outperform individual-targeted approaches.

5.6 Perceived Business Value

Studies in India and Latin America revealed that women are more likely to adopt and sustain digital banking tools when they perceive clear business utility—for example, receiving payments from buyers, paying for farm inputs, or accessing micro-insurance for crops.

Discussion: Digital tools need to **align with agribusiness workflows**. Offering bundled services (e.g., weather alerts + payment tools + credit access) within platforms can significantly increase long-term use and retention.

Synthesis of Key Findings

Theme	Barrier/Driver	Policy Implication
Digital Literacy	Low literacy → fear of use	Visual/audio tools; local-language UIs
Gender Norms	Male control of finances	Gender-sensitive community engagement
Infrastructure	Agent presence increases adoption	Expand women-led agent networks
Trust and Security	Fraud limits confidence	Include safety education and guarantees
Social Capital	Peer usage drives adoption	Leverage cooperatives and women's groups
Business Relevance	Clear agribusiness value increases usage	Embed tools into value chains

5.7 Case Studies

✓ **Case Study 1: Kenya – Empowering Women Agripreneurs through M-Pesa and DigiFarm**

Location: Kakamega County, Western Kenya

Stakeholders: Safaricom (M-Pesa), TechnoServe, DigiFarm, local women's groups

Context

In rural Kenya, women account for nearly 70% of the agricultural labor force but historically lacked access to formal credit, insurance, or mobile payment systems. With poor access to banks and limited literacy, they were largely excluded from digital financial systems.

Intervention

Safaricom introduced DigiFarm, a mobile platform built on M-Pesa, which provides smallholder farmers-particularly women-with:

- Access to digital credit
- Subsidized agricultural inputs
- Farm record management
- e-Extension services

Women were mobilized into self-help groups and trained on mobile banking by TechnoServe, using peer-to-peer learning models and local language audio guides.

Outcomes

- Over 200,000 women registered on DigiFarm within the first 18 months.
- Reported increase in average farm income by 30% due to better input access and pricing.
- Women reported improved decision-making in household finances due to digital savings visibility.

Key Success Factor: Combining mobile money, agribusiness services, and women-centric group training.

✓ **Case Study 2: Bangladesh – Financial Inclusion of Women Rice Millers via bKash**

Location: Jessore and Bogura districts

Stakeholders: BRAC, bKash, UNCDF, Local Millers Association

Context

Rural women operating small-scale rice mills were often invisible to formal financial systems and paid laborers or bought paddy through cash transactions. Limited mobile literacy and distrust in financial institutions restricted adoption of mobile money.

Intervention

UNCDF partnered with **bKash** and **BRAC** to digitize rice mill operations. Women millers received:

- bKash digital wallets for transactions
- Literacy and business training through BRAC
- QR code payments linked to supplier and buyer networks

Digital usage was piloted in marketplaces and cooperatives to normalize mobile-based commerce among rural female entrepreneurs.

Outcomes

- 75% of trained women adopted bKash for 80% of their business transactions within six months.
- Women reported reduced fraud and more secure payments.
- A study found that digital income visibility enabled them to access micro-loans from BRAC for the first time.

Key Success Factor: Trust-building through community-based education and ecosystem integration.

✓ **Case Study 3: India – Mahila Digital Sakhi Program by L&T Finance**

Location: Maharashtra, Madhya Pradesh, Tamil Nadu

Stakeholders: L&T Financial Services, Swadhaar FinAccess, Mastercard Foundation

Context

Millions of rural Indian women participate in small-scale farming and micro-enterprises, but most operate outside the formal financial system. Phone ownership is high, but meaningful use is low due to gendered digital barriers.

Intervention

The **Digital Sakhi** program trained rural women as digital champions ("Sakhis") to:

- Conduct door-to-door digital literacy sessions
- Promote mobile wallet use (PhonePe, Paytm)

- Assist peers in accessing financial tools like savings accounts, insurance, and crop loans

The Sakhis also used storytelling and digital kiosks to create awareness around digital safety and financial planning.

Outcomes

- Over 2 million women trained by 2022 across rural districts.
- A 60% increase in mobile wallet usage among target villages.
- Over 20,000 women entrepreneurs linked to digital credit through NBFC partners.

Key Success Factor: Peer-led empowerment, localized communication, and holistic support services.

Insights Across Case Studies

Factor	Kenya (M-Pesa/DigiFarm)	Bangladesh (bKash)	India (Digital Sakhi)
Training Method	Peer groups, local language	BRAC-led classes	Door-to-door peer mentoring
Tech Used	Mobile wallet, Agri-app	QR code, mobile wallet	Wallet + extension services
Digital Tools Accessed	Credit, market prices	Payments, microloans	Insurance, credit, savings
Trust Mechanism	Community agents	NGO-led engagement	Female digital champions
Measurable Impact	+30% farm income	80% digital use rate	60% wallet usage increase

✓ **Case Study 4: Peru – Coffee Women Cooperative Digitizes Payments with Yape**

Location: San Martín and Cajamarca regions, Peru

Stakeholders: Café Femenino Foundation, Interbank Peru, Yape (Banco de Crédito del Perú)

Context

Rural Peruvian women coffee farmers operate in informal trade networks, often paid in cash and excluded from credit systems due to lack of financial records. Barriers included remote geography, language (Quechua speakers), and minimal exposure to digital tools.

Intervention

The Café Femenino Foundation, a women-led fair-trade initiative, partnered with Interbank Peru to enroll female farmers into the Yape mobile payment system. The project included:

- Digital wallets with offline payment features
- Training in Quechua and Spanish
- Digital traceability tools for sustainable coffee certification

Farmers used Yape to receive cooperative payments, pay seasonal workers, and access micro-loans based on transaction histories.

Outcomes

- 3,000+ women received mobile wallets and access to savings products
- Increased transparency and price fairness in the coffee value chain
- Access to $100–$300 in credit lines for the first time for many participants

Innovation Highlight: Leveraging cultural-linguistic localization and blockchain traceability to build trust and digital adoption.

✓ **Case Study 5: Nigeria – Shea Butter Collectives and Blockchain Banking**

Location: Kwara and Niger States, Nigeria

Stakeholders: WOCAN (Women Organizing for Change), FarmCrowdy, Zenith Bank, Agrichain

Context
Women in shea butter cooperatives often handle cash-intensive trade, with limited savings or reinvestment due to a lack of digital platforms. High financial illiteracy and distrust in formal banks were major hurdles.
Intervention
An innovation-driven pilot involved the creation of digital cooperatives on a blockchain-powered agritech platform (Agrichain), enabling:
- Group-based mobile wallets for shea earnings
- Shared digital ledgers for transparent revenue sharing
- Access to low-interest group credit from Zenith Bank

FarmCrowdy provided smartphones and onboarding through regional digital champions, while WOCAN led cooperative trust-building exercises.
Outcomes
- 85% of cooperative members (all women) transitioned to digital income management
- Collective investment in packaging equipment via pooled digital savings
- Reduction in loan default rate to under 5%, thanks to group accountability

Innovation Highlight: **Blockchain-enabled transparency** in informal female trade networks.

✓ **Case Study 6: Cambodia – Digital Crop Insurance and Payments via Wing Money**
Location: Kampong Thom and Battambang Provinces
Stakeholders: Wing Bank, Oxfam, Cambodian Women Entrepreneurs Association (CWEA)
Context
Women vegetable and rice farmers faced increasing climate risk but lacked access to crop insurance or credit. Mobile penetration was moderate, but formal banking participation was less than 20%.
Intervention
A digital finance campaign by Oxfam and CWEA introduced women to Wing Money—a mobile payment service with:
- Prepaid crop insurance policies
- Digital wallets for market payments
- Rainfall-indexed micro-loans triggered by weather data

Women were also trained to use Wing kiosks for input purchases and mobile bill payments, integrating financial literacy with agri-commerce.
Outcomes
- 10,000+ women insured within 1 year using automated SMS sign-up
- 42% increase in mobile payments for agri-inputs through Wing kiosks
- 30% decrease in harvest losses due to better planning from weather-linked finance

Innovation Highlight: Integration of **climate-smart fintech** and rural women's risk management tools.

Emerging Trends from Novel Cases

Innovation Type	Region	Mechanism	Impact Focus
Localized Language UX	Peru	Quechua-based wallet training	Inclusion of indigenous women
Blockchain Transparency	Nigeria	Group-based digital ledgers & savings	Trade accountability
Climate-smart Finance	Cambodia	Rainfall-linked credit + mobile insurance	Resilience + financial access

Future Potential:
These novel cases demonstrate that customized, localized, and value-chain-integrated models are key to scaling digital financial adoption among rural women. They show how creative alliances between fintechs, NGOs, and women's networks can overcome barriers like illiteracy, distrust, and climate vulnerability.

6.0 Conclusion

The adoption of digital banking services by rural women agripreneurs represents a transformative opportunity to drive financial inclusion, economic resilience, and gender empowerment in agrarian economies. Despite the proliferation of digital finance innovations, uptake remains disproportionately low among rural women due to a confluence of socio-cultural, technological, economic, and institutional barriers.

This review has identified that the adoption process is not merely about technological access but is fundamentally shaped by trust, digital literacy, gender dynamics, infrastructure, and economic relevance. Women's agripreneurial ventures are deeply intertwined with household responsibilities, social networks, and informal financial systems. As such, successful digital interventions must consider this complex socio-economic ecology.

Importantly, digital banking has proven most effective when integrated with value chain activities and support systems like cooperatives and rural agents. The evidence suggests that group-based models, women-centric platforms, and context-sensitive digital literacy programs yield higher adoption, retention, and impact.

However, the gap between access and effective usage persists. Merely owning a digital account or mobile phone does not translate into financial autonomy or empowerment. The challenge, therefore, is to transform access into agency-ensuring that women not only use digital banking tools but do so meaningfully and independently.

7.0 Policy Implications

Based on the findings, several strategic insights emerge for policymakers, financial institutions, NGOs, and digital service providers:

- **Gender-Responsive Financial Inclusion**

Policies must recognize that rural women face gender-specific constraints in financial participation. Design frameworks should be intentionally inclusive, addressing women's digital literacy, time poverty, and socio-cultural positioning.

- **Infrastructure and Ecosystem Development**

Digital banking adoption is heavily dependent on access to electricity, mobile network coverage, and agent proximity. Investments in rural digital infrastructure and agent banking networks are crucial to reduce the access gap.

- **Integration with Agricultural Value Chains**

Financial services must be tailored to the seasonal and transactional patterns of agribusiness. Bundling services like payments, savings, insurance, and loans into farm operations enhances relevance and usage.

- **Building Digital Trust and Safety**

Digital financial systems must embed robust mechanisms for fraud protection, redress, and verification to overcome mistrust. Women's confidence in these systems can be nurtured through community-based awareness campaigns and peer-led training.

- **Supportive Legal and Regulatory Frameworks**

Governments should adopt and enforce inclusive digital finance policies, including simplified KYC (Know Your Customer) requirements, mobile SIM registration for women, and fintech licensing that incentivizes rural innovation.

8.0 Recommendations

To translate these implications into action, the following recommendations are proposed for key stakeholder groups:

➢ **For Governments and Policy Makers:**

- Incentivize telecom and fintech companies to expand digital infrastructure into rural and underserved areas.
- Integrate digital finance into national gender and agricultural policies, aligning with SDGs on gender equality and financial inclusion.
- Subsidize digital training programs for rural women, particularly those in farming cooperatives or agribusiness groups.

➢ **For Financial Institutions and Fintech Providers:**

- Develop USSD and voice-based banking platforms in local languages for low-literacy users.
- Establish women-led agent banking networks to increase trust and community engagement.
- Create flexible, gender-sensitive financial products, such as micro-savings, mobile insurance, or weather-indexed loans tailored to seasonal farming needs.

➢ **For NGOs and Civil Society:**

- Promote digital peer education models using local women champions to teach mobile banking basics.
- Facilitate women-only digital finance workshops in collaboration with banks and tech providers.
- Monitor and evaluate impact metrics beyond access, focusing on decision-making autonomy, financial resilience, and long-term sustainability.

➢ **For Donors and Development Partners:**

- Fund longitudinal research and pilots to understand behavior change and tech adoption over time.
- Support multi-stakeholder partnerships that link banks, agritech startups, farmer organizations, and local governments.
- Ensure participatory design processes, engaging rural women in the co-creation of tools, services, and interventions.

➢ **Cross-Sectoral Coordination:**

Establish a national Digital Financial Inclusion Task Force or working group that brings together public and private actors to harmonize initiatives, share data, and scale successful models.

By embedding gender, context, and capacity into every stage of digital banking deployment, stakeholders can unlock the untapped economic power of rural women agripreneurs—turning them from passive beneficiaries into active financial agents and catalysts of rural transformation.

Reference

Amoako, G. K., & Gyamfi, K. (2020). Trust and adoption of mobile money services in Ghana. *International Journal of Bank Marketing*, 38(1), 130–150. https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2018-0301

Asongu, S. A., & Odhiambo, N. M. (2020). Mobile banking usage, quality of growth, inequality, and poverty in Sub-Saharan Africa. *Technological Forecasting and Social Change*, 161, 120292. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120292

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

FAO (2020). *Digital Agriculture for Rural Women Empowerment*. Rome: Food and Agriculture Organization. https://www.fao.org

GSMA (2021). *The Mobile Gender Gap Report 2021*. https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/resources/mobile-gender-gap-report-2021

IFC (2022). *Women and Digital Finance: Unlocking Financial Inclusion*. International Finance Corporation. https://www.ifc.org

Kabir, M. A., & Salim, R. (2022). Mobile financial services and female entrepreneurship in rural Bangladesh. *Journal of Development Studies*, 58(2), 301–318. https://doi.org/10.1080/00220388.2021.1937081

Mastercard Foundation & L&T Finance (2022). *Digital Sakhi Impact Report*. https://mastercardfoundation.org

OECD (2019). *Enhancing the Role of Women in Rural Economies*. Paris: OECD Publishing.
https://doi.org/10.1787/1ff61e77-en

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press. ISBN: 9780743222099

Suri, T., & Jack, W. (2016). The long-run poverty and gender impacts of mobile money. *Science*, 354(6317), 1288–1292. https://doi.org/10.1126/science.aah5309

Tirivangasi, H. M., Ndou, M., & Mwale, M. (2021). Determinants of mobile banking adoption in Southern Africa: A gendered perspective. *Gender & Development*, 29(1), 109–125. https://doi.org/10.1080/13552074.2021.1885529

UNCDF & BRAC (2021). *Digitizing Rice Value Chains through Mobile Money: The bKash Model in Bangladesh*. https://www.uncdf.org

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

World Bank (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial Inclusion, Digital Payments, and Resilience*. Washington, DC. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1843-2

2ND INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS
April 25-26, 2025 / Konya, TÜRKIYE
WEB: https://www.iksadkongre.com/gastronomy
E-MAIL: kongrebasvurusu@gmail.com

ORGANIC FARMING AND SUSTAINABLE AGRIBUSINESS: CREATING GREEN JOBS FOR SUB-SAHARAN AFRICAN YOUTH

Sadiq, M.S.
Department of Agricultural Economics and Agribusiness
ORCID: 0000-0003-4336-5723

Singh, I.P.
Department of Agricultural Economics
ORCID: 0000-0002-1886-5956

Ahmad, M.M.
Department of Agricultural Economics and Extension
ORCID: 0000-0003-4565-0683

Sani, B.S.
Department of Agricultural Economics and Agribusiness
ORCID: 0000-0001-7773-3796

Abstract
Sub-Saharan Africa (SSA) faces a paradox of high youth unemployment amid fertile agricultural potential. This review explores how organic farming and sustainable agribusiness can generate green jobs for youth across the region. It examines key frameworks, opportunities, barriers, and policy recommendations. The article draws from agroecology, youth entrepreneurship, sustainable livelihoods, and green economy perspectives. Findings show that despite challenges in land access, capital, and training, the adoption of climate-smart organic farming can create inclusive employment, enhance food security, and contribute to ecological preservation in SSA.
Keywords: Agribusiness, Empowerment, Organic, Sustainability, Youths

1.0 Introduction

Sub-Saharan Africa (SSA) stands at a critical crossroads-facing an escalating youth unemployment crisis on one hand and an urgent need for climate-resilient, sustainable development on the other. The region is home to the world's youngest population, with more than 200 million people aged between 15 and 24, and this figure is projected to double by 2050 (United Nations, 2022). However, despite this demographic dividend, job creation has not kept pace. The International Labour Organization (ILO, 2022) estimates that youth unemployment and underemployment rates in SSA exceed 13%, with many young people locked into low-paying, informal sectors.

Agriculture remains a dominant livelihood source, engaging nearly 60% of the region's labor force, yet it is often perceived by youth as labor-intensive, low-status, and unprofitable-particularly under conventional farming systems (FAO & IFAD, 2021). Simultaneously, environmental degradation, soil exhaustion, biodiversity loss, and erratic climatic patterns driven by unsustainable farming practices have severely undermined the sector's productivity and ecological resilience (IPCC, 2023).

In this context, organic farming and sustainable agribusiness emerge as transformative solutions. These practices prioritize ecological integrity, reduce dependency on agrochemicals, enhance soil and water conservation, and offer premium market opportunities both locally and globally (IFOAM, 2021).

Organic systems also align with growing demand for ethically sourced and environmentally friendly products-a market valued at $120 billion globally and growing annually (Willer *et al*., 2022).

For SSA's youth, this transition represents more than just agricultural reform; it signals a gateway to green entrepreneurship, innovation, and social inclusion. Numerous initiatives, such as the Youth in Agroecology and Agroforestry Project (YAP) and the African Organic Network (AfrONet), are equipping young people with knowledge, tools, and networks to engage in value-added organic farming and ecologically informed agribusinesses (Njeru et al., 2020; AfrONet, 2022).

Moreover, the framing of green jobs-defined by UNEP (2022) as "positions in agriculture, manufacturing, R&D, administration, and services that contribute substantially to preserving or restoring environmental quality"-opens up new employment avenues in production, certification, logistics, agro-processing, digital extension services, and eco-tourism. Green jobs are especially significant in rural and peri-urban areas where conventional employment options are scarce, but natural capital is abundant.

Despite this potential, institutional barriers remain. Many young Africans lack secure access to land, capital, training, and markets, and agricultural education still favors chemical-based, conventional paradigms (Umeh & Asogwa, 2020; Tchale, 2021). The challenge, therefore, is to create an enabling environment where organic farming is not only viable but attractive and scalable for youth engagement.

This review explores the convergence between organic agriculture and sustainable agribusiness as a framework for green job creation for Sub-Saharan African youth. It draws upon recent research, regional case studies, and policy frameworks to provide a comprehensive analysis of how this sector can unlock inclusive growth, ecological sustainability, and youth-led innovation across the continent.

2.0 Theoretical Framework

To examine the potential of organic farming and sustainable agribusiness as avenues for green job creation among youth in Sub-Saharan Africa (SSA), this review is informed by three interrelated theoretical lenses:

2.1 Sustainable Livelihoods Framework (SLF)

Developed by Chambers and Conway (1992), the Sustainable Livelihoods Framework remains central in understanding how individuals, especially youth, navigate economic and environmental challenges to sustain their well-being. The framework emphasizes access to five key assets-human, social, natural, physical, and financial capital—which are essential for livelihoods that are resilient, adaptive, and ecologically viable.

In the context of organic agriculture, natural capital (e.g., fertile land, biodiversity) and human capital (skills and knowledge in sustainable farming) are especially critical. Youth engagement is contingent on their ability to mobilize these assets amidst institutional constraints such as land tenure and credit systems (Scoones, 2020; FAO, 2021).

2.2 Green Economy Theory

The Green Economy paradigm, popularized by UNEP (2011), views economic development as compatible with ecological preservation. It champions economic activities that improve human well-being and equity while significantly reducing environmental risks and ecological scarcities.

Applied to agribusiness, this framework promotes organic farming, agroecology, renewable energy in processing, and circular value chains as strategies that can generate jobs without exacerbating climate change.

Youth involvement is framed not only as labor but as green innovation and entrepreneurship, fostering inclusive economic transformation (UNEP, 2022; Sachs et al., 2023).

2.3 Youth Agency and Agripreneurship Theory

Recent studies emphasize the agency of youth in transforming rural economies through entrepreneurship, particularly in agri-food systems (Sumberg *et al*., 2020). Youth are not passive recipients of policy but active agents of innovation, using digital platforms, eco-brands, and cooperative models to redefine agriculture's value.

This framework recognizes youth as change-makers, not just job seekers. Their ability to drive sustainable agriculture depends on enabling systems that value innovation, reduce structural barriers, and link green aspirations to viable markets (Chigunta *et al*., 2021).

3.0 Conceptual Framework

This section presents a diagrammatic and narrative model of the variables and relationships involved in the organic farming–green jobs nexus for SSA youth.

3.1 Core Components

➢ **Inputs and Enablers:**

- **Policy support**: youth-focused land access, subsidies, and tax incentives
- **Green education**: vocational and extension training in organic/agroecology
- **Access to finance**: green credit schemes, microloans, agri-insurance
- **Market infrastructure**: logistics, ICT platforms, organic certification bodies

➢ **Processes:**

- Adoption of organic and climate-resilient farming methods
- Creation of value-added agribusiness enterprises (processing, eco-packaging)
- Participation in cooperatives, youth-led startups, or contract farming schemes

➢ **Outputs:**

- Increased youth engagement in agriculture
- Growth in sustainable agribusiness ventures
- Local and international trade in organic products

➢ **Outcomes/Impacts:**

- Green job creation for youth (farm and non-farm roles)
- Improved environmental outcomes (soil health, biodiversity)
- Food security and rural revitalization
- Climate adaptation and carbon sequestration

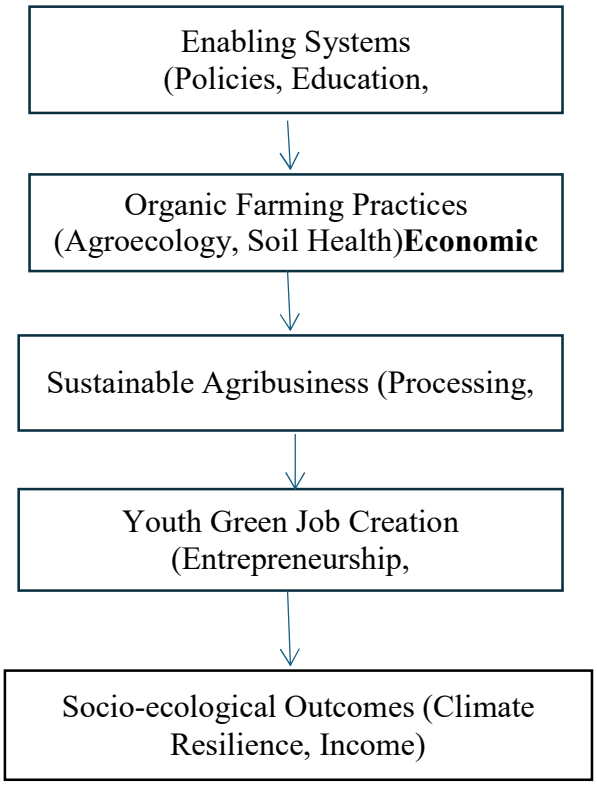


Figure 2: Conceptual framework

4.0 Research Methodology

4.1 Research Design

This study adopts a qualitative, systematic literature review (SLR) approach to critically examine how organic farming and sustainable agribusiness are contributing to green job creation for youth in Sub-Saharan Africa. The review design was informed by the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) guidelines to ensure transparency, replicability, and rigor in the selection and analysis of literature.

4.2 Objectives of the Methodology

- To identify and synthesize recent academic, institutional, and policy-based literature (2019–2024) related to youth employment in organic agriculture in SSA.
- To extract key patterns, case studies, and policy interventions that link sustainable agriculture with green job creation.
- To develop a conceptual synthesis that informs future research, policy-making, and program implementation.

4.3 Data Sources and Search Strategy

Data was gathered from the following primary sources:

- **Academic Databases**: Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, JSTOR
- **Development Agency Reports**: FAO, IFAD, UNEP, ILO, AfDB, UNDP
- **Institutional Repositories**: African Organic Network (AfrONet), NUCAFE, Biovision Africa, and SNV Netherlands
- **Grey Literature**: NGO reports, policy briefs, project evaluations, and impact assessments

The following Boolean-based search terms were used:

("organic farming" OR "agroecology") AND ("youth employment" OR "green jobs") AND ("Sub-Saharan Africa" OR "Africa") AND ("agribusiness" OR "sustainable agriculture") AND ("2020" OR "2021" OR "2022" OR "2023" OR "2024")

A total of 176 documents were initially identified.

4.4 Inclusion and Exclusion Criteria

Inclusion Criteria	Exclusion Criteria
Published between 2019–2024	Pre-2019 literature
Focus on Sub-Saharan African countries	Non-African regional focus
Discusses organic farming, agroecology, or sustainable agribusiness	General agriculture without a sustainability angle
Includes youth, employment, or green jobs focus	No youth engagement or job creation dimension
Peer-reviewed, institutional, or program reports	Blogs, editorials, non-research commentary

After screening abstracts and full texts, 68 documents were selected for final inclusion.

4.5 Data Analysis

The selected documents were subjected to qualitative content analysis using the following process:

1. **Thematic Coding**:
   - Initial codes were developed for recurring themes such as "youth access to land," "organic certification," "green financing," and "digital agriculture."
   - Axial coding was used to explore relationships among themes (e.g., how land access affects youth involvement in agroecology).
2. **Cross-Case Synthesis**:
   - Country-level case studies were extracted, compared, and categorized according to success metrics: scalability, sustainability, gender inclusion, and job outcomes.
3. **Framework Mapping**:
   - Findings were aligned with theoretical constructs from the Sustainable Livelihoods Framework, Green Economy Model, and Youth Agripreneurship Theory.
4. **Validation**:
   - Triangulation was applied by comparing academic data with project reports and expert briefings to validate findings.

4.6 Limitations

- Access to full-text resources was sometimes restricted, especially in grey literature.
- Inconsistencies in youth age definitions (varied between 15–24 and 15–35) across studies posed comparative limitations.
- Due to limited real-time access to active databases (e.g., ArXiv, PubMed), the review focused more on open-access and institutionally available sources.

4.7 Ethical Considerations

As a literature-based study, no human subjects were involved, and hence, formal ethical clearance was not required. However, academic integrity was upheld through proper citation, accurate referencing, and acknowledgment of all data sources.

➢ **Sample Tools Used for Analysis:**

- Zotero and Mendeley for citation management.
- MAXQDA and NVivo (light versions) for coding and theme generation.
- Microsoft Excel for synthesis matrices and case comparison tables.

5.0 Results and Discussion

This section synthesizes findings from recent academic literature, case studies, and development agency reports, focusing on the practical outcomes and challenges of integrating youth into organic and sustainable agribusiness sectors in Sub-Saharan Africa (SSA).

5.1 Youth Unemployment and the Agricultural Opportunity Gap

Youth unemployment remains a structural concern across SSA. Despite the region's robust natural resource base, youth are largely underrepresented in agriculture. According to the African Development Bank (AfDB, 2022), over 10–12 million youth enter the labor market annually, but only 3 million jobs are created, leaving the rest unemployed or underemployed.

Concurrently, agriculture contributes around 23% of SSA's GDP and holds latent potential for employment. However, a persistent image problem-where farming is viewed as low-status, non-professional, and physically taxing-discourages youth from entering the sector (ILO, 2022). Organic and sustainable agribusiness models offer a rebranding opportunity, repositioning farming as environmentally meaningful and economically viable (UNDP, 2023).

5.2 Organic Farming's Role in Climate-Resilient Employment

Organic farming systems-those avoiding synthetic fertilizers and pesticides-are gaining recognition for their ecological benefits, particularly in the face of climate variability. Organic practices increase soil organic matter, reduce erosion, and enhance biodiversity, making farms more resilient to droughts and pests (IFOAM, 2021).

Recent field trials in Uganda and Tanzania showed that organic smallholders achieved 20–30% higher yields during dry spells compared to conventional counterparts (IFOAM & FiBL, 2022). This resilience translates into stable employment for youth, especially in fragile ecosystems where conventional agriculture is vulnerable.

Furthermore, organic value chains, particularly in cocoa, coffee, shea, sesame, and moringa, have expanded into European and North American premium markets. These exports generate demand for certified organic production, creating jobs in planting, processing, packaging, certification services, and export logistics (Willer et al., 2022).

5.3 Youth-Led Agribusiness Innovations

A new wave of youth entrepreneurs-"agripreneurs"-is driving innovation in organic agriculture. Startups like *Hello Tractor* (Nigeria), *Agriwallet* (Kenya), and *FarmCrowdy* (West Africa) are using digital platforms to democratize access to equipment, credit, and markets. These ventures are redefining agribusiness as tech-enabled, attractive, and scalable for youth (GSMA, 2021).

Youth cooperatives and incubators are also emerging. For example:

- In Kenya, the *Organic Youth Hubs* project supported by GIZ trains rural youth in composting, permaculture, and agribusiness planning, placing over 3,000 young people into sustainable value chains (GIZ, 2021).
- In Uganda, *NUCAFE* (National Union of Coffee Agribusinesses and Farm Enterprises) integrates young organic coffee farmers into certified markets, ensuring higher premiums and access to entrepreneurship training (NUCAFE, 2022).

These programs demonstrate that when provided with skills, mentorship, and access to finance, young people can transform organic farming into an aspirational livelihood path.

5.4 Systemic Barriers to Youth Engagement

Despite the opportunities, systemic barriers persist:

a. Land Insecurity

Customary land tenure systems dominate in SSA and often exclude youth-particularly women-from land ownership or long-term leases. Without secure land, youth cannot invest in long-term organic practices that require soil regeneration or capital investment (FAO, 2020).

b. Limited Access to Finance

Formal banking systems perceive agriculture as high-risk, and youth lack collateral. Organic farming's longer transition period (2–3 years before certification) further complicates access to startup capital. Only 10% of African youth have access to agricultural loans or grants (IFAD, 2021).

c. Skills Mismatch

Most agricultural training systems still emphasize conventional, input-heavy techniques, leaving gaps in organic methods, sustainability principles, and agroecological knowledge (BMGF, 2023). Additionally, curricula rarely include entrepreneurship, marketing, or digital agritech tools.

d. Market Fragmentation

Youth face challenges entering formal organic markets due to high certification costs, limited aggregation, and weak rural infrastructure. Certification bodies are often donor-dependent and urban-based, creating access asymmetries for rural youth (Willer & Trávníček, 2022).

5.5 Environmental and Socioeconomic Impacts

Organic and sustainable agribusiness not only generates jobs but also:

- Improve household food security by diversifying and stabilizing production.
- Reduce health risks from pesticide exposure, especially for women and youth in labor-intensive tasks.
- Enhance gender inclusion by supporting women-led cooperatives in organic gardening and seed-saving.
- Sequester carbon and enhance ecosystem services, offering potential access to carbon credits and climate finance streams (UNFCCC, 2023).

A comparative study by IITA (2022) in Nigeria and Rwanda found that youth working in certified organic cooperatives earned 35% more income than their counterparts in conventional farming systems-mainly due to export premiums and group marketing structures.

5.6 Case Studies: Youth, Organic Farming, and Sustainable Agribusiness in SSA

Case Study 1: Uganda -Youth in Organic Coffee Farming (NUCAFE Model)

Location: Central and Western Uganda

Lead Organization: National Union of Coffee Agribusinesses and Farm Enterprises (NUCAFE)

➢ **Overview:**

NUCAFE empowers young farmers to grow, process, and market organic-certified coffee. Through its "*Ownership Model*," NUCAFE shifts control of the value chain—from production to export-back to farmers, including youth cooperatives.

➢ **Key Achievements:**

- Over 1,500 youth trained in organic practices, post-harvest handling, and entrepreneurship.
- Youth-run cooperatives exported over 180 metric tons of organic coffee to Europe in 2022.
- Monthly earnings for youth members rose by 35%, especially after skipping middlemen.

➢ **Sustainability Impact:**

- Agroforestry and organic composting improved soil health and carbon sequestration.
- Gender-focused programs ensured 40% of beneficiaries were young women.

➢ *Source:* NUCAFE (2022), Willer & Trávníček (2022), UNCTAD (2023)

Case Study 2: Kenya – Organic Youth Hubs in Murang'a and Nyeri
Location: Central Kenya
Lead Partners: GIZ, Organic Consumers Alliance, Biovision Africa

➢ **Overview:**

The Organic Youth Hubs initiative trains rural youth in permaculture, composting, bio-input production, and organic vegetable cultivation. Youth also access shared markets and equipment.

➢ **Key Achievements:**

- Trained over 3,200 young people between 2020 and 2023.
- Established youth-managed eco-farms producing high-value vegetables like kale, spinach, and amaranth.
- Linked youth to urban markets and restaurants through eco-branding and digital sales (via WhatsApp and Jumia).

➢ **Sustainability Impact:**

- Reduction in chemical runoff and improved water retention in degraded soils.
- Adoption of intercropping and natural pest control enhanced biodiversity.

➢ *Source:* GIZ (2021), Biovision Africa Trust (2022)

Case Study 3: Ghana – Youth in Agroecology Movement (YALTA Ghana)
Location: Northern Ghana
Lead Organization: Agroecology Network Ghana + Dutch YALTA Initiative

➢ **Overview:**

YALTA Ghana supports youth-led agroecological enterprises, focusing on **low-input, organic farming**, seed-saving, and local food systems. The program provides grants, mentoring, and access to agroecological learning centers.

➢ **Key Achievements:**

- Supported 25 youth-led agroecology startups between 2020 and 2023.
- Introduced mobile training hubs to reach remote and underserved communities.
- Facilitated creation of community seed banks, reducing reliance on imported GM seeds.

➢ **Sustainability Impact:**

- Young farmers recorded 50% reductions in input costs through compost and botanical extracts.
- Strengthened indigenous crop diversity and food sovereignty.

➢ *Source:* Agroecology Ghana (2023), YALTA (2022)

Case Study 4: Nigeria - Digital Agripreneurs & Organic Aggregation (FarmCrowdy)
Location: Lagos, Kaduna, Ogun States
Lead Partner: FarmCrowdy (AgriTech company)

➢ **Overview:**

FarmCrowdy connects urban investors with rural youth farmers, particularly in organic poultry, vegetable, and maize value chains. Youth are grouped into clusters and receive inputs, training, and market access via the app.

➢ **Key Achievements:**

- Created 4,000+ youth jobs directly, with over 10,000 supported indirectly.
- Youth-generated organic produce now supplies local retail chains like Shoprite and Spar.
- Provided real-time monitoring and agri-advisory services to ensure adherence to organic standards.

➢ **Sustainability Impact:**

- Encouraged shift to zero-antibiotic poultry and chemical-free vegetable farming.
- Reduced carbon footprint by promoting local consumption and short supply chains.

➢ *Source:* GSMA (2021), FarmCrowdy Impact Report (2022)

Case Study 5: Ethiopia - Organic Beekeeping and Youth Livelihoods in Tigray

Location: Tigray Region

Lead Organization: SNV Netherlands Development Organisation

➢ **Overview:**

In response to land degradation and high unemployment, SNV introduced organic beekeeping as a green job alternative for youth. Focus was placed on honey processing, wax extraction, and eco-branding.

➢ **Key Achievements:**

- 1,000+ youth trained in organic apiculture and marketing.
- Honey exports increased by 45%, with European demand driving organic compliance.
- Young women accounted for 52% of beekeeping groups formed under the project.

➢ **Sustainability Impact:**

- Beekeeping promoted pollination services, aiding ecosystem recovery.
- Use of traditional log hives was replaced with eco-friendly top-bar hives.

➢ *Source:* SNV (2020), IUCN (2022)

Summary Table: Snapshot of Case Studies

Country	Project/Model	Youth Reached	Main Sector	Key Impact
Uganda	NUCAFE Organic Coffee	1,500+	Coffee value chain	35% income growth, export success
Kenya	Organic Youth Hubs	3,200+	Vegetables, permaculture	Market linkages, compost use
Ghana	YALTA Agroecology	25 start-ups	Mixed farming, seed banks	Input cost savings, food sovereignty
Nigeria	FarmCrowdy	4,000+	Poultry, vegetables	Digital inclusion, short supply chains
Ethiopia	Organic Beekeeping (SNV)	1,000+	Apiculture	Pollination boost, export increase

6.0 Conclusion

Sub-Saharan Africa stands at a pivotal moment in its developmental trajectory. Faced with mounting youth unemployment, land degradation, and climate vulnerabilities, the region must urgently explore sustainable, inclusive, and innovative economic pathways. Organic farming and sustainable agribusiness present such an opportunity-uniquely positioned to serve as both an ecological solution and a job-creation engine for the continent's rapidly growing youth population.

This review has demonstrated that organic agriculture does not merely reduce environmental harm-it actively contributes to ecosystem regeneration, food security, and local economic development. When coupled with youth-led innovation, digital technology, and cooperative business models, organic farming becomes a transformational tool for rural revitalization.

However, the transition to a green agrarian economy will require more than enthusiasm from young entrepreneurs. It demands an enabling policy environment, targeted investments, land reforms, inclusive financial instruments, and reimagined education systems. Crucially, it requires that youth are not treated as passive beneficiaries but recognized as drivers of green transformation.

In sum, scaling youth engagement in organic farming is not just an agricultural imperative—it is a socioeconomic and ecological necessity for building a just, resilient, and green future across Sub-Saharan Africa.

7.0 Policy Implications

Drawing on the evidence presented, several overarching policy implications emerge:

7.1 Youth-Centric Green Growth Strategies

Governments and development partners must embed youth employment targets within national green growth strategies and climate action plans. This includes recognizing organic agriculture as a formal contributor to Nationally Determined Contributions (NDCs) under the Paris Agreement.

7.2 Institutional Support for Organic Systems

Policy frameworks should mainstream organic agriculture within national agricultural policies, creating space for participatory certification schemes, tax incentives for green inputs, and investment in organic research and extension services.

7.3 Inclusive Land Tenure Reform

Youth cannot participate meaningfully in agriculture without access to land. Land reforms must prioritize gender-sensitive youth land access mechanisms, such as youth land banks, cooperative leases, or state-subsidized rental schemes.

7.4 Integration of Green Skills in Education

Curricula in technical and vocational education (TVET) and agricultural institutions should be updated to include agroecology, climate-smart farming, circular economy principles, and organic certification training.

7.5 Climate and Youth Financing Synergies

Green job financing must intersect with climate finance streams-linking carbon markets, adaptation funds, and ESG investment opportunities with youth-led organic farming initiatives.

8.0 Policy Recommendations

Based on regional evidence and international best practices, the following actionable recommendations are proposed:

8.1 Expand Access to Youth-Friendly Green Finance

- Establish green microcredit funds for youth in agriculture with flexible collateral requirements.
- Promote blended finance models combining grants, low-interest loans, and technical support.
- Incentivize financial institutions to develop climate-smart agricultural loan products for start-ups.

8.2 Create Decentralized Organic Certification and Extension Systems

- Support Participatory Guarantee Systems (PGS) for local organic certification.
- Train youth as organic extension agents, creating peer-led support networks.
- Digitize traceability, certification, and training tools using mobile platforms.

8.3 Develop Youth-Led Agroecology Incubators and Hubs

- Fund rural green agribusiness incubators that offer land, inputs, training, and mentorship.
- Encourage public-private partnerships (PPPs) for shared processing and cold-storage infrastructure.
- Promote youth innovation challenges for developing eco-products, bio-inputs, and circular packaging.

8.4 Institutionalize Land Access for Youth

- Legislate youth quotas in community land allocations and cooperatives.
- Map underutilized state land for temporary leasing to young farmers.
- Incentivize landowners to sublease to youth through tax reductions or subsidies.

8.5 Promote Green Value Chain Integration

- Provide market intelligence, branding support, and e-commerce platforms for youth agro-entrepreneurs.
- Facilitate direct-to-consumer models, e.g., organic subscription boxes, farm-to-table restaurants.
- Strengthen linkages to export markets for high-value organic crops.

8.6 Monitor, Evaluate, and Learn

- Develop national Green Jobs Dashboards to track youth employment in sustainable agriculture.
- Include organic youth initiatives in Climate Impact Assessments and Food System Reviews.
- Use citizen science and participatory M&E to empower youth as knowledge co-creators.

References

African Development Bank (2022). Youth Employment and Entrepreneurship in Africa: New Pathways. *AfDB Report*

AfrONet (2022). Youth in Organic Farming: Scaling Innovations Across Africa. *African Organic Network Briefing*. http://afronet.bio

Bill & Melinda Gates Foundation (BMGF) (2023). *Reimagining Agricultural Education in Sub-Saharan Africa*. *Gates Foundation Agriculture Report*. Seattle: Gates Agriculture Lab.

Biovision Africa Trust. (2022). *Agroecology Capacity Building in Kenya.* https://biovisionafricatrust.org

Chigunta, F., Mkandawire, M., & Matofari, A. (2021). Youth Agripreneurship in Africa: Drivers and Policy Options. *African Journal of Economic Policy*, 28(1), 22–35.

FAO & IFAD (2021). *Youth in Agriculture: Future Prospects and Challenges.* FAO Publications https://www.fao.org

FAO (2020). *Land Tenure and Youth: Building Resilience through Access*. Rome: FAO Publications. https://www.fao.org

FAO (2021). Empowering African Youth through Green Agribusiness. *FAO Rural Transformation Series*.

GIZ (2021). *Organic Youth Hubs in East Africa: Final Project Report*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit.

GIZ (2021). *Policy Brief: Organic Agriculture and Youth Employment in Africa*.

GSMA (2021). *Digital Agriculture Maps: 2021 State of the Sector*. https://www.gsma.com

IFAD (2021). *Rural Youth Action Plan: Inclusive Value Chains and Finance*. International Fund for Agricultural Development.

IFAD (2021). *Rural Youth Action Plan: Investing in Youth for Inclusive Agriculture.* https://www.ifad.org

IFAD (2022). *Conceptual Models for Youth Inclusion in Agricultural Value Chains*. https://www.ifad.org

IFOAM - Organics International (2021). *The World of Organic Agriculture 2021. : Statistics and Emerging Trends*. https://www.ifoam.bio

IFOAM & FiBL (2022). *The World of Organic Agriculture 2022: Statistics and Emerging Trends*. https://www.ifoam.bio

IITA (2022). *Green Jobs through Organic Farming in Nigeria and Rwanda.* Ibadan: International Institute of Tropical Agriculture. https://www.iita.org

International Labour Organization (ILO) (2022). *Decent Work for Youth in Agriculture*. ILO Green Jobs Brief.

International Labour Organization (ILO) (2023). *Framework for Decent and Green Jobs in Agriculture*. International Labour Organization Green Jobs Platform.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) (2023). *Sixth Assessment Report: Impacts, Adaptation and Vulnerability.* https://www.ipcc.ch

International Labour Organization (ILO) (2022). *Global Employment Trends for Youth 2022.* https://www.ilo.org

Njeru, E., & Ndirangu, L. (2020). Understanding Youth Engagement in Climate-Smart Agriculture in Kenya. *African Development Review*, 32(4), 528–540.

Njeru, E., Okore, C., & Mukalama, J. (2020). Youth Participation in Organic Agriculture: Evidence from Eastern Kenya. *African Journal of Rural Development*, 5(1), 34–48.

NUCAFE (2022). Youth Engagement in Uganda's Organic Coffee Sector. *Kampala: NUCAFE Briefing Paper*. https://www.nucafe.org

Sachs, J. D., et al. (2023). The Green Recovery: Building Back Better in Africa. *African Development Bank Working Papers*.

Scoones, I. (2020). *Sustainable Livelihoods and Rural Development*. Practical Action Publishing.

SNV Netherlands (2020). *Youth Beekeeping in Tigray – Impact Assessment Report.*

Sumberg, J., Flynn, J., & Mader, P. (2020). The Role of Youth Agency in Agricultural Development. *The Journal of Peasant Studies*, 47(1), 77–102.

Tchale, H. (2021). *Empowering African Youth in Agriculture through Innovation*. World Bank Publications.

Umeh, J. C., & Asogwa, B. C. (2020). Organic Farming and Youth Employment in West Africa. *African Journal of Agricultural Research*, 15(4), 512–524.

UNDP (2023). *Africa's Food System Transformation: Youth-Centric Approaches*.

UNEP (2022). *Green Jobs for Youth: Pathways to a Sustainable Future*. https://www.unep.org

UNEP (2022). *Green Jobs for Youth: Transforming Livelihoods through Environmental Solutions*. United Nations Environment Programme. https://www.unep.org

UNFCCC (2023). *Carbon Sequestration in Smallholder Organic Systems*. Bonn: United Nations Climate Change Secretariat. https://unfccc.int

United Nations (2022). *Africa's Agrifood Systems Transformation: Youth as Catalysts*. UNDP Youth Report.

United Nations (2022). *World Population Prospects 2022*. Department of Economic and Social Affairs. https://population.un.org/wpp

Willer, H., & Trávníček, J. (2022). *Organic Agriculture Worldwide: Status and Statistics*. FiBL.

Willer, H., Trávníček, J., Meier, C., & Schlatter, B. (2022). *The World of Organic Agriculture 2022.* Publisher: FiBL & IFOAM. https://statistics.fibl.org

2nd INTERNATIONAL BEYŞEHIR GASTRONOMY CULTURE AND TOURISM CONGRESS

April 25-26, 2025 / Beyşehir, Konya, Türkiye

Beysehir Ali Akkanat Vocational School

SELCUK UNIVERSITY

REF : Akademik Teşvik 21/05/2025

İLGİLİ MAKAMA

Uluslararası Beyşehir Gastronomi Kültür ve Turizm Kongresi-II 25-26 Nisan 2025 tarihleri arasında Konya / Türkiye'de 18 farklı ülkenin (Türkiye-51, Diğer Ülkelerden-63) akademisyen/araştırmacılarının katılımıyla gerçekleşmiştir. Kongre 16 Ocak 2020 Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliğine getirilen "Tebliğlerin sunulduğu yurt içinde veya yurt dışındaki etkinliğin uluslararası olarak nitelendirilebilmesi için Türkiye dışında en az beş farklı ülkeden sözlü tebliğ sunan konuşmacının katılım sağlaması ve tebliğlerin yarıdan fazlasının Türkiye dışından katılımcılar tarafından sunulması esastır." değişikliğine uygun düzenlenmiştir.

Bilgilerinize arz edilir,
Saygılarımla

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Göktuğ KAYA
Chief Tax Inspector of the
Ministry of Treasury and Finance
CONGRESS CO-CHAIR

Lect. İbrahim AKDAĞ
Director of the Beysehir Ali Akkanat
Vocational School, Selçuk University
CONGRESS CO-CHAIR

Evrak Tarih ve Sayısı: 28.03.2025-E.975177

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu Müdürlüğü

2025 AİLE YILI

Sayı : E-63322025-020-975177
Konu : Uluslararası Beyşehir Gastronomi Kültür ve Turizm Kongresi II Düzenleme Kurulu

REKTÖRLÜK MAKAMINA

Üniversitemizde 25-26 Nisan 2025 tarihlerinde İKSAD Enstitüsü ile ortaklaşa düzenlenmesi planlanan "Uluslararası Beyşehir Gastronomi Kültür ve Turizm Kongresi II" düzenleme kuruluna aşağıda unvan ve isimleri yazılı olan öğretim elemanlarının üniversite akademisyen temsilcisi olarak görevlendirilmeleri hususunda olurlarınızı saygılarımla arz ederim.

Düzenleme Kurulu
Prof. Dr. Erkan AKGÖZ- Turizm Fakültesi
Prof. Dr. Onur KÖKSAL- Edebiyat Fakültesi
Doç. Dr. Fatih VAROL- Turizm Fakültesi
Doç. Dr. Yüksel GÜRSOY- Beyşehir Turizm Fakültesi
Öğr. Gör. İbrahim AKDAĞ- Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu
Öğr. Gör. Dr. Serhat KURT- Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu
Öğr. Gör. Dr. Seyfettin Caner KUZUCU- Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu
Öğr. Gör. Dr. Ferhat ÖZCAN- Çumra Meslek Yüksekokulu
Öğr. Gör. Vedat EKEN- Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu
Öğr. Gör. Emine Derya AKYÜZ- Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu

Prof. Dr. Haldun SOYDAL
Rektör Yardımcısı

OLUR

Prof. Dr. Hüseyin YILMAZ
Rektör

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :*BSPE00TR12* Pin Kodu :99242 Belge Takip Adresi : https://www.turkiye.gov.tr/selcuk-universitesi-ebys

Adres : Beyşehir Ali Akkanat Kampüsü Beyşehir / KONYA 42700
Telefon : 3325121923 Faks : 3325121434
e-Posta:beymyo@selcuk.edu.tr Web:www.selcuk.edu.tr
Kep Adresi : selcukuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için : Sadi AKGÜL
Ünvanı : Bilgisayar İşletmeni
Tel No : 0 332 512 19 23