



T.C.  
GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

DOKTORA  
TEZİ

MODERNİTE BAĞLAMINDA TÜRK MUTFAĞINA  
ÖZGÜ YENİLİKÇİ ÜRÜN GELİŞTİRME

ESAT ÖZATA

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

KASIM 2019



**MODERNİTE BAĞLAMINDA TÜRK MUTFAĞINA ÖZGÜ YENİLİKÇİ  
ÜRÜN GELİŞTİRME**

**Esat ÖZATA**

**DOKTORA TEZİ**

**GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KASIM 2019**

Esat ÖZATA tarafından hazırlanan “Modernite Bağlamında Türk Mutfağına Özgü Yenilikçi Ürün Geliştirme” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.

**Danışman (Başkan):** Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum .....

**Üye :** Doç. Dr. Menekşe CÖMERT

Turizm Fakültesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum .....

**Üye :** Doç. Dr. Mustafa AKSOY

Turizm Fakültesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum .....

**Üye :** Prof. Dr. Hamparsun HAMPİKYAN

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Beykent Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum .....

**Üye :** Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ

Turizm Fakültesi, Mersin Üniversitesi  
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum .....

Tez Savunma Tarihi:08.11.2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Doktora Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Figen ZAİF

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Esat ÖZATA

08/11/2019

## ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Esat ÖZATA  
...../...../2019

# MODERNİTE BAĞLAMINDA TÜRK MUTFAĞINA ÖZGÜ YENİLİKÇİ ÜRÜN GELİŞTİRME

(Doktora Tezi)

Esat ÖZATA

GAZİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Kasım 2019

## ÖZET

Türk mutfağı binlerce yıllık geçmişiyle ve bünyesinde barındırdığı zengin içerik ve çeşitlilikler ile yemeğe özel anlam yükleyen mutfaklardan birisidir. Türk mutfağı zaman içerisinde pek çok farklı mutfak kültüründen de etkilenmiştir. Bu etkilenme kendisini; pişirme yöntemleri, ürün çeşitliliği, araç-gereç çeşitliliği, değişen beslenme alışkanlıkları ve yeni yemek akımları bağlamında göstermiştir. Dolayısıyla hem geleneksel lezzetlerin peşinde olan hem de yenilik arayışı motivasyonu ile yeni lezzetler peşinde olanlar için Türk mutfağı büyük bir çeşitlilik sunmaktadır. Bu tezde bireylerin modernize edilmiş yöresel yemeklerden duyusal analizler aracılığıyla duydukları beğeni düzeyleri araştırılmıştır. Bu doğrultuda Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesine ait üçer yemek olmak üzere toplam 21 yöresel yemek ve bu yemeklerin pişirme yöntemleri, malzeme çeşitliliği ve araç-gereç çeşitliliği gibi unsurlar açısından modernize edilmiş versiyonları hazırlanmıştır. Tekil ve ilişkisel tarama araştırma modellerinin birlikte kullanıldığı araştırmada 8 uzman panelistten ve 82 tüketiciden veri toplanmıştır. Elde edilen veriler analizi betimleyici istatistikler, Wilcoxon Signed Rank Testi, ANOVA testi, korelasyon analizi ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile çözümlenmiştir. Gerçekleştirilen analizler neticesinde uzman panelistlerin tüm coğrafi bölgeler için modernize yemekleri, geleneksel versiyonlarından daha yüksek oranda tercih ettikleri ve daha fazla beğendikleri görülmektedir. Uzman panelistlerin modernize yemeklere yönelik en beğendikleri duyusal özellikleri, yemeklerin şekli, çiğnenebilirliği ve tadı olmuştur. 82 kişilik tüketici grubuna yönelik analizler neticesinde ise 21 yemeğin 14'ünün dokuz puan üzerinden 7 ve üzerinde beğeni puanı aldığı görülmektedir. Fark testleri aracılığıyla ortaya çıkan bulgular Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı, Frigya Dolması, Cive, Şibit Tatlısı, Püşürük, Çingertme, Cennet Çamuru ve Şiveydiz yemeklerini diğer yemeklere göre ön plana çıkarmaktadır. 21 yemeğe yönelik değerlendirmeler bir bütün olarak ele alındığında, tüm duyusal analiz kriterlerinin anlamlı bir etkisi olmakla birlikte "tat" duyusunun genel beğeni düzeyine etki eden en önemli değişken olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bilim Kodu : 2019/161  
Anahtar : Modernite, Türk mutfak kültürü, yöresel yemekler, duyusal analiz,  
Kelimeler : gastronomi  
Sayfa Adedi : 238  
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA

INNOVATIVE PRODUCT DEVELOPMENT SPECIFIC FOR TURKISH CUISINE IN  
THE CONTEXT OF MODERNITY

(Ph. D. Thesis)

Esat ÖZATA

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

November 2019

**ABSTRACT**

With its thousands of years of history and rich content and diversity, Turkish cuisine is one of the cuisines that add attributes a special meaning to food. Over time, Turkish cuisine has been influenced by many different culinary cultures. This influence has manifested itself in the context of cooking methods, material diversity, equipment diversity, changing eating habits and new food trends. Therefore, Turkish cuisine offers a great variety for those who seek for both traditional tastes and those who are in the search of new tastes with the motivation of novelty. In this thesis, satisfaction level of individuals through their sensory analysis of modernized local dishes has been investigated. In this context, including three meals of each of the geographical regions of Turkey, a total of 21 local dishes and 21 modernized version of these local foods in terms of cooking methods, product and equipment variety were prepared. Single and relational screening research models were used together and data were collected from 8 expert panelists and 82 consumers. The data were analyzed by descriptive statistics, Wilcoxon signed rank test, one way Anova test, correlation analysis and multiple linear regression analyzes. As a result of analysis, it is seen that expert panelists both prefer and enjoy modernized dishes more than traditional versions in all geographical regions. Expert panelists' favorite sensory properties for modernized dishes were their shape, chewability and taste. Analysis of consumer group composed of 82 participants show that 14 of the 21 dishes received seven or more enjoyment points out of nine. The findings emerged through the difference tests highlight the dishes; Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı, Frigya Dolması, Cive, Şibit Tatlısı, Püşürük, Çingertme, Cennet Çamuru and Şiveydiz with respect to other dishes. When the whole evaluation of consumer group towards 21 novel dishes taken into consideration, however all of the sensory criteria such as smell, texture, appearance and taste have a significant effect on the level of general taste sense, the most important variable affecting general enjoyment is definitely the sense of “taste”.

Science Code : 2019/161  
Key Words : Modernity, Turkish cuisine culture, local foods, sensory analysis,  
gastronomy  
Page Number : 238  
Supervisor : Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA



## TEŞEKKÜR

Bu değerli çalışmanın oluşmasında çok güzel kalpler destek oldu;

En büyük teşekkürüm ve minnetim çok değerli Danışman Hocam Prof. Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA hocama. Her zaman sabırlı, destekleyici cesaret verici ve tamamlayıcı tavrı ile beni motive eden çok değerli hocam Prof.Dr. Fügen DURLU ÖZKAYA'ya sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Doktora ders aşaması esnasında bilgilerini bizlere fazlaca aktaran değerli hocalarım; Doç. Dr. Mustafa AKSOY'a, Doç. Dr. Menekşe CÖMERT ve Doç. Dr. Saim KÜÇÜKKÖMÜRLER hocalarıma, akademik hayatıma çok önemli katkı sağlayan ve yön veren sevgili hocam Doç. Dr. Nurdan ÇOLAKOĞLU'na.

Akademik hayatımın ilk basamak diye adlandırdığım yüksek lisans tez danışmanım değerli hocam Doç. Dr. Perihan PAKSOY'a, benim her daim yanımda olan beni destekleyen yardımlarını her zaman kalbimde hissettiğim çok değerli kardeşim canım hocam Dr. Öğr. Üyesi Gül Nihan Güven YEŞİLDAĞ'a, ne zaman yardım istesem kibar tavrıyla her daim yardımına koşan Arş. Gör. Ayşenur AKKAYA'ya,

Tezimin uygulama aşamasında benim adeta gölgem misali yanımda olan ve tüm benliği ile yardım eden çok sevgili öğrencim ve abim Şenol KARADENİZ'e, canım kardeşim ve çok değerli meslektaşım Öğr. Gör. Emre ÖZTÜRK'e, Duyusal Analiz ekibini oluşturan çok sevgili hocalarım Prof. Dr. Hilal ÇOLAK'a, Dr. Öğr. Üyesi Feyza TURAN'a, Öğr. Gör. Ahmet ÖZBEK'e, Öğr. Gör. Esna METE'ye ve Öğr. Gör. Sinem Bilgin ÖZTÜRK'e

Hayatımda sonradan edindiğim abim çok değerli hocam beni hayat mücadelemde aynı yerde omuz omuza çalıştığım çok değerli Prof. Dr. Hamparsun HAMPİKYAN'a, Bu zorlu ve uzun süreçte beni hep destekleyen ve yanımda olan değerli eşim Yıldız ÖZATA'ya, beni yetiştiren Anne ve babama, benim canımın parçası oğlum Ali Esat ÖZATA'ya, benim ruh ikizim kardeşim Dr. Öğr. Üyesi Ozan GÜLER'e, Sevgili Kardeşim Doç. Dr. Gürkan AKDAĞ'a ve Can kardeşim Arş. Gör. Sercan BENLİ'ye,

Ve beni ben yapan bugüne kadar hayatlarına dokunduğum çok sevgili öğrencilerime, teşekkürlerimi büyük bir mutlulukla sunuyorum.

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖZET .....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xv
1. GİRİŞ .....	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE .....	3
2.1. Modern ve Modernite Kavramları.....	3
2.2. Modernitenin Tarihi.....	6
2.3. Modern Mutfak.....	8
2.3.1. Modern Mutfakta Gıda Maddeleri.....	9
2.3.2. Modern Mutfakta Pişirme Teknikleri.....	10
2.3.3. Modern Çağda Restoranlar.....	11
2.3.4. Modern Mutfakta Ambalajlama .....	12
2.4. Modern Mutfağın Doğuşuyla Ortaya Çıkan Mutfak Akımları.....	14
2.4.1. Hazır Yemek (Fastfood).....	14
2.4.2. Diyet Mutfağı .....	15
2.4.3. Yavaş Gıda (Slowfood).....	16
2.4.4. Moleküler Gastronomi.....	17
2.4.5. Gıda Eşleşmesi (Food Pairing).....	20
2.4.6. Yüksek Mutfak (Haute Cuisine).....	21
2.4.7. Yeni Mutfak (Nouvelle Cuisine).....	24
2.4.8. Avangard Mutfak (Avant-Garde Cuisine).....	25

	<b>Sayfa</b>
2.4.9. Tekno Mutfak (Techno Cuisine) .....	27
2.4.10. İlerici Mutfak (Progressive Cuisine) .....	28
2.5. Türk Mutfağı ve Türk Mutfağının Özellikleri .....	29
2.6. Göçer Türklerden Günümüze Mutfak Çeşitleri.....	34
2.6.1. Orta Asya Dönemi .....	34
2.6.2. Selçuklu ve Beylikler Dönemi.....	37
2.6.3. Osmanlı Dönemi.....	40
2.6.3.1. Saray mutfağı.....	41
2.6.3.2. Halk mutfağı .....	44
2.6.3.3. Cumhuriyet dönemi ve Avrupa .....	45
2.7. Yörelere Göre Türk Mutfağı .....	47
2.8. Yenilikçilik Tanımı .....	50
2.8.1. Yenilikçiliğin Özellikleri ve Önemi .....	52
2.8.2. Türk Mutfağı-Yenilikçilik İlişkisi .....	54
2.9. Gıdalarda Duyusal Analiz .....	56
2.9.1. Duyusal Analizin Tarihi .....	59
2.9.2. Duyusal Kalite Kontrolü.....	63
2.9.3. Duyusal Analizin Önemi ve Rolü.....	64
2.9.4. Duyusal Analizin Kapsamı.....	67
3. YÖNTEM .....	69
3.1. Araştırmanın Amacı .....	69
3.2. Araştırmanın Modeli .....	70
3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	71
3.4. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Süreci.....	72
3.5. Araştırmanın Veri Analiz Teknikleri.....	75
4. BULGULAR.....	77

**Sayfa**

4.1. Uzman Panelistlere Yönelik Duyusal Analiz Bulguları.....	77
4.1.1. Eşleşmiş Kıyaslama Testi Bulguları.....	77
4.1.1.1. Marmara Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.....	78
4.1.1.2. Ege Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.....	79
4.1.1.3. Akdeniz Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.....	80
4.1.1.4. İç Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları .....	81
4.1.1.5. Karadeniz Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.....	82
4.1.1.6. Doğu Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.....	83
4.1.1.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları.	84
4.1.2. Hedonik Skala Beğeni Testi .....	85
4.1.2.1. Marmara Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları.....	86
4.1.2.2. Ege Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları .....	87
4.1.2.3. Akdeniz Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları.....	88
4.1.2.4. İç Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları .....	89
4.1.2.5. Karadeniz Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları.....	90
4.1.2.6. Doğu Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları.....	91
4.1.2.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları.....	92
4.1.3. Kalite Kriterleri Bağlamında Modernize Edilmiş Yemeklerin Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	93
4.1.3.1. Marmara Bölgesi bulguları .....	95
4.1.3.2. Ege Bölgesi bulguları .....	97
4.1.3.3. Akdeniz Bölgesi bulguları .....	99
4.1.3.4. İç Anadolu Bölgesi bulguları.....	101
4.1.3.5. Karadeniz Bölgesi bulguları .....	103
4.1.3.6. Doğu Anadolu Bölgesi bulguları .....	105
4.1.3.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi bulguları .....	107

	<b>Sayfa</b>
4.2. Tüketici Grubuna Yönelik Bulgular .....	109
4.2.1. Duyusal Değerlendirme Ölçeği Güvenilirlik Analizi Bulguları.....	109
4.2.2. Duyusal Değerlendirmeye Yönelik Betimleyici Bulgular .....	110
4.3. Modernize Yemeklerin Coğrafi Bölgelere Göre Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	114
4.3.1. Marmara Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	114
4.3.1.1. Betimleyici bulgular .....	114
4.3.1.2. Fark testi bulguları.....	115
4.3.2. Ege Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	118
4.3.2.1. Betimleyici bulgular .....	118
4.3.2.2. Fark testi bulguları.....	119
4.3.3. Akdeniz Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	119
4.3.3.1. Betimleyici bulgular .....	119
4.3.3.2. Fark testi bulguları.....	120
4.3.4. İç Anadolu Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	122
4.3.4.1. Betimleyici bulgular .....	122
4.3.4.2. Fark testi bulguları.....	123
4.3.5. Karadeniz Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	126
4.3.5.1. Betimleyici bulgular .....	126
4.3.5.2. Fark testi bulguları.....	127
4.3.6. Doğu Anadolu Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları.....	127
4.3.6.1. Betimleyici bulgular .....	127
4.3.6.2. Fark testi bulguları.....	128
4.3.7. Güneydoğu Anadolu Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları .....	131
4.3.7.1. Betimleyici bulgular .....	131
4.3.7.2. Fark testi bulguları.....	132
4.4. Korelasyon ve Regresyon Analizi Bulguları .....	135

	<b>Sayfa</b>
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	141
KAYNAKLAR.....	147
EKLER.....	177
EK-1. Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği örneği.....	178
EK-2. Duyusal değerlendirme beğeni ölçeği.....	179
EK-3. 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi.....	180
ÖZGEÇMİŞ .....	237



## ÇİZELGELERİN LİSTESİ

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 3.1. Araştırmanın deneysel modeli bağlamında hazırlanan ürünler .....	70
Çizelge 3.2. Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği örneği .....	73
Çizelge 3.3. Hedonik skala (beğeni) ölçeği örneği .....	73
Çizelge 3.4. Kalite kriterleri bağlamında duyusal değerlendirme ölçeği.....	74
Çizelge 3.5. Duyusal değerlendirme beğeni ölçeği .....	75
Çizelge 4.1. 21 geleneksel ve 21 modernize yemeğe ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8 kişi).....	78
Çizelge 4.2. Marmara Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	79
Çizelge 4.3. Ege Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	80
Çizelge 4.4. Akdeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	81
Çizelge 4.5. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	82
Çizelge 4.6. Karadeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	83
Çizelge 4.7. Doğu Anadolu yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8) .....	84
Çizelge 4.8. Güneydoğu Anadolu yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8).....	85
Çizelge 4.9. Hedonik skala testine göre geleneksel ve modernize 21 yemeğin genel ortalamaların ve fark testi bulguları (n= 8).....	86
Çizelge 4.10. Marmara Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	87
Çizelge 4.11. Ege Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	88
Çizelge 4.12. Akdeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	89
Çizelge 4.13. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	90

<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.14. Karadeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	91
Çizelge 4.15. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	92
Çizelge 4.16. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8) .....	93
Çizelge 4.17. 21 Modernize yemeğe yönelik kalite kriterleri bağlamında duyuşal değerlendirme Bulguları (n=8) .....	94
Çizelge 4.18. Marmara Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	96
Çizelge 4.19. Ege Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	98
Çizelge 4.20. Akdeniz Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	100
Çizelge 4.21. İç Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	102
Çizelge 4.22. Karadeniz Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	104
Çizelge 4.23. Doğu Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	106
Çizelge 4.24. Güneydoğu Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları .....	108
Çizelge 4.25. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı (n=82) .....	109
Çizelge 4.26. Duyusal değerlendirme boyutlarına yönelik güvenilirlik analizi bulguları (n=1772) .....	110
Çizelge 4.27. Modernize edilmiş 21 yemeğe ilişkin duyuşal değerlendirme betimleyici bulgular (n= 82) .....	111
Çizelge 4.28. Marmara Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n= 82) .....	115
Çizelge 4.29. Marmara Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82).....	116
Çizelge 4.30. Marmara Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82) .....	117
Çizelge 4.31. Ege Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	118



<b>Çizelge</b>	<b>Sayfa</b>
Çizelge 4.32. Ege Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82) .....	119
Çizelge 4.33. Akdeniz Bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	120
Çizelge 4.34. Akdeniz bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82).....	121
Çizelge 4.35. Akdeniz Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82) .....	122
Çizelge 4.36. İç Anadolu bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	123
Çizelge 4.37. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82) .....	124
Çizelge 4.38. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82) .....	125
Çizelge 4.39. Karadeniz Bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	126
Çizelge 4.40. Karadeniz Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)....	127
Çizelge 4.41. Doğu Anadolu Bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	128
Çizelge 4.42. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82) .....	129
Çizelge 4.43. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82) .....	130
Çizelge 4.44. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82) .....	132
Çizelge 4.45. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82) .....	133
Çizelge 4.46. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82) .....	135
Çizelge 4.47. Korelasyon analizi bulguları (n=1722) .....	136
Çizelge 4.48. Duysal özelliklerin yemeğin genel beğeni düzeyine etkisi.....	138

## KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

<b>Kısaltmalar</b>	<b>Açıklamalar</b>
<b>CO<sub>2</sub></b>	Karbondioksit
<b>gr</b>	Gram
<b>MEB</b>	Milli Eğitim Bakanlığı
<b>MEGEP</b>	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
<b>ml</b>	Mililitre
<b>mm</b>	Milimetre
<b>ng</b>	Nanogram
<b>°C</b>	Santigrat Derece
<b>Ort</b>	Ortalama
<b>Std</b>	Standart
<b>TÜSİAD</b>	Türkiye Sanayicileri ve İşadamları Derneği



## 1. GİRİŞ

Günümüz modern çağında insanların en çok dikkatini çeken konuların başında yemek olgusu gelmektedir. İnsanlar için beslenme olgusu fizyolojik ihtiyaçların karşılanmasını çok aşarak, itibar, kendini gerçekleştirme, kimlik kazanma ve yenilik arayışını doyurma gibi bir dizi sosyolojik ihtiyaçların karşılanması anlamı taşımaya başlamıştır. Bu bağlamda zengin altyapısı ile Türk mutfağı dünyada kendisine yer edinmiş özel mutfaklardan birisidir. Türklerin Orta Asya'ya yerleştiği günden Anadolu'yu yurt edindiği dönem ve devamındaki Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu dönemi bugün Türk mutfağı olarak ifade edilen kavramın içini dolduran dönemler olmuştur. Dolayısıyla da Türk mutfağı hem başka kültürlerden etkilenen hem de başka kültürleri etkileyen bir mutfak olarak yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve kullanılan araç gereçler açısından çok zengin bir envantere sahiptir.

Türk mutfağı zengin kültürel altyapısı ile gelenekselliğini yüzyıllardır koruduğu gibi modernizme de oldukça açık bir mutfaktır. Modernite kelimesi ile ifade edilmek istenen yenilik kavramı her ne kadar geleneksel olan ile yeni olan arasına mesafe koymak gibi algılsa da geleneğin özü bozulmadan da yemeklere yeni bir kimlik kazandırılabilir. Eşsiz ve sayısız yöresel lezzete sahip olan Türk mutfağı gastronomi çalışmaları için tam bir laboratuvar işlevi de görmektedir. Yöresel lezzet kavramı son yıllarda gastronomiye hem bilimsel alanyazın hem de pratik uygulama anlamında damga vurmaktadır. İnsanlar çok değişik motivasyonlar ile geçmişe geri dönüş isteği altında yöresel yemeklere ve etnik mutfaklara yönelmektedir. Gastronomi turizmi bağlamında yapılan seyahatlerin de çıkış noktası yöresel lezzetleri deneyimlemek olmuştur. Hatta turistler bile yöresel yemek deneyim motivasyonlarına ve yoğunluklarına göre tipolojilere ayrılmaktadır.

Türkiye'nin yedi farklı coğrafyasında yer alan seksen bir şehrin her birisi kendine has onlarca yöresel lezzete sahiptir. Bu lezzetlerin bazıları içerik olarak birbirine benzese dahi ya hazırlanma ya da pişirme teknikleri gibi unsular tarafından farklılaşmaktadır. Peki, bu yemekler ne kadar endüstrileşmiş durumdadır? Daha tüketici odaklı bir bakış açısı ile bu değerli yöresel lezzetleri deneyimlemek için o destinasyonlara gitmek dışında bir yol yok mu? Alışlagelmiş kebab, döner, tantuni, baklava gibi lezzetlerin yöresel lezzetler olarak sunulması Türk mutfağını ne kadar temsil etmekte? Bu sorulardan hareketle gerçekleştirilen bu tez; alanında uzman olan ve uzman olmayan tüketicilerin duyuşal

analizleri aracılığıyla modernize edilmiş yöresel yemeklerden duydukları beğenileri araştırmayı kendisine amaç edinmiştir. Bu kapsamda araştırmada Türkiye'nin her bir coğrafi bölgesine ait üçer yemek olmak üzere toplam 21 yöresel yemek ve ilgili 21 yemeğin pişirme yöntemleri, malzeme çeşitliliği ve araç-gereç çeşitliliği bakımından modernize edilmiş tabakları hazırlanmıştır. Sonuç olarak 42 yemek üzerinden katılımcıların yöresel yemek beğeni düzeyleri araştırılmıştır. Böylelikle araştırma kapsamında yeni özellikler katılarak geliştirilen yöresel lezzetlerden duyulan beğeni düzeyi iki farklı grubun bakış açısıyla ve coğrafi bölgeler farklılıkları göz önünde tutularak ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bahsedilen bu önem ve amaçtan hareketle hazırlanan bu tez giriş bölümü de dâhil olmak üzere beş bölümde hazırlanmıştır.

Tezin birinci bölümü olan giriş bölümünden sonra tezde ele alınan değişkenlere yönelik kavramsal çerçeve sunulmuştur. Kavramsal çerçeve altında modernizm, modern mutfaklar, modern mutfak akımları, Türk mutfak tarihi, Türk mutfağında yenilik ve duysal analiz kavramları açıklanmıştır. Tez'in üçüncü bölümünde gerçekleştirilen alan araştırmasına yönelik detaylı bir yöntem sunumu gerçekleştirilmiştir. Bu bölümde araştırmanın amacı, modeli, evren ve örnekleme, veri toplama aracı ve son olarak veri analiz teknikleri anlatılmıştır. Yöntem bölümünün akabinde araştırmanın amacı kapsamında gerçekleştirilen analizler uzman panelist ve tüketici grubu örnekleme şeklinde ikiye ayrılarak sunulmuştur. Eşleşmiş kıyaslama testi bağlamında frekans analizi; hedonik skala testi bağlamında betimleyici istatistikler ve parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi; duysal analiz beğeni testi bağlamında betimleyici analizler, ANOVA ve Post-Hoc testleri, ilişki testleri bağlamında korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile ortaya çıkan bulgular raporlanmıştır. Tezin beşinci ve son bölümünde ise dördüncü bölümde ortaya çıkan bulgular, hem alanyazın hem de uygulamacılar açısından yorumlanarak çıkarımlarda bulunulmuştur. Yiyecek ve içecek işletmeleri için uygulamaya yönelik öneriler sunulurken, alanyazın için gelecekte araştırılabilecek konu önerileri üzerinde durulmuştur.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Modern ve Modernite Kavramları

Öncelikle modern ve modernite ayrımını yapmak gerekir. Modern kelimesi dönemin özgün niteliklerini anlatırken, modernite ise tarihsel süreç içerisindeki herhangi bir dönemi ifade eder. Modern; Fransızca kelime olan “moderne”den İngilizceye geçmiştir. Aynı zamanda Lâtin kök sözcük ‘hemen şimdi’ anlamında “modo” ve “modernus” kelimesinden gelmektedir (Williams, 2007: 251).Asri, çağdaş ve çağcıl olan modern kelimesinin Türkçe’deki karşılığı, yaşanmakta olan dönemi ifade etmekte ve “şimdilik” ya da “zamanelik” durumu taşımaktadır (Püsküllüoğlu, 2002). Zamansal yönü ağır olan modern kavramı, kültürel değişimi ve toplumsal hayatı ifade etmektedir. Eski çağlardan beri insan davranışları, insanların yaşam alışkanlıkları, siyasal yönetimler, ekonomik etkinlikler gibi pek çok şeyin değiştiği tarihsel vizyonda açıkça izlenebilmektedir. Dolayısıyla ileri olma veya geri olma durumları, ya zamansal karşılaştırmada sıkıntıya yol açabilmekte ya da bundan kaçmak imkânsız görünmektedir. (Şimşek, 2014).

(Anderson, 2003) Tarihten siyasete eleştiri yazıları kitabında; “Modern olan, kendisinden önce gelenden daha yenidir: Devrimci olan da yıktığı şeyden daha ileridir. Bir durumda ‘gelenek’ diğeri ‘gericilik’ söz konusudur. İki kavram arasındaki bağ her birinin kendine özgü şekilde barındırdığı, ilerleme yönünde bir hareket getirme iddiasında yatmaktadır.” şeklinde ifade etmektedir (Anderson, 2003: 78). Modern; bireyin macera, güç, sevinç, büyüme, dünyanın dönüşümünü vaat eden bir ortamda kendisini bulmasıdır ve aynı zamanda sahip olunan ve bilinen her şeyi imha etmek için tehdit eden bir ortamda bulunmaktır. Modern ortamlar ve deneyimler, coğrafya ve etnisite, din ve ideoloji sınıfları ve uyruğunun tüm sınırlarını aşmaktadır. Bu anlamda, modernite tüm insanlığı birleştirmek için sağlamdır. Fakat bu, çelişkili bir birliktelik, bölünmüşlüğün bir birliğidir. Her bireyi sürekli mağrurluk ve yenileme, mücadele ve çelişki, belirsizlik ve acılar oluşturmaktadır. Ayrıca modern; Marx'ın dediği gibi "katı olanların havada eridiği" evrenin parçasıdır. (Demir Kılıç, 2016: 16).

Modern geçmişte kalan zamandan ayırır ve zaman meselesidir. Kendi dönemlerini yaşayan bireyler, kendilerini eskilerden ayırmak için modern kelimesini kullanmışlardır. ‘Modern olanı antiklerden ayıran ve bu durumu üstün kılan özellikler zamansal mıdır

yoksa ilerleme midir?’ Bu karşıtlık insanlığın eskiden beri çatışma-tartışma nedenidir (Şimşek, 2014). Neticede modern kavramı günümüzde genel olarak; düşüncedeki açıklık, özgürlük, otoritelerden bağımsızlık ve en yeni ve en son dile getirilmiş düşüncelerdir (Cevizci, 2005: 1178). Modern siyasal, ekonomik ve kültürel biçimlerin ortaya çıkmasını ve kurumsallaşmasını ifade ederken, modernleşme çeşitli bölgelerde farklı hızlarda ilerleyen ve değişik biçimler yaratan bir değişim sürecidir (İrem, 2008).

Modernite, Avrupalı düşünürlerin aradıkları önemli gerçeği eski metinlerde bulabilecekleri inancından vazgeçtikleri (1550-1650) yıllarda (Grafton, 2004: 7) Avrupa’da tebellür etmiş “insan merkezli epistemoloji, Newtoncu mekanistik kozmoloji ve rasyonel ahlak” (Davutoğlu, 1991: 1) ilkelerine indirgenebilecek zihniyet formudur (Kayapınar, 2013). Başka bir tanıma göre modernite; modern toplumun temel özelliklerini eski kurumsal çerçevelerin parçalanması, yeni yapısal, kurumsal, kültürel özelliklerin ve oluşumların geliştirilmesi ve artan toplumsal seferberlik potansiyelidir (Deutsch, 1961). (Fedayi, 2010) Modernleşme ve toplumsal hafıza adlı çalışmasında moderniteyi “aydınlanma felsefesinden beslenen, akli ve bilimi merkeze koyan, eskiyi/geçmiş olumsuzlayan, yeniyi ise apriori olarak olumlayan bir durumdur” şeklinde tanımlamaktadır (Fedayi, 2010). Bu tanımla beraber modernite kelime ve kavram olarak “hafıza” kavramıyla ilişkilidir. Tarih boyunca modernite, doğal ve geleneksel hafıza yerine yapay ve seküler toplumsal hafıza yaratmaya çalışmıştır. Ayrıca, modernite Batı toplumlarının büyük çoğunluğunun kullanabileceği çok sayıda bireysel yaşam tarzı ve yaşam öyküsünün geliştirilmesine imkân tanımaktadır (Wagner, 2003: 6).

Modernite, insani değerlerin yüceltilmesi, insana ve yaradılışa dair pozitif bakış açısı, insanın sonsuz nitelik kazandığı yaşam sanatı yaratma çabası ve insan iradesinin keşfine dayanan hümanizmin temel yapı taşıdır (Russ, 2011: 116). Modernite terimi, 1981 yılından sonra “Paris Dersleri” kitabında kullanılmış, şimdilerde ise “Modernitenin Felsefi Söylemi” başlıklı kitap serisinin bir parçası olmuştur (McCormick, 1990: 307). (Giddens, 2010) ‘Modernite ve Bireysel Kimlik’ adlı çalışmasında "Modernite bir risk kültürüdür... Modernite koşullarında 'gelecek' bilgi ortamlarının refleksif organizasyonuna sürekli dâhil olur... Modernitenin fark, dışlama ve marjinalleştirme ürettiği unutulmamalıdır. Özgürleştirme imkânına dayalı modern kurumlar, aynı zamanda kendini gerçekleştirme mekanizmalarından ziyade benliğin bastırılmasıyla ilgili mekanizmalar yaratırlar." bilgisine yer vermiştir (Giddens, 2010: 14-17). Modernitenin geçmiş ile gelecek arasında

zıtlık içeren anlamı vardır. Modernite eskilerden kurtulmak ve yeni olanı hedeflemek istemektedir (Bauman, 2000: 133).

Modernleşme ve modernizmden de kısaca bahsetmek gerekirse; (Weber, 1978)'e göre modernleşme “geleneksel toplumlara özgü dini dünya görüşünün çözülmesi olarak tecrübe edilen bir tür büyü bozumu etkisi ile kendisini hissettirmektir”. Ayrıca (İrem, 2008)'e göre modernleşme “sosyo-kültürel alanda rasyonelleşme, sekürleşme ve milletleşme, ekonomik düzeyde de kapitalistleşme olarak yaşanan süreçtir”. “Modernizm” etiketi estetik bir hareketi ifade etmeyen, geniş kapsamlı modernitenin kültür ve ideolojisinde de kullanılmıştır (Bell, 1976: 6). Bu anlamda “modernizm”; pozitivizm, rasyonalizm, doğrusal ilerleme ve evrensel gerçeğe inanç, ideal toplumsal düzenin akılcı planlanması ve bilgi ve üretimin standardizasyonu anlamına gelmektedir. Bu kavram ikinci anlamda kullanıldığında neredeyse kültürel ya da epistemolojik koşul olarak yorumlanan modernite kavramıyla değiştirilebilmektedir (Berman, 1982: 131). Aynı zamanda modernleşme kavramı modern duruma ulaşma sürecidir. Modernizm; modern düşüncenin herhangi bir alana yansımaları hakkında konuşulması veya bir ürünün ya da üslubun modern zamana özgü niteliklerinin belirlenmesidir (Cevizci, 2006: 70; Özyalvaç, 2013). (Yıldırım, 2009) Modernizm ve postmodernizm çalışmasında modernizm “feodal toplumun mistik, geleneksel bağlarını çözmüş, bireyi ve onun aklını yücelten yeni bir toplumsal düzendir” (Yıldırım, 2009).

“Modern” ve “modernite” kavramları, Avrupa'nın geri kalanı etrafında dönmesi beklenen merkezi eksen olarak Avrupa'yı temsil eden Avrupa merkeziliği söyleminde merkezi bir konuma sahiptir. Sonuç olarak ifade etmek gerekir ki, modern ve moderniteyi kutup şeklinde karşı karşıya getirme çabası, yaşanan uzlaşıları ve karışmaları görmezden gelmektedir. Dolayısıyla gelenek karşıtlığını alan yaklaşım -modernleşme-, geçmişin kültürel değerler açısından, bugün ve gelecek için dayanak olarak oynayabileceği gerekli ve yararlı rolü, değişim perspektifi ve özel niteliği göz ardı etmektedir. Modernite tek boyutlu ele alınabilecek bir konu değildir. Bu tez çalışmasında modern ve modernite gastronomi açısından ele alınacaktır. Bununla birlikte modern çağ, modernite türleri, modern mutfak, modern mutfakın özellikleri ve modern-mutfak ilişkisi incelenecektir.



## 2.2. Modernitenin Tarihi

Yaklaşık iki yüz yıllık bir dönemde modern, modernite gibi kavramlarla karşılaştırılmakta ve bu kavramlar karıştırılmaktadır. Dolayısıyla “Modern Çağ”, bu düşüncelerin hepsini kapsamaktadır. Modern düşüncenin asıl amacı, aydınlanmadır. Aydınlanma ise toplumu ilerlemeci bir anlayışla bilginin önderliğinde bir değişime sürüklemektir. Bilimsel keşifleri, bireysel yaratıcılığı savunmakta anlık olanı zorunlu bir koşul gibi görmektedir (Timuçin, 2002: 234; Sarup, 2004: 187).

Modernitenin tarihini incelemek için kendi içinde aşamalara ayrılmalıdır. Çünkü araştırmacılar modernitenin başlangıcı konusunda hem fikir değillerdir. Bazı araştırmacılar moderniteyi 1436 yılında Gutenberg’in oynar matbaa icadıyla başladığını iddia etmiştir. Bazı araştırmacılar ise 1520 yılında Luther kilise otoritelerine isyanında başladığını söylemiştir. Ayrıca 1648 yılında Otuz Yıl Savaşları’nın sona ermesiyle, 1895 yılında Freud’un rüya yorumlarının yayınlanması araştırmacılar için modernitenin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Toulmin, 2002: 13; Girgin, 2008: 5).

Rönesans döneminde 15. ve 16. yüzyıl Avrupasında geleneksel toplumdaki modernite çağına geçilmiştir. Bu moderniteye geçiş özerk bir konunun, organik bir mekanistik değerlerin benimsenmesinin ve objektif bilimsel sorunun ortaya çıkması ile karakterize edilmektedir. Bazı teoriler, modernite çağına ilerlemeye yönelik evrensel iddialara, geliştirilmiş nesnel bilim, evrensel ahlak ve hukuk kavramlarına dönüştüğü 18. yüzyılın sonlarına doğru, daha ileri bir aşamada moderniteye geçişte yer almaktadır (Habermas, 1983: 6).

Modernizm ya da estetik modernizm, 19. yüzyılın ortalarında Avrupa gerçekçi geleneğine karşı bir tepki olarak başlatılan kültürel harekettir. Sanat eserleri dış doğayı ya da toplumu herhangi bir sanatçı tarafından ekleme veya çıkarmalardan oluşmaktadır. Sanatçılar sanatın özgünlüğünü garanti eden ve sanatın gelenekten özgürleştirilen koşullu içeriğinden ziyade sanat eseri biçiminde olduğunu savunmuşlardır. Modernizm edebiyatta, görsel sanatlarda mimaride, tabiatçılık, dışavurumculuk, sürrealizm ve işlevselciliğin altında sayılan hareketlerle çok etkili olmuştur. Modernizmin ortaya çıkışı, çoğunlukla 19. yüzyılın başında ve 20. yüzyıl modernitesinde başlayan büyük toplumsal dönüşümlere atfen açıklanmıştır. Mesela David Harvey, modernizmin 19. yüzyılın sonlarına doğru zaman,

mekân sıkıştırma süreçlerinin sonucu olan uzay ve zaman deneyimindeki bir krize kültürel bir tepki olduğunu savunmuştur (Brey, 2003).

Modernite içinde belirli dönem kuramları, modernitenin belli tarihsel çağını karakterize etmeye ve ona yol açan geçişleri analiz etmeye çalışmaktadır. Birçok çağdaş sosyal teorisyen, geç moderniteye, 20. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan tarihsel çağ üzerine odaklanmakta ve özelliklerini karakterize etmeye çalışmaktadır. Böylece refleksif modernite teorileri (Beck, 1992: 260; Giddens, 1994: 78; Lash and Urry, 1994: 252-277) “risk toplumu” (Beck, 1992: 260), “post-endüstriyel toplum” (Bell, 1976: 6), “bilgi çağı” ve (Castells, 1996: 28-77; Schiller, 1981: 1-187), “küresel çağ” dır (Albrow, 1996: 1-256). Bu teorilere benzer olarak, post modernite teorileri bulunmakta ve moderniteyi bırakmış olduğumuzu ve kısa bir süre önce yeni postmodern bir döneme girdiğimizi (Jameson, 1991: 1-443; Harvey, 1989: 39-66) ileri sürmektedir.

Modernite insana ve topluma genel baktığı için önemlidir. Bu bakış açısı modernitenin sınıf ve kimliğe bakışının anlaşılmasıdır. Ayrıca modernite gelenekle arasına mesafe koymasından dolayı edinilmiş toplumsal rolleri benimsemektedir. Bu durum tarihsel olarak geçmiş ile bugünün karşılaştırılıp, geçmişin önemsizleştirildiğiyle de anlaşılmaktadır (Kanık, 2012: 86).Modernite günümüzde günlük hayatın içine girmiş ve günlük yaşam moderniteden etkilenmiştir. Fakat modernite kültürü hayatın akılcı, rasyonel bir davranışın manevi temeliyle tamamen uyuşmamaktadır (Habermas, 1983: 7). Modernite kültürel epistemolojik yaklaşımdır, Hegel, Nietzsche ve Heidegger olmak üzere kültürel tarih ve kültür çalışmaları yapan savunucular modern toplumların kilit yapısal özelliklerini ve geleneksel geçişten modern topluma geçişlerini teorik olarak ortaya koymaktadır.

Bu tez çalışmasında modernite konusu gastronomiyle ilişkilendirilmiştir. Ayrıca modernitenin tanımı ve türleriışlenmiş ve modernitenin modern mutfaktaki yeri ve önemine değinilmiştir. Aynı zamanda geleneksel Türk mutfağı yemeklerinin modern çağda yapılış tarzı ve sunum şeklindeki değişiklikler incelenmiştir. Dolayısıyla modernitenin sınırları belirlenmiş ve yapılacak yemekler modern çağ yemeklerine benzetilmiştir. Bu yemekler modernitenin özellikleri, kurumsal, kültürel veya epistemolojik boyutlarıyladuyusal analiz çalışması yapılmıştır.

### 2.3. Modern Mutfak

Modern mutfak ideal insan üzerinden hareket ederek insanı ve kültürel etmenleri dışarıda bırakıp ideal ihtiyaçlara yanıt vermektedir. Modern mutfak insanlara ait sosyal ihtiyaçlar ve kültürel verileri eleştirmiş ve bu eleştiriler ile restoranların algılanma süreçleri, kültürel etmenler, çevre ve davranış şekilleri bireyin bakış açısını şekillendirmiştir. Modern mutfak alanları bireylerin soyo-kültürel yapısını ve estetik algısını etkilemiştir. Modern mutfağın doğuşuyla “yemek yeme” olgusu basit karın doyurma eylemi olmaktan çıkmıştır. Modern mutfak kendi düzenini ve kurallarını belirlemiştir. Aynı zamanda modern mutfağın niteliği önemli olmuştur. Yemeklerde zevk ve tat sınıfsal kodlarla kendi estetiğini oluşturmuştur (Wood, 1995: 20).

Geçmişten günümüze kadar tarih, kültür, gelenek ve cinsiyet mutfak kültürünü zenginleştirmiştir. Dolayısıyla geleneksel mutfak şekillenerek modern kimliğe bürünmüştür. Türk mutfağında ideal olanın reddedilmesi modern mutfağın çıkmasına neden olmuştur. Modern mutfağın televizyonda, festivallerde, dergilerde ve gazetelerde önemli rolü vardır. Çünkü modern dönemde küreselleşen yemek kültürünü geniş kitlelere pazarlamaktadır. “Modern” kelimesinin öznesi parçalanmaktır (Kanık, 2012: 94). Deleuze ve Guattari’ye göre değişken ve belli istikrarı olmayan yeni özneleri vardır. Yeni özneler tüketici kültürünün parçası olan küresel tüketicilerdir. Böylece modern mutfak piyasa kimliğinin inşa edilmesinde tüketicilere malzeme sunmaktadır. Bu alanlar günlük hayatı şekillendirmekte; yeme mekânlarını ve yeme biçimlerini değiştirmektedir.

Modern mutfak modern tüketiciyi doğurmuştur. Modern tüketici kendini haz almak zorunda hissetmektedir. Haz almak ve tatmin duygusu toplumun içeriğini oluşturmaktadır. Dolayısıyla tüketici haz alacağı modern mutfak işletmelerinin de parçasıdır. Çünkü hayat tarzı ne yiyileceğini tasvir etmektedir. Yemekler estetikleştirilmekte ve modalaştırılmaktadır; yani estetik yeni bakış açılarını desteklemektedir (Featherstone, 2005: 144). Modern dünyada modern mutfak tüketim kültürü içerisinde yerini almıştır. Yiyecek ve içecekler modernitede fazla üretilmekte ve beslenmeyi doğal yaşamdan uzaklaştırmaktadır. Daha sonra tekrar oluşturmaktadır. Bu durum satın alma isteğini harekete geçirmektedir. Dolayısıyla modern mutfak imajları kurgulayan büyükün malzemelerini sunmaktadır (Ritzer, 1996: 142).

Modern mutfak mekân ve yemeklerin tarzını belirlemektedir. Bu nedenle insanlar işletmelere gittiğinde mekân ve yemeklere anlam yüklemektedir. Çünkü modern mutfağın oluşturduğu tüketim ekonomik, sosyal ve kültürel olarak tüketeni içine çekmekte ve yabancılaştırmaktadır (Harvey, 1989: 123). Modern mutfak, yemeklerin nasıl görüldüğünü ve insanların nasıl beslendiğini belirlemektedir. Ayrıca modern mutfak tematik tüketimin konusudur. Böylece modern mutfak bedensel hazzın talep ettiği ve beslenmenin yarattığı hedef kitlenin duygu durumunu değiştirmektedir. Dolayısıyla modern mutfakta yemek unsuru küreselleşmekte ve tüketicilere endişesiz keşif vaat etmektedir (Shugart, 2008: 163). Modern mutfak; “modern mutfakta gıda maddeleri”, “modern mutfakta pişirme teknikleri”, “modern çağda restoranlar” ve “modern mutfakta ambalajlama” başlıkları altında toplanmaktadır.

### **2.3.1. Modern Mutfakta Gıda Maddeleri**

15. ve 16. yüzyılda Avrupalılar yeni ticaret yolları keşfetmiştir. Bunun sonucunda yeni gıdalarda keşfedilmiştir. Bu gıdalar günümüzde çok tüketilen kırmızı ve yeşilbiber, domates, mısır, kakao, patates gibi birçok yiyecektir. Dolayısıyla Amerika bu gıdaların ana vatanıdır. Orta ve Güney Amerika’da koloni kuran İspanyollar keşfettikleri Amerika kıtasında beslenme sisteminde önemli olan yeni besin maddeleriyle karşılaşmışlardır. Bu besin maddeleri mısır, domates, kırmızı-yeşilbiber, patates, fasulye ve kakaodur. Bu besinler 16. yüzyılda Asya ve Avrupa’ya ulaşmış ve zamanla çok tüketilen gıdalar arasına girmiştir. Taşınan bu gıdalar yeni topraklarla yeniden ekilmiş ve yeni yerlerde üretilmeye başlanmıştır.

Bitki değiş tokuşunun yanı sıra hayvan değiş tokuşu da olmuştur. Yeni dünyadan eski dünyaya gelen yenilebilir bitki ve hayvan değiş-tokuşu şöyle sıralanmaktadır.

- Meyveler: Böğürtlen, avakado, kızılıcık, yarfıstığı, papaya, kakao, ananas, pekan cevizi ve çilek.
- Sebzeler: Yeşil fasulye, fasulye, biber, barbunya, mısır, patates, sakız ve bal kabağı, manyok, yer elması, kinoa.
- Diğer: Tütün.
- Baharat: Yenibahar ve vanilya
- Hayvan: Hindi.

Eskiden kullanılan ve günümüze gelen yenilebilir bitki ve hayvan değiş-tokuşu şöyle sıralanmaktadır:

- Tahıllar: Arpa, buğday, darı, çavdar, yulaf, pirinç.
- Meyveler: Kayısı, elma, badem, turunçgiller, ceviz, kivi, muz, mango, karpuz, kavun, lahana, brokoli, Brüksel lahana, lahana, sarımsak, patlıcan, bamya, marul, bezelye, soğan, ışkın, nohut, soya fasulyesi, kereviz, ıspanak.
- Baharat ve otlar: Tarçın, karabiber, karanfil, fesleyen, kimyon, kişniş, kakule, zencefil, rezene, Hindistan cevizi, zencefil, kekik, hardal, zerdeçal, susam.
- Diğer: Çay ve kahve.
- Hayvan: Kaz, tavuk, sığır, tavşan, at, inek, koyun, manda, keçi, bal arısı, domuz.

15. yüzyılın sonunda Amerika'ya İspanyollar tarafından getirilen bu gıdalar üç kıtaya yayılmış ve benimsenmiştir. Orta ve Güney Amerika yerlilerinin en temel gıda tüketim maddesi mısır, 15. yüzyılda Avrupa'ya; 16. yüzyılda Uzak Doğu'ya getirilmiştir. 18. yüzyılda ise Balkanlara ulaşmış ve tekrar Avrupa'ya götürülmüştür. Fasulye 16. yüzyılda Avrupa'ya ulaşmıştır. Fasulyeden gelişen baklagiller ise nohut, bakla, mercimek ve börülcedir. Bu baklagiller 17. yüzyıldan itibaren Avrupa'da yaygınlaşmış, 19. yüzyılda ise Osmanlı mutfağında kullanılmaya başlanmıştır. Domates zehirli olarak anılmış daha sonra ise süs bitkisi olarak kullanılmıştır. Osmanlı mutfağında 18. yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. Domates ilk olarak yeşil daha sonraki yıllarda (19. yüzyılda) kırmızı domates olarak tariflerde yerini almıştır. Çikolatanın ham maddesi olan kakaoyu İspanyollar keşfetmiş, 16. yüzyılda Avrupa'ya yayılmıştır. İçecek olarak İspanya'da elit kişiler tarafından içilmiş, daha sonraki yıllarda çayın ve kahvenin Avrupa'ya gelmesiyle popülerliğini yitirmiştir. Osmanlı topraklarında ise kakao draje olarak tüketilmiş, içecek olarak tüketilmemiştir. Hindi 16. yüzyılda İspanya'ya gelmiş, tadı beğenildiğinden hızla yaygınlaşmıştır (Samancı, 2015: 121-123).

### **2.3.2. Modern Mutfakta Pişirme Teknikleri**

Modern mutfakta pişirme teknikleri iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar kuru pişirme tekniği ve sulu pişirme tekniğidir. Kuru pişirme tekniğinde ısı enerjisinin aktarımı sıcak hava, sıcak metal, ışıma ve sıcak yağdır. Sulu pişirme tekniğinde ise ısı enerjisinin aktarımı su veya buhardır (Dodgshun ve Peters, 2004).

Kuru pişirme tekniği kendi arasında ikiye ayrılmaktadır. Bunlar;

- Sıcak havada kullanılan kuru pişirme tekniği
  - Fırında kızartma
  - Izgarada pişirme
  - Fırında pişirme
  - Gratine etme
- Yağda kullanılan kuru pişirme tekniği
  - Bol yağda kızartma
  - Az yağda kızartmadır.

Sulu pişirme tekniği kendi arasında sekize ayrılmaktadır. Bunlar;

- Haşlama, kısmen haşlama ve ön haşlama
- Hafif ateşte kaynatma
- Kaynamayan sıcak suda pişirme
- Buharda pişirme
- Kendi suyunda pişirme
- Breze etme
- Fırında tencerede pişirme
- Glaze etmedir (Alsaffar ve Kalyoncu, 2015: 52).

Modern mutfakta kuru ve sulu pişirme tekniklerinin yanı sıra mikrodalga ile pişirme tekniği, düşük sıcaklıkta pişirme tekniği, sous vide yöntemi ile pişirme tekniği ve induksiyon yöntemi ile pişirme tekniği de vardır (Cracknell ve Kaufman, 1999).

### 2.3.3. Modern Çağda Restoranlar

Ev dışında yemek yenen yerlerin tarihi antik döneme dayanmaktadır. Daha sonraki dönemlerde Avrupa’da otel olarak hizmet veren meyhanelerde yemek de verilmekteydi (Işın, 2017: 378). Bu yerlerde yemekler şık sofralarda sunulmaktaydı (Moryson, 1908: 98). 18.yy’da Paris’te bazı kafelerin menülerinde hem içecek hem yiyecek mevcuttu (Ukers, 1922: 102). Restoran adı Fransızcadan gelmektedir. Anlamı ise “canlandırıcı”, “iyileştiren”dir. Restoran menülerinde önce çorba vardı. Daha sonraki dönemlerde çorba dışında yemekler de sunulmaya başlandı. Hatta Fransız döneminde işsiz kalan aşçılar

kendilerine restoran açmışlardır. Bu restoranların açılmasındaki amaç; insanların kendilerini asilin evinde yemek yiyormuş gibi hissettirmektir. Daha sonraki dönemlerde restoranlar Avrupa'nın diğer büyük şehirlerine de yayılmıştır (Flandrin ve Montanari, 1999: 436; Tannahill, 1988: 326).

Günümüzde yiyecek içecek sektörü büyük sektör haline gelmiş, restoranların sayısı ve kazançları artmıştır (Davis ve Lockwood, 1994). Modern çağda restoranlarda sunulan yiyecekler sadeleştirilmiştir. Mevsimlik yemeklerden oluşan, pişirmede besin ve mineral kaybının en az seviyede olduğu yemekler hazırlanmaya başlanmıştır (Korkmaz, 2010). Modern çağ restoranları ikinci dünya savaşından sonra gelişmiştir. Bu duruma fabrikaların, biroların ve okulların etkisi olmuş ve kurumsal beslenmenin önemi artmıştır. Ayrıca yol üstü tesislerde konaklamanın yanı sıra yemek yerlerine talepler artmıştır (Maviş, 2005).

Fast food akımı modern çağda başlamış ve lüks restoranlar kendilerini yenilemiştir. Fast food kısa sürede gelişmiş ve milyonlarca satış rakamlarına ulaşmıştır. Fastfood akımı Amerika yemek kültürünün bir parçası olmuştur. Fastfood restoranları yeni menüler oluşturmuş ve yeni şubeler kurulmuştur. Fastfood akımına karşı olarak slow food akımı başlamış ve slow food akımına uygun restoranlar kurulmuştur. Fastfood restoranları lüks olmayıp insanların yiyip kalkması için tasarlanmıştır. Fakat slowfood restoranları insanların göz zevkine daha çok hitap eder tarzda tasarlanmıştır. Türkiye'de restoran anlayışı kebabçı, köfteci, yahnici, tatlıcı olarak adlandırılmıştır. Yemeğin hazırlanışı tüketilişinin kuralları, sözleri, hareketleri ve sofrada konuşulacak konuları vardır (Artan, 2006).

#### **2.3.4. Modern Mutfakta Ambalajlama**

Ambalajlama, gıdanın üretiminden tüketimine kadar koruyan muhafaza işlemidir (Özçandır ve Yetim, 2010; Bayrakal, 2016: 43). Geçmişte depolama, kurutma ve tütüleme koruma yöntemleri kullanılsa da zamanla bu yöntemler yerini yeni ambalajlama yöntemlerine bırakmıştır (Sperber, 2009: 1).

Gıda ambalajlamasının amaçları vardır. Bunlar;

- Gıdayı oksijen, su buharı, ultraviyole ışıktan ve kimyasal-mikrobiyolojik kontaminasyondan korumaktır (Pereira de Abreu vd., 2011).
- Raf ömrünü uzatmaktır.
- Korumak, muhafaza etmek ve bütünlük sağlamaktır.
- Ürünün tanıtımı, satışı, marka bilgileri, kampanya bilgileri, kullanım bilgileri gibi içermektedir (Coles, 2003: 9; Robertson, 2012: 2).

Ambalajlama tekniğinde modern metodlar tüketiciye ürünü tanıma, damgalama veya etiketler aracılığıyla verebilmektedir (Robertson, 2012: 4). Dolayısıyla günümüzde modern ambalajlama teknikleri şunlardır;

*Map tekniği;* Et ürününün belirlenen formülde hava ile doldurulması ile raf ömrünün uzatılması ve kalitesinin artırılmasıdır (Kerry vd., 2006). Map tekniğinin amacı; taze ürünlerin tazeliğini korumak ve etlerin biyokimyasal aktivitelerini kontrol etmektir (Quintavalla ve Vicini, 2002).

*Aktif ve akıllı ambalajlama tekniği;* İşlenmiş gıdaların raf ömrünü artırıp tazeliğini korumak ve yüksek kaliteli ürünler sunmaktır (Pereira de Abreu vd., 2011). Akıllı ambalajlar gıdanın durumunun izlenmesine imkân sağlamakta ve depolama sırasında farklı faktörler hakkında bilgi vermektedir (Bayrakal, 2016: 48). Ayrıca akıllı ambalajlama tekniği patojen ve tazelik indikatörleri sayesinde uçucu veya uçucu olmayan metabolitlerin tespiti ve sayımı ile gıdaların güvenliğini tespit etmektedir (Ahvenainen, 2003: 11).

Aktif ambalajlama sistemi 9'a ayrılmaktadır. Bunlar;

- Oksijen tutucular
- Karbondioksit tutucular ve yayıcılar
- Nem tutucular
- Antimikrobiyal sistemler
- Etilen tutucular
- Etanol yayıcılar
- Koku ve tat absorbe edici
- Yenilenebilir film sistemleri
- Antioksidan ambalajlamadır.



*Sensör ambalajlama sistemleri*; Map ve vakum paketleme sistemlerinde kullanılmakta ve güvenlik, kalite ve izlenebilirlik açısından sensör teknolojisinin kullanımını artırmaktadır (Kerry vd., 2006).

*RFID*; Elektronik bilgi vererek çalışmakta ve konteyner veya paletlere takılı etiketler ile kullanıcıya direkt bilgi aktarımı yapmaktadır. Bu etiketler antene takılı mikroçip alettir (Vanderroosta vd., 2014).

## **2.4. Modern Mutfakın Doğuşuyla Ortaya Çıkan Mutfak Akımları**

Modern mutfakın doğuşuyla çeşitli akımlar ortaya çıkmıştır. Bunlar; Hazır Yemek (fast food), diyet mutfakı, Yavaş Gıda (slowfood), moleküler gastronomi, Haute Cuisine, Nouvelle Cuisine ve Grand Cuisine'dir.

### **2.4.1. Hazır Yemek (Fastfood)**

Fastfood Amerikan deneyimi veya Amerikan yaşamının tadı olarak ifade edilmektedir (Lee ve Ulgado, 1997). İnsanlar tarafından "hizmet şekli", "servis hızı", "yemek yeme yöntemi" olarak tanımlanmaktadır (Hornsy ve Dann, 1984). Ayrıca pahalı olmayan restoranların sınırlı sayıda ürünlerin hızlı şekilde pişirildiği ve servis edildiği yerlerdir (Merdol, 1998: 98). Fastfood kısa sürede hazırlanan ve hızlı şekilde servis edilen yiyeceklerdir (Kaya, 2011: 16). Fastfood yiyecek ve içecek işletmelerinde tezgâhlarda satılan her şeydir (Yönet, 1997: 48). Önceden ısıtılmış ya da pişirilmiş malzemelerle hazırlanan ve tüketicilere servis edilen yiyeceklerdir. Başka bir tanıma göre fastfood, oturmak için yeri olan veya olmayan ticari işletmelerin yemeğe hazır olarak sunulan yiyeceklerdir (Özçelik vd., 2007).

Fastfood türü yiyeceklerin fiyatı ve dayanıklılık süresi düşüktür (Tayfun ve Uygur, 2008). Yani makul fiyatlarla satılmakta ve esnek fiyat sunulmaktadır (Liu ve Chen, 2000). Ayrıca fastfood türü yiyecekler "parmak ürün" olarak adlandırılmakta ve çatal-bıçak kullanılmadan yenilmektedir (Ritzer, 1996: 41). Fastfood ürünlerinin hazırlanması 3-10 dakika arasındadır. Öncelikle sipariş alınmakta ve 3-10 dakika arasında alınan sipariş hazırlanmaktadır (Yaman, 2007: 1).

Fastfoodun genel özellikleri şunlardır:

- Üretilmesi ve servisi 3-10 dakika arasındadır.
- Ucuzdur.
- Ambalajı tek kullanımlıktır.
- Paketlenmekte ve eve götürülebilmektedir. Dolayısıyla fastfood işletmeleri fastfood ürünlerini paketletip eve gönderdiği için sınırlı oturma imkanı sunmaktadır (Scanlon, 1992: 5).
- Elle tutularak yenmektedir.
- Hemen tüketilmesi gereken yiyeceklerdir. Şayet fastfood ürünleri hemen tüketilmezse rengi, kokusu ve tadı çabuk bozulmaktadır (Price, 1997; Özleyen, 2005: 11).

#### 2.4.2. Diyet Mutfağı

TDK (2017)'e göre diyet mutfağı, sağlığı korumak ve düzeltmek amacıyla uygulanan beslenme düzeni, perhiz, rejimdir. Değişen yaşam şartları insanların beslenme alışkanlıklarını ve hayat şartlarını değiştirmiştir. Bunun sonucunda oluşan hızlı yemek kültürü, hareketsiz yaşam ile birleşmiş ve insanların sağlığını tehdit etmeye başlamıştır. Gıdalar ve meyve-sebzeler tüm mevsimde üretilmiştir. Ayrıca ürünlerin raf ömrü uzamış, yarı-tam işlenmiş gıda ürünleri ortaya çıkmıştır.

Diyet mutfağı sonucunda; vejetaryen, vegan, ovo vejetaryen, lacto vejetaryen, lacto-ovo vejetaryen, pasco vejetaryen ve pollo vejetaryen kavramlar ortaya çıkmıştır. *Vejetaryen*, hayvansal besin tüketmeyen, bitki ya da taze besin tüketen kişilerdir (Ongan ve Ersoy, 2011). *Vegan*, hayvanların gıda, giyim veya farklı amaçlara maruz kaldıkları sömüründen kaçınan ve insanların, hayvanların ve çevrenin yararını düşünerek hayvansal gıdalar dışındaki besinleri tüketen kişilerdir (Türkmen, 2015). Bununla birlikte veganlar hayvansal yağ içeren sabuk, süt içeren çikolata, kek, pasta ürünlerini kullanmazlar (Karabudak, 2008: 7; Kınıkoğlu, 2015: 17). Dolayısıyla veganlık yalnızca beslenme şekli değildir, aynı zamanda yaşam tarzı ve hayat görüşüdür.

*Ovo vejetaryen*, kırmızı et, kümes hayvanları, balık ve süt tüketmeyip, yumurta tüketen kişilerdir (Dündar, 2015: 176). *Lacto vejetaryen*, balık, kırmızı et, kümes

hayvanları ve yumurta tüketmeyen, süt tüketen kişilerdir. *Ovo-Lactovejetaryen*, bütün hayvansal besinleri tüketmeyen, yalnızca süt, süt ürünleri ve yumurta tüketen kişilerdir (Ongan ve Ersoy, 2011). *Pasco vejetaryen*, et ve tavuk yemeyen, balık ve diğer deniz canlılarını tüketen kişilerdir (Tunçay Son ve Bulut, 2016). *Pollo vejetaryen*, kırmızı et, balık, süt ürünleri tüketmeyen, kümes hayvanları tüketen kişilerdir.

### 2.4.3. Yavaş Gıda (Slowfood)

Yavaş hareket, sürdürülebilir şehirler hareketi ve benzer bağlantılı sürdürülebilirlik bağlantılarına paralel gelişen bir olgudur (Newman ve Jennings, 2008: 195). Yavaş hareket aynı zamanda hız ve küresel piyasalara tepki olarak bir meydan okumadır ve özellikle yavaş yemek (slowfood), yavaş şehirler ve yavaş trafik hareketi olan üç konu üzerinde yoğunlaşmıştır (Erden, 2015: 44). Yeme içme kültürü tarihin her evresinde önemli olmuş, 12 bin yıl önce insanların öncelikli amacı yaşamlarını devam ettirebilmek için besin bulmaya ve beslenmeye dayanmıştır (Grefe, 1994: 148; Acar, 2014: 9). Slowfood, 1986 yılında İtalyan gazeteci Carlo Petrini'nin Roma'da açılan McDonalds'ı protesto etmesiyle başlamıştır. Sonraki yıllarda merkez ülke olan İtalya, Asya, Amerika ve Avustralya'ya kadar 150 ülkeyi içermiş, milyonlarca üyeye sahip olmuştur (Aydemir ve Özdemir, 2014).

Slowfood üreticilerin ve insanların korunması ve daha sağlıklı ve temiz bir şekilde gıdaya ulaşmayı hedefleyen ve bu yönde faaliyet gösteren akımdır (Aytimur, 2015: 19). Genel bir tanımla ifade etmek gerekirse, Slowfood, ekolojik farkındalığa sahip yeme-içme alışkanlıklarıyla tüketimin etik ve sosyal boyutlarının vurgulanması ve yeni tüketici türün ortaya çıkmasıdır (Horner Bracket, 2011: 26).Günümüzde Slowfood Hareketi'nin 100.000'den fazla üyesi, 1.300 yerel şubesi bulunmaktadır. Gastronomi genetiği ile oynanmamış gıdaların üretiminin teşvik edilmesi için Slow Food'un misyon anlayışları vardır. Bunlar:

- Her bireyin yerel kültürünün parçası olması ve insan duyularını tatmin etmesi için iyi, taze ve lezzetli mevsimsel ürünlerle beslenmesi,
- Doğaya, çevreye, hayvan ve insan sağlığına zarar vermeyen temiz gıdanın üretilmesi ve tüketilmesi,

- Küçük ya da yerel üreticilerin desteklenmesi, uygun koşul ve ücretlerle ürünlerin üretilip satılması ve iyi, temiz olarak üretilen bu ürünlerin tüketicilere uygun fiyatlarla sunulması,
- Yiyeceklerin çeşitli yer ve niteliklerini tanımak, mevsimlerin ve konviviümün ritimlerine saygı duymak için, yiyeceklerin zevkine ve vurgulamaya ve farklı yemek tariflerinin nasıl yapıldığına karar vermesi,
- Zayıf kaliteye, gıda sahtekârlığına ve yemeklerin standardizasyonuna karşı bir savunma olarak tat eğitimi sürdürmesi,
- Yerel mutfakların, geleneksel üretim sistemlerinin ve yok olma tehlikesi altındaki sebze ve hayvan türlerinin korunması,
- Daha az yoğun ve daha temiz olan yeni bir tarım modelinin sürdürülmesi,
- Biyoçeşitliliği ve halkın gıda egemenliği hakkını savunmaktır (Karataş ve Karabağ, 2013; Aytimur, 2015: 18; Simonetti, 2012).

Slowfood, yerel biyoçeşitliliğinin korumak için; tohum bankası oluşturmak, iyi beslenmeye dikkat çekmek, fastfoodun zararlarından bahsetmek, tat eğilimine teşvik etmek, organik çiftçiliğe kamuoyu oluşturmak, gıda ürünlerinin genetiğini bozmamak için çalışmalar yapmak gibi amaçlarla temiz ve sağlıklı gıda prensibi oluşturarak endüstriyel gıdalara karşı mücadele etmektedir (Dündar, 2015: 178). Slowfood akımının ilkeleri ise şunlardır:

- Gıda üretimi-tüketimi arasındaki dengeyi kurar.
- Yerel üretime destek sağlar.
- Doğal ürün zenginlikleri yeniden kazanılır.
- Dengeli beslenme konusu gelişir (Sezgin ve Ünüvar, 2011: 117; Özmen vd., 2016).

#### **2.4.4. Moleküler Gastronomi**

Moleküler gastronominin ilk tanımını 1758-1826 yıllarında yaşamış olan Brillat-Savarin yapmış ve moleküler gastronomiyi “insan beslenmesinin sistematik incelenmesi” şeklinde tanımlamıştır (Kemer, 2011: 6). Diğer bir tanıma göre moleküler gastronomi son dönemde yemek pişirmeye ilginin artması ve gıdaların doğal olmasını isteme sonucu kimyasal ve fiziksel ilkeleri anlama isteğidir (Cömert ve Çavuş, 2016). Dolayısıyla moleküler

gastronomi yeni ürünlere farklı pişirme ve sunma teknikleri uygulama arayışı içindedir (Santich, 2004).

Batu (2017)'e göre moleküler gastronomi terimi "pişirmenin çeşitli aşamalarında yiyecek ve içecek üretiminde kullanılan malzemelerde ve bu malzemelerden üretilmiş nihai üründe oluşan fiziksel, kimyasal, biyolojik ve biyokimyasal değişimleri ve bu değişimlere yol açan fiziksel ve kimyasal reaksiyonların oluşumuna neden olan sebeplerdir" (Batu, 2017). Başka bir tanıma göre moleküler gastronomi pişirme sırasında ortaya çıkan mekanizmaları bilimsel açıdan anlamaktır (Vega ve Ubbink, 2008: 373).

Moleküler gastronomi yeni yemekler bulmak ve gıda hazırlama sürecini anlamak için kullanılacak bilgileri sağlayan bilimsel yaklaşımdır (Linden vd., 2008). Diğer bir tanımda moleküler gastronomi yiyecek-içecekler fiziko-kimyasal ve biyokimyasal proseslerden geçirilerek farklı tat ve şekillerde hazırlanıp sunulmasıdır (This, 2011). Bu kavram elde edilen lezzetlerin nasıl maksimize edilir ve nasıl yepyeni lezzetler yaratabilir konularını incelemektedir (Özel ve Durlu-Özkaya, 2016).

Moleküler gastronomi fizik, kimya, biyoloji, fizyoloji ve psikoloji dallarıyla disiplinlerarasıdır (Guine vd., 2012). Ayrıca moleküler gastronomiyle yiyecekler orijinal formlarından çıkarılmış ve yiyeceklere yeni formlar kazandırılmıştır (Durlu-Özkaya vd., 2018: 3). Bu yaklaşım tüketicilerin duyuları yanıltılmış ve hayal güçleri zorlanmıştır. Yemek yerken neyle karşılaşacağını bilmeyen tüketici için yemek yemek heyecan haline gelmiştir (Özdoğan, 2014: 214). Bununla birlikte beklediğinin üstünde menülerle karşılaşan tüketicinin talepleri şeflerin yeni menüler yaratma isteğini ortaya çıkarmış ve moleküler gastronomi oluşmuştur. Bu durumda aşçılar kendilerine özgü tarifler geliştirmişlerdir (Deroy vd., 2014: 4).

17. yüzyılda gıda özelliklerini anlamak için Lavoisier tarafından ilk kez bilimsel yöntem kullanılmıştır. Daha sonrasında Brillat-Savarin'in monografisi "Lezzet Fizyolojisi" tarafından gerçekleştirilmiştir (Yılmaz ve Bilici, 2013: 21; Özel ve Durlu-Özkaya, 2016). 1990 yılında Kurti ve Herve This bir araya gelmiş ve moleküler gastronomi alanında çalışmalar yapmışlardır. İlk olarak moleküler gastronominin farklı görüşlerinin bir arada bulunduğu Sicilya Erice Majorana Merkezi'nde bir dizi çalıştay düzenlemişlerdir (Pedersen vd., 2006: 611). Çalıştayın ardından mutfak adetleri olarak adlandırılan atasözleri,

deyimler ve koca karı tariflerini araştırmış ve mutfak reçetelerinin üç bölümden oluştuğunu gözlemlenmiştir (This, 2011: 140).

Moleküler gastronomi, gastronominin yeni yönü çoğunlukla pişirme biliminin uygulanması fikrinden yola çıkılarak başlatılmıştır (Ivanovic vd., 2011). Moleküler gastronominin teknik uygulaması, ilk kez 1994 yılında önerilmiş olan “Note-by-Note cooking” olup; et, balık, sebze veya meyveleri yemek yapmak için kullanılmamış, saf veya karışık bileşikler kullanılmıştır (Burke vd., 2016).Günümüzde moleküler gastronomi popülerdir ve popüler oluşu elit mutfaklarda heyecan verici gelişme olarak değerlendirilmektedir (Mielby ve Frost, 2010; Vega ve Ubbink, 2008).

Moleküler gastronomide amaç yiyecekleri esas formlarından çıkararak yeni tekniklerle yeni formlara kavuşturmadır (Sezgi ve Durlu Özkaya, 2016). Dolayısıyla tüketicilerin hayal güçleri zorlanmaya başlanmış ve tüketiciler için yemek yemek maceraya dönüşmüştür (Ruiz vd., 2013). Ayrıca tüketicilerin talepleri aşçıları yeni yemekler üretmeye itmiş ve bu durum moleküler gastronominin canlı kalmasını sağlamıştır (Deroy vd., 2014). Moleküler gastronominin bir diğer amacı, şeflerin ve lokantacıların duyuşal özelliklere sahip tüketicilere yüksek kaliteli gıdalar oluşturmak ve memnuniyet sağlamaktır (Linden vd., 2008). Dolayısıyla moleküler gastronomide bilim adamı için “mutfak aydınlatması”, şef için “yaratıcılık”, gurmeler için “gastronomi eğitimi” amaçlanmıştır (Solier, 2010).

Moleküler gastronomi fizik-kimya bilimleriyle mutfak uygulamalarını birleştiren yenilikçi gastronomi yaklaşımıdır (Durlu-Özkaya, 2018: 17). Dolayısıyla moleküler gastronominin önemli özelliği modern teknolojiyi kullanarak malzemelerin moleküler yapılarıyla oynamak ve bir araya getirilmesi düşünölmeyecek malzemeleri birlikte sunmaktır (Barham, 2013: 3; Traynor, 2013: 3). Moleküler gastronominin bir diğer özelliği ise şefler ve bilim adamlarının ortak çalışmasıyla bilimsel lezzeti yaratmalarıdır (Durlu-Özkaya vd., 2018: 17). Çünkü şefler yemek tarifi metotları, bilim adamları ise bilimsel araştırma metotları geliştirmektedirler (Traynor, 2013: 3).

Moleküler gastronomide lezzet konusuyla ilgilenilmektedir. Örneğin adaçayının lezzetiyle ilgilenilmekte, sağlığı etkisi üzerinde durulmamaktadır (Blumenthal, 2005: 10; Durlu-Özkaya vd., 2018: 18).Fakat bazı bilim adamlarına göre moleküler gastronomi gıda

kimyası, gıda bilimi ve gıda işleme teknolojisi gibi bilim dallarına dayanmaktadır (Moritsen ve Risbo, 2013). Hatta yapılan bilimsel çalışmada moleküler gastronomide bazı gıdaların tadını kötü, bazılarının sıradan ve bazılarının lezzetli olduğu araştırılmıştır. Bu araştırma sonunda gastronominin ve moleküler gastronominin ayrımını yapmışlardır (Durlu-Özkaya vd., 2018: 19).

Moleküler gastronomide jelleştirme, kapsülleştirme, köpükleştirme, soğuk pişirme, sous-vide pişirme, tat ve koku transferi, tozlaştırma ve tütsüleme teknikleri kullanılmaktadır. Ayrıca moleküler gastronomide jelleştirme, köpükleştirme, tat ve koku transferi, soğuk pişirme ve tozlaştırma tekniği ve kapsülleştirme katkı maddeleri kullanılmaktadır. Jelleştirme tekniğinde kullanılan katkı maddeleri; agar agar, metil selüloz ve jelatindir. Köpükleştirme tekniğinde kullanılan katkı maddeleri; aıstant, CO<sub>2</sub> kapsülü, kranstant, spuma ve soya lesitimidir. Tat ve koku transferi tekniğinde kullanılan katkı maddeleri doğal aromalı gıdalardır. Soğuk pişirme ve tozlaştırma tekniğinde kullanılan katkı maddeleri sıvı azot ve maltodekstrindir. Kapsülleştirme tekniğinde kullanılan katkı maddeleri; sodyum alginat ve kalsiyum laktattır (Durlu- Özkaya vd., 2018: 53-79).

#### **2.4.5. Gıda Eşleşmesi (Food Pairing)**

Food pairing, benzer lezzet yapısına sahip malzemelerin bir tarifte birleştirme fikridir (Jain vd., 2015a). Food pairing tanımı, daha çok paylaşılmış lezzet verici bileşenlerin farklı gıdaların sergilediği yaygın hipotezine dayanmaktadır. Paylaşılan lezzet verici bileşenler aynı zamanda ilgili ana duyuşsal bileşenleri, diğer bir deyişle anahtar lezzetleri oluşturduğunda etki daha güçlüdür. Lezzet kombinasyonunun (duyuşsal) deneyimi bireysel bileşenlerin toplamından daha büyük olduğunda, başka bir deyişle sinerjistik bir etkiye sahip olduğunda başarılı gıda eşleştirmesi görümlenebilmektedir (<https://www.dlg.org>, 2018: 2).

Food pairingin kelime anlamı ise “gıda eşleştirme”dir. “Lezzet eşleştirmesi” ile kıyaslandığında, gıda eşleştirme yaklaşımı, doğada çok yönlüdür. Gıda eşleştirme kavramı, kombinasyon için temel olarak sadece temel lezzetleri değil, aynı zamanda tadı, doku ve ağız hissi ve ayrıca trigeminal olarak aktif etkilerini içermektedir (<https://www.dlg.org>, 2018:2). Food pairing yeni bileşen kombinasyonlarını araştırmak için kullanılmıştır. Örneğin, beyaz çikolata ve havyarı birleştiren bazı çağdaş restoranlarda, trimetilamin ve

diğer aroma bileşenlerini veya en az farklı tada sahip çikolata ve mavi peynirleri paylaştıklarında ortaya çıkmıştır (Ahn vd., 2011).

Geçtiğimiz on yıl boyunca bazı şefler ve gıda bilimcileri arasında dikkat çeken bir hipotez, aroma bileşenlerini paylaşan içeriklerin, birlikte olmayan malzemelere kıyasla daha iyi bir tada sahip olduğunu belirtmektedir (<http://www.foodpairing.com>). Bilim adamları bu metotla gıda maddeleri ve etkileşimleri hakkında fazla bilgi edinerek gıdaların kimyasal yapısını incelemiştir. 1992 yılında Fat Duck restoranının ünlü şefi Heston Blumenthal tarafından keşfedilen food pairing gıda biliminde önemli nicel araştırmalardan biridir. 1992'den bu yana gittikçe artan ilgiyi gösteren bu food pairing bilimsel çalışmada birçok ortak lezzet bileşimini paylaşan yemeğin birlikte lezzetli olduğunu iddia etmektedir (Tallab ve Alrazgan, 2016) ve çalışmasını pozitif gıda eşleştirmesi olarak isimlendirilmiştir (Blumenthal, 2008). Bununla birlikte farklı ülkelerdeki araştırmacılar, food pairingi kendi mutfağı ile ilgili olarak araştırmışlardır. Ahn ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmalar, Kuzey Amerika, Latin Amerika ve Güney Avrupa tariflerinin, Kuzey Kore mutfağı ve Doğu Avrupa mutfakları gibi bazılarının olmadığı yerlerde bu food pairing modelini izlediğini ortaya koymuştur (Ahnert, 2013; Ahn vd., 2011). Ayrıca Hint mutfağında yapılan food pairing çalışması, yemek tariflerinde güçlü bir negatif food pairing modelini ortaya çıkarmıştır (Jain vd., 2015b).

#### **2.4.6. Yüksek Mutfak (Haute Cuisine)**

Haute cuisine, seçkin gurme restoranlarda faaliyet gösteren ve organizasyonlar tarafından hazırlanan alandır (Fauchart and Von, 2008). Bu alanlar; restoranların kendileri, şefleri, çalışanları ve müşterileri, gastronomik eleştirmenler ve gazeteciler, uzman dergiler, tedarikçiler ve müteahhitler, bazı pişirme okulları ve en önemlisi rehber kitaplardır (Rao vd., 2003). Zamanla haute cuisine, özel evlerden halka açık lokantalara geçmiş, ziyafet gösterisi daha samimi bir karşılaşma ile değiştirilip ziyafetlerin savurganlığı ekonomiye yön vermiştir (Ferguson, 1998). Günümüzde kurumsallaşan ve uluslararasılaşan haute cuisine; beklentileri ve kuralları ile dünya çapında seçkin şefler tarafından kullanılmaktadır (Gomez and Bouty, 2011; Stejenova vd., 2007).

Tarihsel olarak, haute cuisine, trend belirleme ve yüksek kalite standartlarını işaret etmiş ve bu nedenle bir bütün olarak restoran endüstrisinin imajı üzerinde önemli rol oynamıştır



(Stierand, 2013: 50; Surler ve Johnson, 2005). Bu nedenle, haute cuisine restoranlarının yaratıcı ve yenilikçi olması beklenmektedir (Balazs, 2001; Fine, 1992; Svejnova vd., 2007). Ancak, bu tür restoranların sistematik incelemeleri çok azdır (Lena, 2010). Dolayısıyla sektördeki yaratıcılık ve yenilikçiliğin akademik anlayışı kendi deneyimlerinin anahtarları hakkında sınırlı tecrübeye sahiptir (Ottenbacher ve Gnoth, 2005).

Haute cuisine restoranları, şeflerin sosyal yaşamlarındaki kimliğini oluşturan normatif, düzenleyici ve kültürel bilişsel boyutlarıyla tanımlanmaktadır (Scott, 2001). Bu restoranlarda kullanılan pişirme teknikleri, daha geniş dünyanın yargılama yetkisine dayanan rutin ve eserlerle değil; usta ve çırak arasındaki ilişkilerden oluşan bir sembolik sistem oluşturmuştur. Üstatların kurumsal yetki alanı, otoritenin nasıl oluşturulduğu, kabul edildiği, yaygınlaştırıldığı ve uyarıldığı konusunda doğrudan etkilere sahiptir ve bu nedenle, usta-çırak ilişkisi, yenilik gibi, yalnızca uygunluk ve uzlaşmaya değil aynı zamanda çatışma ve değişime dayalıdır (Scott, 2004).

Hem kaliteli malzemelerle hem de mutfak sanatıyla ilgili yüksek profile sahip olan haute cuisine restoranları oldukça riskli işletmelerdir, ancak yüksek getiri potansiyeline sahiptir. Üstün şeflerin yenilikler yaratabileceği yaratıcı oyun alanlarını finanse etmek için yüksek kazançlar elde edilmelidir. Birçok seçkin şef kendi tesisine sahiptir ve yatırımcılara restoranları işletenlerin yetkilerini tek yetkili kılmaktadır, ancak her iki durumda da bu, iş dünyasının ve işletmenin “yaratıcı sürekliliği” anlamına gelmektedir (Balazs, 2002). Stierand ve Lynch (2008) haute cuisine şeflerini “mutfak hizmetlerinde yenilikçi lider” olarak tanımlamaktadır. Yenilik, seçkin şefin sanatsal özlemlerine dayanan temel yaratıcılıktır. Yenilikçiliğin yayılım yönü, geniş bir gastronomik dünyanın geleneğinden etkilenen, öğrenme ve ağ oluşturma sürecindeki bu alanda, benimseme ve yayma boyutlarına dayanmaktadır (Stierand and Lynch, 2008).

Bazı bilim adamları haute cuisine şeflerini “şovmen” olarak nitelendirirken, günümüzde bu terim çok belirsiz ve entelektüel açıdan tehlikelidir (Jones, 2005). Haute cuisine şefleri, sadece mutfak sanatçısı değil, aynı zamanda ustalık becerilerine sahip olağanüstü mutfak ustalarıdır (Stierand and Lynch, 2008). Bu şefler ile öğrencileri arasında olağanüstü performansı teşvik eden mükemmeliyet kültürü yaratma becerileri vardır (Zaleznik, 1977: 47). Başka bir deyişle, bu şefler, gastronomik geleneğini etkileyen mutfak yenilikleri yaratmak için kullandıkları bilgi yoluyla öğrencilerinin düşünce ve taahhütlerine ilham

veren liderlerdir (Kets de Vries, 2001).Sonuç olarak bu şefler, mutfak hikâyesinde ayak izlerini bırakan mutfak ustalarıdır (Weber-Lamberdiere, 2007).

Fransa’da 1820 yılında restoran sayısı 3000’i geçmiştir (Ferguson, 1998). Bu yıllarda yemek ve restoran eleştirirnenliğinin doğması önemli gelişmedir. Restoranların ve eleştirirnenlerin doğuşu önceleri soyluları ardından yetenekli ve başarılı şefler olmuştur. Dolayısıyla şeflerin yeniliğe ve mükemmelliğe ulaşma çabaları artmıştır. Bu sayede şeflerin rekabet alanı ortaya çıkmıştır (Aksoy ve Üner, 2016). Aristokrat sınıfı zevk, yaşam tarzına uygun, abartılı sunular, yüksek maliyetli yemekler yedi. Aristokrat sınıfın ortadan kaldırılması şeflerin kendi restoranlarını kurmasına sebep olmuştur (Durand vd., 2007). Bu durum grande cuisinin doğmasına sebep olmuş ve restoranlar halka açılmıştır (Ferguson, 1998; Clark, 1975).

19. yüzyılda restorancılık iyice ilerlemiş ve restoran çeşitliliği ortaya çıkmıştır. Antonie Careme sayesinde Grande Cuisine Fransa’da üst sınıfa hizmet vermeye başlamıştır Hazırlanan yemekler; karışık, zengin ve özenilerek hazırlanmıştır. Careme mimardır; ancak aşçılık yapmaya başlamış ve zamanla soyluların aranan aşçısı olmuştur. Mutfakta soğuk mutfak ve pastanelere yönelmiştir. Careme, Grande Cuisine’i mutfak sanatında üst seviyeye çıkarmış; “Le Maitre d’Hotel” kitabını yayımlayarak Avrupa’nın çeşitli kentlerinde yapılan yemeklerin reçetelerini yazmıştır. Daha sonra süsleme sanatı hakkında kitaplar yazmış, aşçı kıyafetlerinin düzenlenmesini sağlamıştır. Karışık sosları sıralamış, tabak prezantasyonunda “garnitür” ve “ana yemek” uygulamalarını geliştirmiştir. Ayrıca çorbalara ve konsomelere önem vermiştir.

Careme ve öğrencileri “mükemmel” terimini mufakta uygulamıştır. Daha sonra Escoffier, yeekleri servis edilme sırasına göre listemiştir. Böylece modern menüleri ilk tasarlayan kişi olmuştur. Escoffier sosları “yemeğin tadını açığa çıkarma”sı gerektiğini vurgulayarak sosları beşe ayırmıştır. Bu soslar “beşamel”, “espanyol”, “hollandez”, “veloute”, “domates”tir (Beauge, 2012). Escoffier, Careme’nin izinden gitmiş; sade ve zarif yemekler geliştirmiştir. Ayrıca mutfağı bölümlere ayırmış ve iş bölümü ve uzmanlaşmayı sağlamıştır. Dolayısıyla mutfak çalışanları arasında hiyerarşı oluşturulmuştur. Bu sayede verimlilik artmış; zaman, iş gücü ve malzeme israfı azalmıştır (Ganter, 2004). Sonuç olarak; bu dönemde köklü ve önemli değişiklikler hayata geçirilmiş ve sistematik ve bilimsel bakış açısı mutfağa yansımıştır (Durand vd., 2007).

### 2.4.7. Yeni Mutfak (Nouvelle Cuisine)

1970’li yıllarda Fransız şefler Henri Gault ve Christian Milliau “la nouvelle cuisine” hareketini ortaya çıkarmışlardır. Nouvelle cuisine “yeni mutfak akımı” demektir. Bu mutfak akımı ağır yemeklerin uzun süre pişirme yöntemlerinin olmasına karşılık olarak doğmuştur. Bu sebeple; yağ kullanımı azalmış, kısa süreli pişirme yöntemleri tercih edilmiştir. Kısacası nouvelle cuisine, pişirme tekniği veya malzemelerin değiştirilmesiyle oluşmaktadır. Bu mutfak akımının amacı ise; bir tabaktaki yemeğin besin öğelerini düşürüp sadeliği yakalamaktır. Aynı zamanda gıdayı insan tüketimi için uygun hale getirmek amacıyla kullanılan tasarım, düzenleme ve işleme bilgisini içinde barındıran mutfak bilimi, şeflerin yaratıcılığı ve teknoloji ile birleşerek nouvelle cuisinin şekillenmesini sağlamışlardır (Durlu-Özkaya, 2018: 2).

Nouvelle cuisine; klasik mutfağın mantığını değiştirmiş ve klasik mutfağın mantığı ile edebiyat, drama, film gibi köklü alanlarda yeni fikirler ortaya çıkmıştır. Nouvelle cuisine “dönüştürme hareketleri”ni ortaya çıkarmıştır. Bu hareketler tanımlanabilir bir protesto döngüsüdür; ancak son derece önemli olan bu hareketler orijinal hareketlerin esin kaynağı olmuş ve politik bir fırsat yaratmıştır (McAdam, 1995: 217). Nouvelle cuisine hareketi, okul öncesi eğitimin bir yansımasıydı; bu hareketin ilk olayları 1965’te ortaya çıkmıştır (Fischler 1993: 254). Fernand Point (1897-1955) modern gastronominin ismi olarak kabul edilmektedir. Ardından Roger Verge, Raymond Thuillier, Alain Chappelle, Paul Bocuse ve Troisgros kardeşleri gibi modern mutfağın en ünlü isimlerindedir (Gillespie, 1994). Daha sonraki yıllarda modayı bilinçli hale getirin, Bocuse, Guerard ve diğerleri gibi nouvelle mutfağının öncüleri Escoffier’a saygı duymuştur; ancak bu mutfağın klasik boyutunu geliştirmiş ve modernleştirmişlerdir. Carême ve Escoffier arasındaki dönemin modern yemekleri, yaşlı zengin insanlar tarafından reddedilmiştir (Gillespie, 1993: 141).

Bireysel gıda ürünlerinin tadına ve dokusuna saygı duyan temel kanun gelmiş ve bu kanun Nouveaux mutfaklarında uygulanmıştır. Nouveaux mutfakları otantikliği, doğal üretimi ve sadeliği savunan nouvelle mutfağı, modern sanat, beslenme, hafiflik ve Gault ve Millau gibi farklı medyalar tarafından savunulmuş ve yaratıcı mutfak sanatlarından türetilen çağdaş görsel estetiğin “Vive La Nouvelle Mutfağı” vurgulanarak gastronomik kültüre yasıtılmıştır (Norman, 1991: 14). Nouvelle cuisine, haute cuisinin modern halini almıştır.

Escoffier'ın klasik Fransız mutfağından farklı olarak, nouvelle mutfağının sistemleştirilmesi, yenilik denilen şeylere karşı olmuştur (Levy, 1984).

Nouvelle cuisine; son iki yüzyıldır ortaya çıkıp ortadan kaybolduğu için yeni mutfak akımı değildir. Voltaire, Mercier ve La Chapelle gibi öncü mutfak şefleri bu mutfak akımını yıllarca yorumlamışlardır. Günümüzde nouvelle cuisine harika yemek sunumları şeflerin sanatı ile etkilenmiştir. Ayrıca bu yemek sanatı karnı pek doyurmasa da göze hitap etmektedir (Crocknell ve Nobis, 1989: 27). Nouvelle cuisine aşçıları müşterilerine sağlıklı ve kaliteli gıdalar üretirken farklı bileşimler kullanarak yiyecekleri parçalamış, fiziksel yapılarını, dokularını ve pişme derecesini değiştirerek yeni lezzetler meydana getirmişlerdir (Arboleya vd., 2008: 261).

#### **2.4.8. Avangard Mutfak (Avant-Garde Cuisine)**

En ikonik biçimlerinden biri olan avant-garde mutfağı kokteyller veya kürecikler halinde paketlenmiş zeytinyağı gibi yenilebilir sıvıların sunumunu içermektedir. Günümüz (2018) gastronomi dünyasında dünyaca ünlü şef Ferran Adriá ile işbirliği içinde olan bilim adamları avant-garde mutfağı araştırmaktadır (Fu vd., 2014). Yiyecekleri bir araç olarak kullanan, geleneksel sanat pratiklerini ve kurumlarını, diğer sosyal-kültürel soruları ve mutfak çalışmalarını oluşturan sanatçılar (şefler) gıda ve avant-garde arasındaki etkileşimleri incelemektedir. Bu alanı incelerken avant-garde hem bilim hem de sanat olarak nitelendirilmektedir (Raviv, 2014). Bu durum, modernizmin gerçek entelektüel mirasçısıdır ve bu nedenle modernist mutfak olarak adlandırılması gerekmektedir. Modernizmin bir takım temel özellikleri vardır. Örneğin küçük bir avant-garde kuruluş kurallarını devirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu şefler kendi bakış açısından belirgin ve öz-bilinçli olarak modern olup, mümkün olan her şeyi ilerletmek için istedikleri teknolojiden yararlanmaktadırlar (Myhrvold, 2013).

Avangardın tanımlanması, sanat ve edebiyat eleştirisinde süregelen bir süreçtir ve tartışılan belirli tarihsel döneme ve kültürel alana bağlı olarak değişmektedir. Bu terim, yeni cepheleri araştıran, geleneklere karşı tepki gösteren ve deneysel çalışmalarda bulunan modernist sanatçılar ve sanatsal akımların bir koleksiyonunu ifade etmektedir. Avant-garde sanatçıların ve yazarların çalışmaları genellikle mevcut sosyal, politik ya da estetik uygulamalara cevap vermekte ve bu da özellikle bir etiği incelemektedir. Avant-garde

teorisinde Peter Burger, dönemin sanatsal hedeflerin ve sosyopolitik bir gündemin birleşimini tanımlamak için kullanıldığını iddia etmiştir (Bürger, 1984). Daha spesifik olarak, avant-garde ile ilişkili fikirlerin bir kısmı, bir gıda çalışması için geçerli olan fikirlerin, sanatı günlük yaşam pratiğine yeniden kazandırma arzusudur, bir ilgi ve duyuların ve görmenin ötesinde duyulara öncelik vermektedir (Raviv, 2014).

Mutfak endüstrisindeki en radikal devrimlerden biri son yirmi yılda meydana gelmiştir. Avangard hareketin - yaygın olarak “progressive (ilerici) mutfağı”, “tekno-duygusal mutfağı”, “moleküler mutfağı” ve hatta “modernist” mutfağı olarak adlandırdığı bilgi ve uygulamalar, yemek pişirmek ve aşçı olmak ne demektir, bir restoranın nasıl olmalıdır gibi sorular sordurarak derin bir sorgulamaya yol açmıştır. Bu girişim, uzun yıllara dayanan son dönem mutfağını destekleyen bilginin temellerine meydan okuyan radikal yeniliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Opazo, 2012). Modernist yemek kitaplarından biri olan Marinetti'nin kitabı Modernist bir yiyecek olarak görünebilir, ancak Marinetti'nin iddia ettiği amaç İtalyan diyetinin bilimsel olarak yenilenmesidir. Bununla birlikte Cecilia Novero'nun avant-garde'nin Antidiets'inde “Kimse önerilen diyetin ve sonra sahnelenen ziyafetlerin bilimsel olarak topraklanmış olsa bile besinsel olarak pratik olmadığı gerçeğini gözden kaçıramazdı. Birçok yorumcunun belirttiği gibi, diyetlerin ve ziyafetlerin tam olarak anlaşıldığı ve teatral olarak düzenlendiği açıktır” ifadelerini kullanmıştır (Novero, 2010: 12). Eleştirmen Clement Greenberg, kültür dünyasının klasik mutfak güçleri ile onu aşağılayan ve onun karşısında direnen avant-garde arasında denge olduğunu iddia etmiştir. Avangardın Greenberg'e, gerilla savaşçıların hiç gelmediği bir dünya hayal etmeleri konusunda uyarmıştır. Bu durumda baskıcı rejim, 20. yüzyıl boyunca yediklerimizi tamamen gözden geçiren kitlesel üretilen yiyecekler dünyasıdır. Bu durum tarım-sanayi kompleksinin milyonlarca tüketicinin düşüncesiz seçimlerinin yaratmıştır (Opazo, 2012).

Avant-garde mutfak teknikleri, özellikle sodyum alginatlar kullanılarak, sıvı gıdaları küreler halinde şekillendirilebilmektedir. Böylece eski orijinal ve bazen beklenmedik form ve dokulara dönüşmektedir. Bu sonuca ulaşmak için, gıdaların fiziksel kimyasının altında yatan bilimin rasyonel anlayışı büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla avant-garde gıda üretimi süreci, ilk olarak atomik seviyedeki klasik moleküler dinamik simülasyonlar vasıtasıyla parçalara ayrılmaktadır. Daha sonra üzerinde ince bir zar oluşturmaktadır. İç içe geçirilmiş aljinat zincirlerinden oluşan ve kalsiyum iyonlarını içeren sulu çözelti daha sonra kapsül haline gelmektedir. Daha sonra, kalsiyum iyonlarının iki karboksilat grubu

tarafından tekrar birleşmesiyle aljinat zincirlerini bağlayan yumurta kutusu mekânsal düzenlemelerini ortaya çıkarmaktadır. Bu yumurta kutusu yapılarının oluşumunu belirleyen serbest enerji hesaplamaları, oda sıcaklığında polisakkarit zarının kendiliğinden büyümesini sağlayan bu tür üç boyutlu organizasyonların kayda değer stabilitesini daha da aydınlatmaktadır. Bu çalışma, avant-garde mutfağı ile ilgili yenilikçi pişirme tekniklerinin temelini oluşturmaktadır (Fu vd., 2014). İnsanlar yemekleri statü olarak algılamışlardır. Bu yüzden marka isimlerini ve steakhouse'ları ve imza yemeklerini sevmişlerdir. Uygun şekilde adlandırılan “konforlu yiyecekler” kategorisi, bu arzuya ayak uydurmaktadır. Yine modernist mutfağı herhangi bir avant-garde hareketin merkezidir (Opazo, 2012).

#### **2.4.9. Tekno Mutfak (Techno Cuisine)**

Tekno mutfağı pişirme ve teknolojiden oluşmaktadır. Bunlar tekno mutfak olarak bilinen avant-garde mutfağının bileşenleridir. Bu mutfak, klasik ev yemekleri ve gelenekleri üzerine kurulmuştur. Ayrıca taze doğal malzemelere saygı duymuş, mutfakta sağlık ve iletişimde meydana gelen yeni gelişmelerin peşinde koşmuştur (Sensoryvalue, 2018). Bu anlamda, yeni pişirme teknikleri ve özel teknolojilerin uygulanması, “spherification” (küreleme) gibi yeni teknikler yaratmıştır ve bu yeni teknikler sayesinde gıdadan yeni tatlar alınmıştır (Sensoryvalue, 2018). Grant Achatz ve Nathan Myhrvold “insanlar eğer modern yiyecek hareketini sevmiyorsa çağın gerisinde kalmış demektir” görüşünü savunmaktadır. Çünkü yemeğin yapımı, sunumu, pişirme şekli sürekli değişmektedir (Handleman, 2008). Tekno mutfakta üretilen yemekler insanların damaklarına, gözlerine ve koku duyularını kullanarak insanları heyecanlandırmaktadır. Ayrıca tekno mutfak renkleri ve isimleri kullanmaktadır. Dolayısıyla günümüzün (2018) modern dünyasında aşçılar hem insanların karınlarını doyurmakta hem de duygularına hitap etmektedir (Sensoryvalue, 2018).

Tekno mutfak akımı insanlara yemeği hissettirmek, insanların duygularını uyandırmak amacıyla ortaya çıkmıştır (Sensoryvalue, 2018). Bu akım Kuzey İspanya'nın Bask bölgesinde ortaya çıkmıştır. Bu bölgede yiyeceklere yönelik yaratıcı ve yenilikçi yaklaşım hâkimdir. Mugaritz restoranı tekno mutfağına örnek dünyanın en iyi restoranlarından biridir (Zeamer, 2017). Tekno mutfak yiyeceklerine en iyi örneklerden biri maydanoz püresidir. Eskiden suya batırılan maydanoz püresi seyreilmekte ve bunu önlemek için çeşitli ürünler eklenmekteydi. Fakat şimdi geniş yelpazedeki hidrokoloidler (veya zamlar) ile maydanoz püresinin seyreilmesi önlenmektedir (Handleman, 2008). Ayrıca beyaz çikolata ve lavanta,

siyah zeytin ve çileğinin bir arada kullanılmasıyla yapılan yeni lezzet kombinasyonları da örnek gösterilmektedir. Bu yemek pişirme eğilimi Chicago'da (orta batıdaki insanlar) gelişiyor olsa da, New York'ta tam olarak tutulmamıştır. Wylie Dufresne, Sam Mason, Paul Liebrandt ve hatta pasta şefi Johnny Iuzzini gibi bu yönde ilerleyen şefler olsa bile çoğu şef sadece liqui jeller ya da sodyum aljinat küreleriyle uğraşmaktadır (Handleman, 2008). Kısaca tekno mutfak yemek dünyası için yeni bir akım olduğu için bazı aşçılar tarafından tam benimsenememiştir (Broeing, 2011).

#### **2.4.10. İlerici Mutfak (Progressive Cuisine)**

Progressive mutfakta üretilen yiyecekler farklı ürünlerle birleştirilmekte ve bazı yiyecekler farklı baharat karışımlarıyla baharatlanmaktadır (ABS-CBN, 2016). Progressive mutfak akımı moleküler mutfak akımının bir türüdür. Fakat progressive mutfak akımını öne süren şeflerden biri olan Ferran Adria moleküler bilimciler olmadıkları için moleküler mutfak demenin yanlış olduğunu, bunun için progressive (ilerici) mutfak dediklerini açıklamıştır (Reuters, 2013). Moleküler gastronomi ismini kullanmak istememelerinin bir diğer nedeni ise; moleküler mutfağın aşırı derecede bilim olmasıdır. Bu şefler moleküler gastronomi adı altında üretilen yemeklerin kesin ve ölçülebilir şekilde yapılmadığını savunmuşlardır (Adam Chef, 2009). Progressive mutfak akımı dünya çapında ilgi görmektedir. Progressive mutfak akımının uygulandığı ünlü restoranlardan biri Gaggan restoranıdır. Bu restoran dünyanın en iyi restoranları listesinde 17. sırada yer almaktadır. Gaggan restoranının sahibi şef Gaggan Anand Bangkok'ta farkedilmiş ve İspanya'ya giderek Michelin yıldızlı elBulli adlı restoranda eğitim görmüş ve çalışmıştır. Daha sonra bu restoranı kurmuş ve bu restoranı "Progressive Indian Cuisine" olarak adlandırmıştır. Bu restoranda yapılan yemeklerden birkaçı, saydam pirinç kâğıdıyla yapılmış yenilebilir "plastik torbadır". Ayrıca bu restoranda orman mantarlarının yenilebilir "toprak" ve mini bahçeli bir kütük şeklinde bulunan bu sihirli mantar yemeği de bulunmaktadır (Sharma, 2016).

Progressive mutfağına verilebilecek en iyi örneklerden bir diğeri de kavrulmuş fasulye bitkisi (petai belalang) ile kaplanmış fermente Pangium Edule (keluak) ezmesidir. Bu Pangium Edule ezmesi yumurta bitkisi, mantar köpüğü ve damla şekerleme yağı ile servis edilmektedir. Başka örnek ise; tartar, füme ördek bacağı, doğranmış zencefil, turp, arpacık soğanı ve preslenmiş balkabağı ile tepesinde bulunan kırmızıbiber ile yapılan yemektir. Bu

yemek dumanıyla öne çıkmaktadır. Ayrıca diğer fermente edilmiş yemekler gibi aşırı derecede terbiyelenmemiştir (Enamourez, 2018).

## 2.5. Türk Mutfağı ve Türk Mutfağının Özellikleri

İnsanların temel gereksinimlerinden biri olan beslenme sistemi mutfak kültürünü ortaya çıkarmış ve geçmişten günümüze; mutfaklar, sosyo-kültürel boyutları, toplumların gelenek ve görenekleri, ekonomik durumları gibi etmenler farklı gelişim evreleri oluşturmuştur. Ayrıca toplulukların yaşam alanlarını belirleyebilmek için göçlerin olması da mutfak kültürünü şekillendirmiştir (Düzgün ve Durlu-Özkaya, 2015:42). Yemek hem değişken unsur hem de kültür taşıyıcısı olduğu için göç sırasında mutfaklar değişiklik yaşamış ve gidilen toprakların yemek alışkanlıklarıyla şekillenmiştir (Sauner-Leroy, 2012:100). Dolayısıyla bir toplumun mutfak kültürü törenin coğrafik ve tarımsal özellikleriyle sosyoekonomik koşulları ve diğer toplumlarla etkileşme durumuna göre şekillenmektedir. Bu değişim mutfak kültürüne yansımaktadır.

Türk milleti, köklü ve zengin kültüre sahiptir. Dolayısıyla Türk mutfağı, bozkır kültürü ve Akdeniz coğrafyasının etkisiyle çeşitlidir. Ayrıca Türk mutfağının zenginlik sebepleri yiyecek içecek maddelerini bolluğu, çeşitliliği ve eski tarihe sahip oluşudur (Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 7). Türk mutfağı Maviş (2003)'e göre; "Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek-içecekler; bunların hazırlanması, pişirilmesi, korunması; bu işlemler için gerekli araç-gereçler ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar" şeklinde ifade edilmiştir (Maviş, 2003: 58; Arslan, 2010: 34). Ayrıca Türk mutfağı ürün, tür ve lezzet bakımından ürünlerin farklı şekillerde kullanıldığından yeni yemeklerin üretilmesidir (Baysal, 1997; Sürücüoğlu ve Özçelik, 2005: 10).

Türkler Orta Asya bölgesinde yaşamaya başlamış ve daha çok konargöçer yaşam tarzını benimsemiştir. Ardından Anadolu topraklarına gelmiş mutfak kültürlerinin zenginleşmesine ve yeme içme alışkanlıklarının değişmesine neden olmuştur (Kızıldemir vd., 2014). Türk Mutfağının oluşumunda Orta Asya Türkleri, Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu döneminin etkisi büyüktür. Günümüz Türk mutfağının şekillenmesinde Türkiye'de yaşamış uygarlıkların da etkisi büyüktür (Güler ve Olgaç, 2010). Türkler Orta Asya'dan Anadolu'ya gelerek Türk mutfağını yeniden şekillendirmişlerdir (Doğanbey,



1988: 127). Türk mutfağının özellikleri incelendiğinde mutfaktaki ürün ve malzemeler, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve kullanılan araç gereçler zengin mutfak kültürünün oluşumuna etkindir (Pekyaman, 2005: 19).

Türkler Orta Asya'dan Anadolu'ya yerleştiklerinde iklim, hayvan ve bitki örtüsünün çeşitliliği, havanın nemliliği, göl, deniz gibi alanların varlığı ürün üretimini etkilemiş ve Türk mutfağını çeşitlendirmiştir (Merdol, 1998: 140). Anadolu toprakları dört mevsimi yaşadığı için ülkede taze sebze ve meyve yetişmektedir (Doğanbey, 1988: 127). Orta Asya'da kurak ve sert iklim insanları et ve hamur yemeklerine yoğunlaştırmış, Anadolu'ya gelince bitkisel ürünler ağırlıkta olmuştur. Bununla birlikte dünyanın dört köşesinden getirilen tohumlar Anadolu topraklarına ekilmiş ve yeni ürünler elde edilmiştir. Türk mutfağında bölgeler arasında beslenme farklılıkları vardır. Çünkü coğrafi koşullar yemek kültürünü ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Örneğin kıyı bölgelerde zeytinyağı, zeytinyağlı yemekler ve sebze tüketimi fazladır. Doğu Anadolu bölgesinde büyükbaş hayvancılığın olması et tüketimini artırmaktadır. Dolayısıyla coğrafya, doğal kaynaklar ve iklim mutfağın özelliklerini belirlemekte ve Türk mutfak kültürünün ana temasını oluşturmaktadır (Tez, 2012: 9; Çetin, 2008: 36).

Geçmişten günümüze insanların beslenme biçimi önemli rol oynamaktadır. Canlının çevresiyle olan ilişkisinde gıda tüketimi, yiyecek arama ve gıdaların biyolojik süreçlerdeki kullanımı gibi faktörler ele alınmıştır (Durlu-Özkaya, 2009). Bununla beraber insanların beslenmesinde coğrafi etmenler ve iklim koşulları kültür ve inancı şekillendirmektedir (Közleme, 2012: 13). Dolayısıyla Türk mutfak kültüründe toplumun bağlı olduğu gelenek görenekler, din, köken önemli rol oynamakta ve gıda tüketiminde etkili olmaktadır (Wright vd., 2001: 350). Ayrıca İslamiyet'in kabulüyle Türk mutfağında beslenme alışkanlıkları değişmiştir. Alkollü içecekler tüketilmemeye başlanmıştır. Hatta Orta Asya Türklerinin en çok tükettiği kırmızı içilmemiştir. Günümüz Türkiye topraklarında ise kırmızı pek bilinmeyen ve tüketilmeyen içecektir. Bununla birlikte Türkçe yemek kitaplarında domuz etinin yemek tariflerinde olmadığı görülmüştür (Samancı ve Croxford, 2006: 13). Türk mutfağının en önemli özelliklerinden biri ise farklı ulusların bir arada yaşamasıdır. Farklı ulusların bir arada yaşaması beslenme şekillerini etkilemiştir. Arap mutfağının etkisiyle acılı yemeklerin yapılması bu duruma örnek gösterilebilmektedir (Küçükaltan vd., 2010: 164).

Çorbalar Türk mutfağında sofraya gelen ilk yemektir ve her öğünde tüketilmektedir. Hayvan etleri pek çok pişirme yöntemiyle pişirilmektedir. Ayrıca sakatatlar, sucuk, pastırma gibi yiyecekler tüketilmektedir. Sebze yemekleri, musakkalar, yahniler sulu sebze yemeklerine örnek verilebilir. Diğer sebze yemekleri, zeytinyağlılar, imambayıldı, pilaki, sarma ve dolmalar soğuk tüketilmektedir. Menemen, kaygana yemekleri yumurta yemeğidir. Pilav çeşitleri olarak Ali Paşa, iç pilav, bulgur pilavı örnek gösterilebilir. Makara ve mantılar açılmış hamurun içine et konularak yapılmaktadır. Börekler, hamurun içine çeşitli malzemelerin konulmasıyla fırınlanmakta daha sonra dilimlenmektedir. Ekmek, çörek ve pideler Göktürk kitaplarına dayanmakta ve günümüzde yapımı devam etmektedir. Türk mutfağında çiğ sebzelerden yapılan salatalar piyaz, fava gibi salatalar önemli yere sahiptir. Turşular yaz aylarında hazırlanmakta; sebze ve meyvenin azaldığı kış aylarında yenilmektedir (Akan, 2005: 54). Türklerin beslenmesinde etler önemlidir. En çok koyun eti kullanılmıştır. Ayrıca süt ve süt ürünleri fazla tüketilmiştir. Tarımsal ürünler arasında ekmek, mantı, çörek yapılmıştır. Bununla birlikte hububatlar da sıklıkla kullanılmıştır (Şahin, 2008: 39).

Türk mutfağında hayvani ürünlerin kullanımı göçebe geleneğinin sonucudur. Yaşam şartlarının zorluğu göçebe hayata itmiş ve eti göç ettikleri yerlere götürmüşlerdir. Anadolu'ya gelen Türkmenler göçebeliği ve hayvancılığı sürdürmüşlerdir. Fakat Orta Asya Türkleri at ve koyun etinden vazgeçip Anadolu'ya geldiklerinde at tüketimin azaltarak keçi ve sığır eti yemişlerdir (Şahin, 2008: 40). Bununla birlikte Anadolu topraklarına gelen Türk halkı buradaki insanların domuz eti tükettiklerini görmüş ve toplu olarak domuz eti yememe kararı almışlardır. Bu karar İslam'ın temellerini oluşturmuştur. Hayvancılığın yoğun olması Selçuklu mutfağının önemli yanıdır. Türk mutfağında et hemen hemen her sofrada bulunmuş, koyun ve keçinin Anadolu'da olması et ve süt fiyatlarının ucuz olmasını sağlamıştır (Yücel, 1991: 183). Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların yanı sıra tavuk, horoz, kaz, balık, keklik, geyik, ceylan, bildircin gibi hayvanlar da Türk mutfağında yerini almıştır (Şahin, 2008: 42).

Türk mutfağında önemli yeri olan kebab doğrudan ateşte veya çömlek içinde susuz pişirilmektedir. Günümüzde kebab denildiğinde ızgarada pişirme anlaşılabilir da Osmanlı mutfağında kebab et, balık, tavuk ya da herhangi bir yiyecek olabilmektedir. Kebab türü olarak külbastı ve yahni örnek gösterilebilmekte, yahnide kullanılan tavuk yumuşayınca kadar suda pişirilmektedir (Yerasimos, 2005: 84). Türk mutfağında etle yapılan yemekler

arasında “biryan” kebabı ana menüyü oluşturmuştur. Biryan türleri saray mutfağında itibar görmüştür (Merçil, 2000: 66). Ancak biryan kebabı sufiler tarafından nefse hoş geldiği için tercih edilmemiştir (Mevlana, 1960: 233). Ayrıca kümes hayvanları baharatla tavada pişirilmiş, söğürme, yahni ve köfte de önemli et yemekleri olarak sayılmıştır (Taneri, 1978: 75). Bunun yanında etten yapılan çorba ve tiritte beğenilen yemekler olmuştur.

Türk mutfağında pişirme yöntemleri suda pişirme, yağda kızartma, kuru hararete pişirme ve su karışımı pişirme olarak sınıflandırılmaktadır (Halıcı, 2009: 36). Bununla birlikte geleneksel pişirme yöntemleri teknolojiyle birleşince yemekleri çeşitli kılmakta ve mutfakta zengin kültür oluşmaktadır. Mutfakta çoğunlukla un kullanılmış, hububatlar önemli ürün olarak yer almıştır. En çok beğenilen yiyecekler börek ve çeşitleri ile hamurdan yapılan tatlılar olmuştur (Güler, 2010). Türk mutfağında özellikle koyun eti önemli yer tutmakta, bulgur, pirinç, buğday ya da hamur pişirilmektedir (Ertaş ve Karadağ, 2013; Baysal, 2000: 29). Çorbalar önemli yer tutmakta; özellikle tarhana, yoğurt, un, mercimek çorbaları tüketilmektedir (Türkdoğan, 1997: 550; Gökçe, 2016: 6). Yağ çeşitleri olarak tereyağı, içyağı, kuyrukyadır (Ögel, 1978: 1). Tahıl ürünler Türk mutfağında önemli olmuş ziraata elverişli topraklarda tarımla daha çok uğraşmıştır. Dolayısıyla Akdeniz halkı tarımla daha çok ilgilenmiş ve ekonomiye katkı sağlamışlardır. Ayrıca pek çok şehirde bulunan buğday pazarları meslek haline gelmiş ve tarım mutfakta önemli yere sahip olmuştur (Şahin, 2008: 45). Özellikle Selçuklular döneminde ekmek yaygınlaşmıştır. Ekmeğin bazlaması, etlisi, cevizlisi yapılmıştır (Ahmet Vefik Paşa, 2000: 1432). Ayrıca yufka, tarhana, bulamaç, bulgur pilavı, tutmaç ve herise de sevilen yemekler olmuştur (Kaşgarlı Mahmur, 2005: 452).

Süt ve süt ürünleri temel besin maddesi olmuş; peynir, yoğurt ve yağ Türk mutfağında yerini almıştır (Eflaki, 2000: 1432). Yoğurt tamamen Türklerin buluşudur ve kelime olarak dünyaya aynı şekilde yayılmıştır. Ayrıca göçebe hayatın ortaya çıkardığı kültür ögesidir. Yoğurtla terbiye edilen Türk yemekleri özgünlüğünü korumuştur. Yoğurdun yanında önemli bir besin maddesi de kuruttur. Kurut peynir çeşidi olup açlık ihtiyacını gideren besin maddesidir (Genç, 2008: 4). Türk mutfağında yoğurtlu yemeklere sarımsak katılmakta ve bu yemeklere şifa gözüyle bakılmaktadır (Eflaki, 2000: 537). Türk mutfağında sebze ve meyveler çok kullanılmakta ve Türk mutfağında sebzelerin önemli bir yeri ve büyük bir çeşitliliğe sahip olduğu bilinmektedir (Ceyhun-Sezgin, vd., 2015). Özellikle mercimek, kabak, patlıcan, kereviz, havuç, nane, susam, tere, haşhaş gibi

sebzeler ihraç edilmekte ve bu sebzelerin yemekleri yapılmaktadır (Uzunçarşılı, 1984: 249). Sebzeler etle birlikte soğanlı, domatesli ya da salçalı pişirilmektedir (Arlı, 1983: 19).Pişirilen yemeklerde soğan yağla kavrulmaktadır (Baysal, 1993: 12). Sebze yemekleri zeytinyağı ile pişirilmekte ve genellikle soğuk veya zeytinyağlı yemek olarak adlandırılmaktadır (Ceyhun-Sezgin, vd., 2015). Zeytinyağı kendine has aroması ve lezzetiyle mutfakta önemli yeri vardır (Durlu-Özkaya ve Özkaya, 202017: 395). Zeytin Türkiye'nin birçok bölgesinde yetiştirilmekte ve zeytinyağlı taze fasulye, zeytinyağlı pırasa, zeytinyağlı kereviz, zeytinyağlı taze barbunya pilaki, ekşili kabak, ekşili patlıcan, kabak bayıldı, türlü, sebze pilakisi, zeytinyağlı iç baklalı enginar yemekleri sevilerek tüketilmektedir (Anonim, 2011: 61).

Zeytinyağının geçmişi beslenmedeki rolü 8000 yıl öncesi gibi çok eski tarihlere dayanmaktadır (Durlu Özkaya, 2007). Zeytinyağı ilk olarak saray mutfağında daha sonra halk mutfağında kullanılmıştır (Gezmen-Karadağ vd., 2014: 237). Türk mutfağında özellikle soğuk yemeklerin ana malzemesi olarak bilinen zeytinyağı soğuk yemek ve mezelerde kullanılmaktadır (Doğdubay ve Giritlioğlu, 2008: 433).Ayrıca sebze yemeklerine zeytinyağı kullanılmaya başlandığı dönemlerde safran kullanılmıştır. Bununla birlikte tirit ve borani sebzelerle yapılmış ve sevilen yemekler arasında yerlerini almışlardır (İbn Battuta, 2004: 407). Türk mutfağında meyvelerle yapılan yiyecek ve içecekler de yer almaktadır. Örneğin kayısı, üzüm, elma, şeftali, kavun yaygın tüketilmektedir. Nar ve üzümünden şarap yapılmaktadır. Bununla birlikte meyveler hoşaf yapımında kullanılmaktadır (İbn Bibi, 1996: 283). Türk mutfağında içeceklerin önemli yeri bulunmakta kımız, şarap, rakı alkollü içecekleri arasında yer almaktadır. Kımız alkollü olduğu için İslam'ın etkisiyle Selçuklular zamanında Anadolu topraklarında tüketilmemeye başlanmıştır ve günümüzde ise Türkiye'de yaygın olmayan Türk içeceği (Gürsoy, 2004: 92).

Tatlılar Türk mutfağının vazgeçilmezleri arasındadır. Tatlı yapımında un, pirinç, süt gibi malzemeler kullanılmaktadır. Türk tatlıları arasında dünyaca ünlü olan tatlı baklavadır. Ayrıca helva Türk mutfağında yer almış ve hemen hemen her dönemin sofrasında yer almıştır (Şahin, 2008: 51). Bunun sebebi Türk mutfağında helvanın yeri diğer tatlılardan ayrı olmasıdır. Tasavvufi açıdan bir takım sembollerin yüklendiği helva, aynı zamanda yasla alakalı olarak da zamanın mutfak kültürü içerisinde yer almaktadır (Trepanier, 2008: 62). Bununla birlikte un, bal, su ve elmaların, şeker ve baharatlarla karıştırılmasıyla

yapılan pelte, zerde ve kadayıf sevilen ve yaygın olan tatlılar arasındadır (Mevlana, 1960: 168).

## **2.6. Göçer Türklerden Günümüze Mutfak Çeşitleri**

İnsanların evriminde beslenme biçiminin önemli rolü vardır. Canlının çevresiyle ilişkisinde yiyecek arama, gıdaların tüketimi ve gıdaların biyolojik süreçleri gibi faktörler vardır (Durlu-Özkaya, 2009: 252). Türkler Orta Asya'dan Anadolu'ya göç etmiş ve bu süreçte zengin mutfak kültürüne sahip olmuştur. İnsanlar Türklerin ana yurdundan taşınırken beraberlerinde besinleri de getirmişlerdir (Baysal vd., 1998: 1). Bu bölgelerdeki besinlerin uygun olanlarını yetiştirmiş ve basit tekniklerle saklamışlardır (Sürücüoğlu, 1998: 42). Türk mutfağı Orta Asya dönemi, Selçuklular dönemi, Osmanlı dönemi ve Cumhuriyet dönemi mutfağı olmak üzere çeşitli tarihsel süreçlerden geçmiştir (Toygar, 2001: 54).

### **2.6.1. Orta Asya Dönemi**

Orta Asya; Moğolistan, Tibet, Doğu Türkistan, Afganistan, Tacikistan, Türkmenistan, Özbekistan, Kazakistan'ı kapsayan geniş bir bölgedir. Türkler bu bölgeleri ana yurdu olarak kabul etmişler ve uzun dönem bu bölgelerde yaşamışlardır (Kortepeter, 1991: 6). Bu bölgeler sert kara iklime sahiptir. Dolayısıyla tarıma uygun toprak azdır; çöl, dağ ve bozkırlardan oluşur. Orta Asya'da geniş bozkırlarda yaşamış olan Türkler tarım ve hayvancılıkla uğraşmışlardır (Vasary, 2007: 24). Her ne kadar bölgenin elverişli yerlerinde tarım yapılsa da bozkır kültürünün en önemli besin maddesi hayvanlardan elde edilen besin olmuştur. Yaşadıkları bölgenin elverişsiz olması Türk halkını göçe zorlamıştır (Chailland, 2001: 25). Ayrıca göçebe hayatın olmasından dolayı yer değiştirmişler ve su ve otun peşinden gitmişlerdir (Chailland, 2001: 25). Ekonomileri tarıma ve hayvancılığa bağlı olmuştur. Daha sonraki dönemlerde de bu bölgelerdeki insanlar hayvancılıkla daha çok uğraşmışlardır (Vasary, 2004: 24). Bu hayvanlar; at, koyun, keçi ve diğer büyükbaş hayvanlardır. Bu hayvanların etini ve sütünü mutfaklarında da kullanmışlardır. Bu durum mutfağa da yansımış; pratik ve sade bir mutfak oluşturmuşlardır (Alpargu, 2008: 24).

Türk mutfağı M.Ö 220'den itibaren Hunlarla başlamıştır. At ve koyun eti tüketen Türkler seferlere giderken at ve koyun etini savaş erzağı olarak kullanmışlardır (Tsai, 2006: 174). Ayrıca atı zengin insanlar koyun ve sığırı ise diğer halk tüketmiştir (İzgi, 1986: 68). At

etini “mis koku” diye nitelemiş ve ata verdikleri önemi dile getirmişlerdir (Kaşgarlı Mahmut, 2005: 600). Türkler büyükbaş hayvanların dayanıksızlığından dolayı büyükbaş hayvan yetiştiriciliğine sıcak bakmamalarına rağmen beslemişlerdir. Bunların dışında; süt, bira, kıymız, pirin, arpa, darı, at eti, av etleri, koyun eti, meyve-sebze ve yoğurt besinleridir (Öcal, 1985: 164). Ayrıca Hunlar tarımı mevsimsel olarak yapmışlardır; bu durum onları diğer Türk topluluklarından ayırmıştır (Anderson vd., 2000: 53). Daha sonraki dönemlerde Göktürkler tarıma daha çok önem vermişlerdir (Çakmak, 2005). Çin kaynaklarında Türklerin savaş anında erzak olarak at ve koyunu kullandıkları belirtilmiştir (Tsai, 2006: 174). Savaş sırasında çeşitli fetihler gerçekleşmiş; Orta Asya yemekleri Çin, Batı Asya ve Hindistanla karşılıklı etkileşim yaşamıştır. Hatta Çin mutfağıyla kaynaşınca Hun hükümdarı Ke-yuh uyarı da bulunmuş ve “...Çin’in gösterişli yemeklerinden vazgeçmek iyi olur çünkü bunlar süt ve kaymak kadar kullanışlı ve besleyici değildir” demiştir (Waugh, 1999). Orta Asya mutfağının besin amddeleri süt ürünleri, kurut, sadeyağdır. Tahıllar sert iklimde yetiştiği için Orta Asya kültürüne alınmıştır (Işın, 2017: 90).

Saklama yöntemleri kış için ve kıtlık tehlikesine karşı besinleri daha uzun süre korumak için kullanılmıştır. Yiyecekleri bozulmayacak şekilde saklamak ve haşerelerden korumak kolay değildir. Dolayısıyla güvenilir saklama yöntemleri önemli bilgi birikimidir (Wollstonecroft, 2011: 146). Soğuk bölgelerde eti buza gömmek; meyveleri ve balıkları güneşte kurutmak, yiyecekleri toprağa gömmek gibi teknikler Paleolitik dönemde başlamıştır (Morgan, 2012: 714). Kemiklerin haşlandığı ve kemik yağların doldurularak saklandığı bilinmektedir (Manne-Stiner-Bicho, 2005; Shepard, 2000: 31). Saklama kabı olarak sepet, kurutulmuş işkembe veya tulum kullanılmaktaydı (Işın, 2017: 21). Pastırma ve sucuk Orta Asya halkının ihtiyaçları doğrultusunda üretilmiştir. Bu yiyecekler uzun süre dayanıklıdır. Ayrıca et ve et tozu da pastırmayla birlikte savaş sırasında erzak olarak kullanılmıştır. Göçebe hayat yaşadıkları için karınlarını hazır yiyeceklerle doyurmuş; konserve etlerini yanlarında taşımışlardır (Alpargu, 2008: 18).

Meyvecilik önemli yer almış; kayısı ve elma ağaçları aşılanmıştır. Lezetli kavun ve karpuz yetiştirilmiştir (Kaşgarlı Mahmud, 1986: 206). Karpuzlar Çin’e kadar sandıklar içinde bozulmadan götürülürdü (Schafer, 1985: 119). Kavunlar Bağdat’a ihraç edilirdi (Salman, 2006: 507). Kavunun etli türü ise Hindistan ve Çin’e götürülürdü (İbn Battuta, 1829: 86). Ayrıca bu etli kavunların 12 ay boyunca bozulmadan sandıkta saklandığı söylenmiştir (Chavijo, 1928: 286). Bunun yanında üzüm pekmezi ve kuru meyveler de ihraç edilmiştir

(Ritchie, 1981: 53). Türkler koyun, at, balık ve av hayvanlarının etini tüketirlerdi. Tahıllardan; darı, pirinç ve buğday yerlerdi (Kaşgarlı Mahmud, 1072: 521). Sebzelerden; burçak, yarpuz, soğan, sarımsak, hıyar, ışkın, kavza, şalgam, turp, hardal, asma kabağı, havuç ve patlıcan tüketirlerdi (Işın, 2017: 92). Meyvelerden; fındık, fıstık, ceviz, demirhindi, yemişen, kızılıcık, tilki üzümü, hünnap, dut, armut, erik, şeftali, karpuz, kavun ve kayısıyı yerlerdi. Baharatlardan; havlıcan, çemen, kişniş, çörek otu, karabiber kullanırken; süt ürünlerinden; tereyağı, kaymak, kuyrukyacağı, kımız, kurut, yoğurt yerlerdi (Işın, 2017: 92). Orta Asya'da yufka, kakurgan, çukmin, fırın ekmeği, bazlama, kömeç, çörek ekmek türleri vardı. Yufka hem evde açılır hem yufkacılar tarafından satılırdı (Kaşgarlı Mahmud, 1985: 12). Anadolu'da hala yapılan kömeç külde pişirilirdi (Dernschwam, 1987: 176). Bazlama sac üstünde pişer ve yoğurtla yenirdi (Şahin, 2008: 46). Çukminin ise uzun ekmektir ve buharda pişmektedir (Anderson vd., 2000: 327). Buğday haşlanan hamur yapımında kullanılır; pirinç ise süt veya etle pişirilirdi (Polo, 1871: 392).

Orta Asya'da çeşitli yemekler yapılmaktaydı. Toğril; bağırsağa doldurulmuş baharatlı etti. Yörgamac; bağırsağa doldurulmuş kıyılmış işkembeydi. Buxsı; haşlanmış buğday ve badem içinden yapılmış ve üzeri bal ve sütle süslenmiş yemektir. Sımsamrak; baharat ve yopurtla hazırlanmış kelle eti idi (Işın, 2017: 101). Börek ise yufkadan yapılan ve çeşitli baharatlar ete eklenerek yapılan yemektir (Anderson vd., 2000: 315). Kavurma; etlerin kavurularak yapıldığı yemektir (Levinson, 2002: 186). Salma; küçük hamurların suda haşlanmasıyla yapılan yemektir (Anderson vd., 2000:229). Bu yemeğin üstüne yoğurt dökülmekteydi (İbn Battuta, 1986: 72). Tutmaç; yoğurtlu kesme çorbasıdır (Işın, 2017: 102). Tutmacın adı Arapça, Türkçe, Farsça, Çince ve Urduca kaynaklarında rastlanmaktadır. Tutmaç geniş coğrafyada bilinmekte ve farklı şekillerde yapılmaktadır (Mustafa Ali, 1996: 232; Barkan, 1979: 228; Sarı, 1982: 249; Reindl-Kiel, 2006: 98). Şeker ve tatlılar Orta Asya'da tüketilmekteydi. Şehirlerde bol olan şeker, Afganistan, Hindistan, İran'dan gelmiştir. Bu bölgelerde çok sayıda şekerleme ormanları vardır (Beal, 1881: 90). Daha sonraki dönemlerde Göktürkler bal çubukları yerdi (Öcal, 1985: 181). Ayrıca bu dönemde şeker kaplı kuruyemişlerde çok sevilirdi (Clavijo, 1928: 223). Şekerli tatlılardan usbavi; külde pişirilen ekmek yağın içine doğranıp üzerine şeker dökülmesiyle yapılmaktadır. Uwa; pirincin şeker ile karıştırılmasıyla yapılmaktadır (Kaşgarlı Mahmud, 1986: 90). Kavut; darının şeker, pekmez veya tereyağıyla karıştırılmasıyla yapılmaktadır (Işın, 2017: 106).

Orta Asya döneminin önemli içeceklerinden birkaçı şöyledir: Kıymız, bengi, buxsum, süçiktir. Kıymız; kısrak sütünden elde edilen fermente süt ürünüdür vekısrak sütünün mayalanmasıyla yapılmaktadır (Akkaya ve Koç, 2017: 355; Dalby, 2004: 80). Boza ise; darı ve buğdaydan yapılan koyu kıvamlı biradır (Işın, 2017: 110). İpek ve Baharat Yolları gibi milletlerarası ticaret ağlarının var olması ulaşma imkânının kolay olduğu bölgeye gelen tacirler vasıtasıyla, çeşitli bölgelerden gelen ürünleri tanıma ve kendi ürünlerini de tanıtmaya imkânına ulaşmışlardır. Türklerin Orta Asya'da oluşturup, daha sonraki nesillere intikal ettirdikleri yemek kültüründen mantı, yoğurt, ayran, kıymız gibi birçok unsuru günümüze miras bırakmış ve dünya yemek kültürüne de bu çerçevede önemli katkılarda bulunmuşlardır (Mark, 2005: 97). İslam'ı seçen Türkler mutfakta değişiklik yapmış; alkol ve domuz eti tüketmemişlerdir. Fakat pişirme ve muhafaza yöntemleri aynı şekilde devam etmiştir. Karahanlılar döneminde et, süt ve tarım ürünleri olmak üzere besinler üçe ayrılmıştır. Bu dönemde etli yemekler, buğday unundan yapılan yemekler, hamur işi yemekleri, sebze yemekleri, darı yemekleri pişirilen belli başlı yemeklerdir. Elma, armut, kayısı, dut, boza, kumla ve bal şarabı sevilen içeceklerdir (Çetin, 2008: 31).

### 2.6.2. Selçuklu ve Beylikler Dönemi

Selçuklular döneminde bitkiler daha fazla tüketilmeye başlanmıştır. Bitkiler kökleriyle birlikte tüketilmiş; marul, hindiba, ıspanak ve pazı sevilen besin olmuştur (Gürsoy, 2004: 79). Türkler göçebe hayat tarzını benimsedikleri için farklı toplumlarla etkileşim halinde olmuşlardır (Düzgün ve Durlu Özkaya, 2015). Selçuklular yarı göçebe olarak Anadolu topraklarına gelmiş; verimli topraklarda yerleşik hayata geçerek tarımla ilgilenmişlerdir (Şahin, 2008: 45). Selçuklular sade tarz benimsedikleri için günümüzde mutfak konusunda sınırlı bilgiye ulaşılmıştır (Aktaş ve Özdemir, 2007: 25). Selçuklular döneminde Selçuklu Devri bir dönüm noktası olmuştur. Yiyecekler büyükbaş ve küçükbaş hayvanların etinden ve sütünden, tarımsal bitkilerden, yabancı otlardan, ağaçlar ve meyvelerden sağlanmıştır (Köymen, 1982; Tuncel, 2000; Şanlıer vd., 2012).

Selçuklular Anadolu topraklarında milli ve İslami temsil eden pek çok eser yayınlamış ve kültürlerini devam ettirmişlerdir. Bu kültürün uzun süre devam etmesi mutfak kültürünü de etkilemiştir. Geleneksel Türk mutfağının devamı olan Selçuklu mutfağı Anadolu'da kurulmuş ve burası Anadolu'nun bereket ve güzellikleri ile karar kıldığı son vatanları olmuştur. Anadolu Selçukçuluları yaşadıkları toprağın bereketine rağmen her konuda



olduğu gibi mutfakta da sade bir tarz benimsemişlerdir. Ancak zenginler Cuma sabahlarında, ramazanlarda, bayramlarda halk için ziyafet yemekleri vermişlerdir (Şahin, 2008: 39). Anadolu Selçukluları iki öğün yemek yerlerdi (Sürücüoğlu, 2008: 69). Kuşluk vakti yemeği uyanma ve işe başlama saatine göre değişirdi. Bu öğünde yağlı ve hamur işi yerlerdi. Çünkü gün boyunca çalışacakları için tok kalmaları gerekiyordu. Gün içinde çok acıkiırlarsa meyve ve içeceklerle öğünü geçiştirir ve akşam tam öğün yerlerdi. Akşam yemekleri ise mum ışığında ve güneş batmadan önce yenilirdi (Gürsoy, 2004: 89).

Selçuklular zamanında sofrada yemek yeme adabı vardı. Bunlardan bir kaçı şu şekildedir: Ekmek kırıntıları yere dökülmemesi gerekirdi. Bunun için yer örtüsü serilirdi ve bu örtü üstüne altlık serilir, üzerine sini konulurdu. Tahta kaşıkla yemek yenirdi. Elle pek yemek yenmezdi. Fakat bazen ekmek kaşık yerine kullanılırdı. Büyükler yemeğe ilk başlar, herkes kendi önünden yemek yedi. Yemek yenmeden önce ve yemek yendikten sonra eller yıkanırđı. Anadolu Selçukluların ticaret ve ihraç ürünleri arasında arpa, buğday, kuru üzüm, çavdar, safran, bakliyat, yılan balığı, safran sayılırdı (Şahin, 2008: 42; Zachariadou, 1983: 134). Hindistan, Mısır, Kırım gibi yerlerden baharat ve şeker ürünleri ithal edilmekteydi. Şehirlerarası aşçı dükkânları, kelleciler, kebabçılar, bakkallar ve buğday ile koyun pazarları vardı (Merçil, 2000: 67). Aktar dükkânlarında bakla ve şeker gibi yiyecekler satılmaktaydı. Konya şehrinde Pirinççiler Hanı bulunması ve Anadolu topraklarında bol pirinç yetiştirilmesi, mutfakta pirincin önemini göstermektedir (Merçil, 2000: 50).

Selçuklu döneminde yaygın tüketilen tandır ekmeği, fırında somun, gömeç, bazlama, çörek, peksimet ekmekleri vardı. Somun fırında, yufka ve bazlama sacda ve gömeç sıcak küle bastırılarak pişirilmekteydi (Şahin, 2008: 46). Çörek tandırda pişirilen yuvarlak ekmektir. Badem ya da safran konularak sade veya yağlı pişirilirdi (Kaşgarlı Mahmud, 1986: 338). Somun ve peksimet Bizans döneminin etkilerini göstermektedir. Bazlama, çörek, gömeç ise Orta Asya döneminin etkilerini göstermektedir. Zenginler beyaz buğday unundan yapılan pideleri yerlerdi. Yoksullar ve sufiler kepek ekmeği, arpa ekmeği, çavdar ekmeği yerlerdi. Ayrıca çocuklar aslan, kuş, deve gibi hayvan şekillerinden çörek yaparlardı. Bu yapılan ekmekler diğerlerinden daha pahalıydı (Merçil, 2000: 132).

Selçuklu sultanları tarım ve meyveciliğe önem vermişlerdir. Çifçilere tohum vermiş; çiftçileri vergiden muaf tutmuşlardır (Şahin, 2008: 45). Selçuklular döneminde meyveler

aşılana başlanmıştır (Mevlana, 626: 69). Selçukluların Anadolu'ya getirdikleri ürünlerin başında pirinç, tere, hıyar, kapruz, patlıcan, kavun, turunç, kayısı, limon sayılırdı (Çakmak, 2005: 87; Nesbitt vd., 2010: 336). Ayrıca Akdeniz bölgesinde limon, turunç, muz ve hurma yetiştirilirdi (Cahen, 1968: 158). Bununla birlikte Anadolu topraklarında çeşitli türde narlar vardı ve narın pekmezi ve şarabı yapılırdı (Çakmak, 2005: 116). Kayısı, erik, şeftali ve elma kurutulurdu ve ihraç edilirdi (Yasa, 1998: 65). Selçuklu döneminde çeşitli gıda ürünleri vardı. Et ürünlerinden; keçi, koyun, horoz, ördek, keklik, kaz, bıldırcın, geyik, ördek, tavşan, şirden, kelle, pastırma, kavurma, ceylandı. Tahıllardan; pirinç, arpa, buğday ve çavdardı. Süt ürünlerinden; kurut, yoğurt, tereyağı, peynir, sadeyağı, ağızdi. Meyve ve sebzelerden; asma yaprağı, turp, marul, hıyar, patlıcan, havuç, kereviz, nohut, mercimek, börülce, bakla, nane, reyhan, tere, kestane, fıstık, zeytin, hurma, kavun, dut, incir, erik, ayva, koruk, elma, üzüm, şeftali, kayısı, nardı. Baharatlardan; safran, sumak, misk, zencefil, karanfil, biberdi. Diğer gıda ürünleri ise; karıyağı, susam yağı, gülsuyu ve zeytinyağıydı (Çakmak, 2005; Işın, 2017: 198).

Selçuklu döneminde çeşitli yemekler vardı. Bunlar; kebablar, köfteler, yahnileri keşkek, pilavlar, tutmaç, börekler, borani, kalye, turcular, ıspanak yemekleri, kaygana, çorbalar, bulamaç aşı, tirittir (Cunbur, 1982: 76; Schimmel, 1974: 48; Perry, 2005: 58). Selçuklu döneminde tatlılar sevilerek tüketilmekteydi. Tatlandırıcı olarak şeker, pekmez veya bal kullanılırdı. Üzüm pekmezi, dut pekmezi ve nar pekmezi yapılmaktaydı. Helva yapımı yaygındı. Helva, kutsal günlerde insanlara dağıtılırdı (Şahin, 2008: 10). Selçuklu döneminin başkenti Konya'da şeker satıcılarının kendilerine ait hanları vardı. Ayrıca Konya'da helvacı çarşıları vardı (Şahin, 2008: 50; Merçil, 2000: 54). 1220 yılında şeker satıcıları mescid yaptırmışlardır (Merçil, 2000: 64). Tatlı kültürü şehir hayatına mensuptu. Köylerde tatlı yerine meyve ve sebze tüketilirdi (Çakmak, 2005: 87).

Selçuklu döneminde yapılan çeşitli tatlılardan bazıları; helva, ballı kadayıf, sensube, sabuni helva, müşebbek, paluze, zerde, gülbeşeker, pekmezli reçeller, ballı kaymak, nokul, karamuş, hoşaf, pişmaniye, akidedir. Helva; şeker, bal, yağ, fıstık, badem ve cevizle yapılırdı. Ballı kadayıf; yassı kadayıf olarak bilinirdi (Işın, 2008: 246). Sensube; tatlı ya da tuzlu içle hazırlanan tatlıdır. Sabuni helva; susam, nişasta, bal ve şekerden yapılmaktaydı. Müşebbek; yağda kızartılan hamur tatlısıdır (Perry, 2001: 421). Paluze; bal, gülsuyu, badem ezmesi, nişasta ve yağdan yapılan tatlıdır (Gökyay, 1980: 3). Zerde; safran, şeker ve pirinçten yapılırdı (Mevlana, 1990: 89). Gülbeşeker; şeker ve gülle yapılan tatlıdır.

Pekmezli reçeller; ceviz, elma, havuç ve ayvadan yapılırdı (Çakmak, 2005). Nokul; badem şekerine verilen addır (Işın, 2008: 51). Karamuş; sadeyağda kızartılıp şuruba batırılan tatlıdır (Nasrallah, 2007: 558). Hoşaf; şeftali, kayısı, elma ve kuru erikten yapılmaktaydı. Akide; kaynatılarak ağda haline getirilen üzüm veya şeker şirasıdır (Işın, 2017: 206).

Selçuklu döneminde ayran, şerbet, rakı, sirkengübin, şarap, fukka içilen içeceklerdi (Şahin, 2008: 54). Şerbet; zencefil, üzüm suyu, limon, nardenk, gülsuyu ve balla tatlandırılan şerbet çeşitleridir (Merçil, 2000: 53; Çakmak, 2005: 99). Bu dönemde şerbet sokaklarda satılmaktaydı. Bardakla ikram edilirdi (Merçil, 2000: 60). Bira; arpa, akdarı veya buğdaydan üretilen ve fukka denilen içecektir (Şahin, 2008: 54). Şarap; nar, hurma ve üzümünden yapılmaktaydı. Bu dönemde hükümdarlar şarap içerlerdi. Saraylarda şaraphane vardı (Şahin, 2008:54). Rakı; yönetici sınıf tarafından tüketilirdi. Ayrıca Karamanbey'in hergün rakı içtiği bilinmektedir. Bununla birlikte Orhan Bey, Geyikli Baba'ya hediye olarak iki yük şarap ve rakı göndermiştir (Şahin, 2008: 55).

### 2.6.3. Osmanlı Dönemi

Osmanlı mutfağının ulaştığı geniş alanlar Ortadoğu, Avrupa ve Güney Akdeniz yemekleri ile zenginleşmiş, farklı toplumlarla yapılan alışveriş çerçevesinde sürekli şekillenmiştir. Süt ve süt ürünleri, et ve türevleri beslenme sistemi Orta Asya'dan Anadolu'ya taşınmıştır (Ciğerim, 1999; Güler, 2010). Mısır'dan Macaristan'a kadar yayılan Osmanlı mutfağının dolması, baklavası, böreği, kadayıfı imparatorluğun yayıldığı coğrafyada sevilen yemeklerdir (Takats, 1958:19). Osmanlı mutfağında pek çok yemeğin ismi Arapça ve Farsçadır. Bunun sebebi ise kültürlerin karışmasıdır (Bilgin, 2008: 71). Osmanlı mutfağı 15.yy'dan beri özgün kimlik kazanmıştır. Fethedilen topraklara mutfak kültürlerini de ulaştırmışlardır (Işın, 2017: 211). Bunun yanında Osmanlı mutfağı Avrupa'yı da etkilemiş; İtalya'da sütlaca "riso turchesco", İngiltere'de karpuz "Türk kabağı" ve Avusturalya'da koz helvasına "Türk balı" denmektedir (Oxford English Dictionary, 2002).

Dini yasak ve gelenekler de köken konusuna ışık tutmaktadır. Örneğin Hristiyanların yaptığı etsiz yemekler vardır. Bu yemeklerin asılları etli yapılırsa da Hristiyanların Perhiz günlerinde yaptıkları etsiz yapmışlardır. Bu yemekler halk tarafından da sevilmiştir (Fahriye, 1882: 93). Ayrıca hayatlarını İslam'a göre dizayn eden Osmanlılar mutfakta da hassas davranmışlardır. Dolayısıyla helal anlayışı ile örtüşmüş ve domuz, midye, ıstakoz,

karidesi yememişlerdir (D’Ohsson, 1977: 27). Osmanlılarda, Selçuklulardan farklı bir beslenme anlayışı olarak gelişen bir diğer önemli kurum imarethaneler olmuş; Selçuklularda ve önceki dönemlerde şehirleşme için kullanılmıştır (Ergin, 1936: 35). Osmanlılar, Selçuklu ve daha önceki dönemlerin anlayışından farklı olarak; fiziki mekânların imarı yerine soyut anlamda yolcuların, hastaların, dul ve kimsesizlerin gönüllerinin imar edilmiş; yemeklerin pişirilen aş evlerine “imaret” demişlerdir (Öztürk, 1999: 34). Bu imarethaneler, hastaneler gibi topluma hizmet veren kamu kurumu olarak görüşmüş, ilk kez Orhan Gazi tarafından inşa edilmiştir (Kazıcı, 1981: 256).

Osmanlı döneminde insanlar yemeklerini yerken konuşmaz ve yemeklerini hızlı yerlerdi. Sohbetler ise yemek bittikten sonra yapılırdı. Ayrıca yemek yerken çatal-bıçak kullanılmazdı ve yemek Selçuklulardaki gibi iki öğün yenilirdi (Trepener, 2008: 62). 1539 yılına ait ziyafet defterinde Sultan Bayezid ve Sultan Cihangir’in sünnet düğünlerinde verilen yemeklerin dökümü belirtilmektedir. Bu sünnet düğününde çeşitli çorbalar, et, tavuk, av hayvanlarından kebab, yahni ve söğüşler, zeytinyağlı kabak ve patlıcan dolması, içecekler, reçel ve helvaikramı yapılmıştır. Ayrıca nadiren yapılan bu şöenler, devletin gücünün ve cömertliğinin sergilendiği ve sarayın halkla bütünleştiği özel günler olarak düzenlenmekteydi (Tercan, 1998: 35). Osmanlı döneminde sünnet ve evlenme düğünlerinin en görkemlisi ise III. Murad’ın Şehzade Mehmet için yaptırdığı şenliktir. Osmanlı mutfağı; “saray mutfağı” ve “halk mutfağı” olmak üzere ikiye ayrılmıştır.

### **2.6.3.1. Saray mutfağı**

Saray mutfağı İstanbul’un fethi ile başlamış ve 21. yüzyıl sonlarına kadar geliştirilmiştir. Osmanlı saray mutfağında sofralara oturma biçimi ve yemek adabı kanunlarla belirlenmiştir. İmparatorluğun çok kültürlü yapısının etkisiyle saray mutfağı başlangıçta mütevazıyken 16. yüzyıldan itibaren ülkenin gücünü ve zenginliğini yansıtmıştır (Mutluer, 2012: 12; Ünsal, 2011: 31). 15. yüzyılda yemeklerin çeşit olarak az ve sade; 16., 17. ve 18. yüzyılda görkemli dönem olmuştur. Bu dönemde çeşit ve fazla miktarda yiyecek tüketimine doğru hafif bir eğilim görülmüştür (Reindl-Kiel, 2006: 75; Hatipoğlu ve Batman, 2014). Osmanlı mutfağında yemekler kazanlarla, büyük mutfak aletlerle (kepçe, şiş, kaşık), çeşitli kaplarla (sürahi, kavanoz, maşrapa) ve ölçek, maşa, kürek gibi araç-gereçlerle pişirilirdi. Metalden yapılan kaplar ağırdı ve içindekileri pişirmek, kızartmak ya da fırına koymak için bunları mutfakta bir yerden bir yere taşımak zordu (Oberling ve

Smith, 2001: 28). Yemekler kalaylanmış bakır sahanlarda yenilir; altın, gümüş ve porselen gibi kaplar devletin gücünü göstermek için kullanılırdı. Abanoz, sedef, şimşir gibi kıymetli maddelerden yapılan kaşıklar seviyeli yöneticiler için kullanılırdı (Yerasimos, 2002: 36).

Saray mutfağı on bölümden oluşmuştur. İlk mutfak “padişah”, ikinci mutfak “Valide Sultan” ve “padişahın çocukları”, üçüncü mutfak “padişahın eşleri”, dördüncü mutfak “baş kapıcı”, beşinci mutfak “Divan-ı Hümayün”, altıncı mutfak “beyaz hadımlar” ve “Enderun’da görevli zülüflü ağalar”, yedinci bölümde “düşük rütbeli saray çalışanları”, sekizinci mutfak” cariyeler” ve “kadın hizmetçiler”, dokuzuncu mutfak “Kule erbabı”dır. Onuncu mutfakta “helva, şekerleme, tatlı, reçel” ihtiyaçlar karşılanırdı (Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 31). Bu mutfakların her birinin ayrı ocağı, fırını, aşçıları ve yamakları bulunurdu. 16. yüzyılda saray mutfağında, hamurculardan, simitçilerden, pilavcılardan, kebabçılardan, kuşanecilerden, sebzecilerden ve tatlıcılardan oluşan 60 kişilik bir usta aşçıları grubu ve 200 yamak çalışmaktaydı. Başlarında da üst rütbeli bir görevli olan Aşçıbaşı vardı. Közleme (2012)’ye göre “Aşçıları saray halkı için günde iki kez, Divan üyeleri, saray personeli, hizmetkârlar ve resmi ziyaretçiler için bir kez öğlen yemeği pişirirlerdi. Rütbelere göre aylık alırlar, pişirdikleri yemekler padişahı memnun ederse ödüllendirilirdi. Bunlardan bazıları kendi isimlerine vakıf kuracak kadar zenginleşmişlerdi”.

Saray halkı iki öğün yemek yerdi. İlki “sabah kahvaltısı”, ikincisi “akşam yemeği”ydi (Fisher, 1985: 30). Yemekler “bulgari” denilen deriden mamul serginin üzerine kurulmuş sofralarda yenirdi (Valensi, 1994: 100). Sofraya tek tabak konulur herkes burdan yemeğini yerdi (Forster, 1968: 52; Özcan, 1982). Anadolu’da kutsal sayılan ekmek Hitit döneminden beri yapılmaktadır. Ekmek Osmanlı mutfağını etkilemiştir. İtalyanların Rumlardan aldıkları pizzanın atası olan pide, Osmanlı sarayında Fatih Sultan Mehmed için peynirli veya kabaklı hazırlanmış, içine yumurta eklenmiştir (Barkan, 1979: 196). Daha sonraki dönemlerde ekmek ıspanaklı da yapılmıştır. Ayrıca kirde denilen başka bir ekmek türü de yapılmıştır. Kirde tandır pidesidir. 14.yy’da kirde zeytin, tereyağı, bal ve peynirle yenilmiştir (Akgündüz, 1990: 192). Kirde ekmeği kebab altına konulurdu. Ayrıca soğan ve yoğurtla yenirdi. Bu usul kebabçılarda “pide üstü şiş kebab” benzeridir (Işın, 2017: 229).

Osmanlı sarayında ekmek “has un” ve “fodula unu” şeklinde sınıflandırılan iki tür undan üretilmekteydi. Fodula unu “meyane” ve “harci” olmak üzere ikiye ayrılıyordu. Harci

ekmek sadece fodula ununun harci olanından; has ekmek hem has undan hem de fodula unundan yapılmaktaydı (Bilgin, 2008: 83). Osmanlı sarayında nan-ı mğdevver, nan-ı sükkeri, nan-ı pide, imam ekmeği, çörek, puğaça, gözleme, tavuk böreği, rikak, nükül gibi ekmek ve unlu mamullerde üretilmekteydi (Barkan, 1979: 196; Yerasimos, 2002: 136; Bey, 1977: 88). Yemekler kuzu ve koyun etiyle hazırlanan kebab, yahni, külbastı, kızartma ve köfteler, çok sayıda pirinç pilavı çeşitleri, tahıl ve baklagillere dayanan et suyu ile pişirilmiş çorbalar olmuştur. Ayrıca yaş ve kuru meyveler ile hazırlanan hoşaf, reçel, şerbet, şurup, etli dolmalar, börek çeşitleri, sebzeler ile hazırlanan tencere yemekleri, helva çeşitleri, tavuk ve balık ile hazırlanan kebab, yahni ve külbastılar, sütlü tatlılar, baklava, güllaç ve kadayıf gibi yemekler de yer almaktadır. Yemekler her zaman sadeyağı ile pişirilmekteydi ve baharat kullanımı yaygındı (Sürücüoğlu ve Özçelik, 2015).

Erken dönem Osmanlı saray mutfağında kuru-yaş meyveler, et ve pilavlarda kullanılmıştır. Et çeşiti olarak kuzu ve koyun eti kullanılmıştır. Tavuk ve piliç gibi kümes hayvanlarının yanı sıra güvercin, keklik, kaz, bildircin saray mutfağında yer almıştır. Balık, Osmanlı saray mutfağında sultan ve çevresi tarafından sevilerek tüketilmiştir. Sebze yemekleri Osmanlı mutfağında önemlidir. Enginar, ıspanak, kuşkonmaz, pazı, şalgam, tere gibi sebzeler yemeklerde kullanılmıştır (D’Ohsson, 1791: 31). Sıcak aylarda halk karpuz, hıyar ve yoğurt yerd. Hıyar küçük doğranır ve yoğurda eklenerek cacık yapılırdı (Tavernier, 1677: 92). Fransız gezgin Grelot çiğ meyve, salata ve hıyar yiyen insanlar u beslenme düzenini atının bile kaldıramayacağını söylemiştir (Grelot, 1683: 194). Bu görüşler çiğ sebze ve meyvenin hazzı zor ve zararlı yiyecekler olduğu inancının hakim olduğundandır (Işın, 2017: 218).Geniş ticareti olan Osmanlı İmparatorluğunda üretilen ve dışardan getirilen çeşitli gıdalar vardı. Örneğin, Hindistan’dan baharatlar, Mısır’dan şeker, Yemen’den kahve, Şam’dan üzüm şurubu ve Avrupa’dan permasan peyniri, Ege adalarından turunçgiller, Atina’dan bal, Mora’dan kuş üzümüdür (Özkan, 2007: 630; Bilgin, 2004: 133).

İspanyollar mısır, hindi, biber, domates gibi yiyecekleri Amerika’yı keşfederken bulmuşlardır, daha sonra bu gıdalar Osmanlı mutfağına girmiştir. Ayrıca balkabağına “mısır kabağı”, mısıra “mısır buğdayı” denmesi Mısır’ın ticaret merkezi olmasından kaynaklanmıştır (Işın, 2010: 170).Türk mutfağında kullanılan domates ve salçası 20.yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. Saray mutfaklarında pirinç, şeker ve beyaz mayalı ekmek çeşitleri tüketilmiştir. Domates, fasulye, patates, hindi, kakao, mısır, bazı kabak

çeşitleri Amerika kıtasının keşfinden sonra Osmanlı mutfağına girmiştir (Samancı, 2007). Hamur işi olanlar dışında tatlılar, turşular ve içecekler “helvahane” bölümünde yapılmıştır. Sarayda en fazla rabet gören tatlı “baklava”dır. Bir diğeri ise “kadayıf”tır. Ayrıca zerde, rub, zülbaye helvası, gül reçeli de sevilen tatlılardı. Turşulardan lahana turşusu, üzüm turşusu, nane turşusu ve kebere turşusu en sevilen turşulardı. İçecekler arasında; hoşaf, şerbetler, limon suyu, boza ve kahveden ibarettir. Alkollü içecekler dinden dolayı içilmezdi.

### 2.6.3.2. Halk mutfağı

Osmanlı İmparatorluğu döneminde halk mutfağı Türk mutfak kültürünü zenginleştirmiştir (Önçel, 2015). Halk mutfağında mutfak evlerin zemininde bulunurdu. Bu evlerde yemeklerin hazırlanmasından sorumlu olan kişi evin hanımı ve geliniydi. Bu dönemde yemek üretimi veya satışı için sütçü, muhallebici, börekçi, işkembe çorbacısı, yemişçi, sucu, yumurtacı, paçacı, fırıncı gibi esnaf vardı (Samancı, 2008:202). Yemek çeşitleri çorbalar, et yemekleri, deniz ürünleri, sakatat, sebze yemekleri, reçeller, hoşaf, mezeler ve salatalardır (Samancı, 2006: 19). Halk mutfağının yemekleri et ve tahıldan oluşmuştur (Serçeoğlu, 2014). Et ve sebzeler, taze tüketilmiş veya kurutulmuş ve kavrularak saklanmıştır. Misafirperver halk, hazırladıkları tüm yemekleri beğendirmeye çabalayarak yeni lezzetler ortaya çıkarmıştır (Yar, 2008; Güler, 2010).

Halk mutfağında yahnî tekniğiyle az su ve zeytinyağı ile pişirilen balık ve dana pilakileri yapılırdı. Dana eti, balık, midye ramazan ayında hazırlanırdı (Eren, 1999: 333). Soğan, ıspanak, kıyma gibi malzemeler sadeyağı içinde kavrulur; üzerine yumurta kırılırdı (Samancı, 2008: 213). Orta Asya Türk mutfak geleneğinin uzantısı olan yoğurt, 19.yüzyılda Osmanlı halk mutfağında yaygındı. Süt, yoğurt, süt ürünleri pazarlardan satın alınırdı (Samancı, 2008: 206). Domates, biber, patates, mısır ve zeytinyağı, önceleri saray ve konak mutfaklarında yapılan yemeklerde kullanılırken daha sonra lokanta ve halk mutfağında yer alarak yaygınlaşmış ve hemen her yörede zeytinyağı yemeklerde kullanılmıştır (Akın vd., 2015). Halk, yemeği farklı tatlandırıcılar veya farklı şekillerde yapmış; farklı olarak adlandırmıştır (Merdol Kutluay, 2012: 160).

Osmanlı halk mutfağında bal, pekmez ve kuru meyveler halk mutfağında tatlı yapımında kullanılan tatlandırıcılardı (Samancı, 2008: 206). Osmanlı dönemi halk mutfağında

baharatlar çok kullanılırdı. En çok kullanılan baharatlar kimyon, safran, hardal, kişniş ve tarçın olmuştur (Baysal, 2012: 123). Halk mutfağında tatlandırıcılardan nane, reyhan, maydanoz, sarımsak, fesleğen, soğan, salça ve biber kullanılmıştır (Sürücüoğlu, 1999: 49). Bu dönemde açları doyurmak için vakıf imarethaneleri kurulmuş ve bu imarethanelerde halka ekmek, çorba, et-sebze yemekleri, pilav, ballı tatlı, helva ve zerde verilmiştir (Öztürk, 1999: 29).

### **2.6.3.3. Cumhuriyet dönemi ve Avrupa**

Cumhuriyet dönemi, 1923'ten günümüze uzanan dönemdir (Güldemir, 2014). Bu dönemde Türk mutfağı hemdiğerdönemlerin özelliklerini yansıtmış hem de Türkiye'nin her bölgesinde farklı özellikler sergilemiştir (Gürsoy, 2011). Tanzimat döneminde batılılaşma toplumsal alanda değişiklik yaratmış, bu değişim Türk mutfağı ve sofraya kültürüne de etki etmiştir. Bu duruma masa ve sandalyede çatal ve bıçak ile yemek yenmesi, Fransız yemeklerinin Türk sofralarında yer alması örnek gösterilmektedir (Samancı ve Croxford, 2006:14). Sosyal ve kültürel değişiklikler zaman içerisinde kendi kültürünü koruyan ve yenilikleri bünyesinde barındıran Türk mutfak kültürünü oluşturmuştur.

19. yüzyılda sanayi devriminin olması mutfakta yemeklerin üretim biçimini etkilemiştir. İlk olarak beyaz yapılan yemeklerin yerini bol domatesli ve salçalı yemekler almıştır. Salçaların gelmesi baharat tüketimini azaltmıştır. Ayrıca yemeklerde meyveler ve şerbet tüketimi azalmıştır (Bilgin, 2011: 243). Bununla birlikte mutfaklarda kaplar değişmiş ve Avrupa, Amerika ve Uzak Doğu mutfaklarında yer alan bazı yemekler Türk mutfağı reçetelerine geçmiştir. Bu dönemde Avrupa'da ticaret genişlemiş, milletler güç kazanmış, ulus devletler çoğalmış ve Sanayi devrimi başlamıştır. İngiltere, dünya ticaretinde önde olmuştur. Fakat Fransa dünya durumuna ayak uyduramamış, Fransız devrimi olmuştur. Ardından Avrupa'da devrim dalgaları yaşanmıştır. Devrimler sonucunda çeşitli ülkeler kurulmuş ve feodalizme son verilmiştir (Merriman, 1996: 670). Gelişmekte olan dünyanın getirdiği milliyetçi duygusu yemeklere de yansımıştır. Bu durum, Fransa'da politikacı ve gastronom Jean Anthelme Brillat-Savarin'in "Milletlerin kaderi, yediklerine bağlıdır" sözüdür (Işın, 2017: 359).

Dünya'da en çok Fransız aşçıları rabet görmüştür (Strong, 2003: 231). Daha sonra İtalya tek ülke haline gelmiş ve kendi bölgesel mutfaklarına karşı ilgi uyanmıştır (Strong, 2003:



284).Fransa’da sosyal hayatta ön plana çıkması, damak zevkine hitap etmesi gibi etmenler yemeğin önemini artırmıştır. Mutfak sistematik düzene oturtulmuş, kurallar oluşturulmuştur. Restoranlar Paris’te kurulmuş, öğle yemeği restoranlarda yenilmeye başlanmıştır. Öğle yemeği daha önceki dönemlerde atıştırılabilirlik olarak geçiştirilirken bu dönemde ana öğün haline gelmiştir. Dolayısıyla kahvaltı anlamına gelen “dejeuner” kelimesi öğle yemeği için kullanılmıştır (Lucraft, 1999: 30). Daha sonraki yıllarda aşırı lüks restoranlar kurulmuş ve kitaplar yayınlanmaya başlanmıştır. Bu kitaplarda aşırı lüks yemeklere yer verilmiştir (Menon, 1756: 7).

Yemek kitapları sayısı bu dönemde artmıştır. Avrupa mutfağını etkileyen kitaplardan biri, 1733 yılında üç ciltlik çıkan kitaptır. Bu kitabı Fransız aşçı Vincent La Chapelle yazmış ve her yemeğin adını asiller ve ileri gelen kişilerin adı oluşturmuştur (Strong, 2003: 214). Buna örnek olarak “Beşamel Sos” gösterilmektedir (Snodgrass, 2005: 269). Daha sonraki yıllarda ansiklopedi benzeri yemek kitapları, ev kadınları ve orta halliler için yazılan kitaplar basılmıştır (Hunter, 1980: 30).Bu dönemde aşçılığın estetik ve bilimsel uğraş olduğu kabul edilmiştir (Ferguson, 2004: 47). Dönemin ünlü iki aşçısı sayesinde Fransız mutfağı dünyada en çok tercih edilen mutfak olmuştur. Eski dönemlerde basit hamur yapan pastacı dükkânları, bu dönemde zenginler tarafından rabet görmüş ve bu dükkânlar pastaneye dönüşmüştür (Dumas, 1978: 208).

Bu dönemde İngiltere ve Fransa mutfak konusunda rekabet halindeydi. Fransız mutfağın ilgi görmesini eleştiren İngilizler Fransız mutfağına ait olan yemeklerin sağlıklı ve doyurucu olmadığını iddia etmiştir (Tannahill, 1988: 246; Drummond ve Wilbraham, 1991: 214). Hatta bu durum daha ileri boyuta taşınmış; İngilizler Fransızlara “kurbağa”; Fransızlar ise İngilizlere “rosbif” demişlerdir (Işın, 2017: 362). Fransız ve İtalyan mutfaklarında genellikle salata ve meyve kullanılmaktaydı. Bunları tüketirken pişirirlerdi. Çünkü bu iki ülke pişirilmeden yemenin sağlığa zararlı olduğunu düşünürlerdi. Hatta Fransız hekim Pouqueville de, Osmanlıların yazın meyveleri çiğ tükedikleri ve şarap içmedikleri için veba oldukları görüşündeydi (Sestini, 1806: 71). İngiliz yazar James Silk Buckingham ise dut ve marul yemenin çiçek hastalığına neden olduğunu iddia etmiştir (Buckingham, 1827: 153).

Avrupa’da kullanılan gıda ürünler; patates, domates, margarin, etler, havyardı. Yemekler ise; ketçap, beşamel, mayonez, quiche, croissant, fricasseedir (Işın, 2017: 369; Davidson,

2006: 228). Tatlı ve şekerlemeler ise; sufle, gâteau, çikolata, bonbondur (Machet, 1803: 86; Bertrand, 1780: 374).Türk mutfağında pişirme teknikleri şişli, kaynatma, fırınlama ve kızartmadır. Bu teknikler günümüz mutfağında aynı olmakta ve kullanılan mutfak teknolojisiyle şekillenmektedir (Beşirli, 2013: 127). Günümüz Türk mutfağındaki değişiklikler toplumsal yapı ile alakalıdır. Bu değişimlerin sebebi; küreselleşme, kadının çalışma hayatına girmesi, hızlı nüfus artışı, kentleşme, okur-yazar oranı artışı, yeni lezzetlerin ortaya çıkışı gösterilmektedir (Durlu-Özkaya ve Cömert, 2017: 36).

## 2.7. Yörelere Göre Türk Mutfağı

Türk mutfağında bölgesel farklılıklar nedeniyle farklı yemek türleri mevcuttur. Bu yemekleri yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıkları şekillendirmektedir (Ciğirim, 2000: 49). Yaşanılan bölgenin iklimi ve tarımsal ürünleri o bölgenin mutfak kültürünü şekillendirmiştir (Bara ve Batman, 2013: 136). Bu nedenle “yöresel mutfak” kavramı ortaya çıkmıştır (Cömert, 2014: 64). Türkiye farklı yeme-içme kültürlerini bir arada barındırdığından dolayı dünyanın en zengin üç mutfağından biridir (Yergaliyeva, 2011: 62). Yöresel Türk mutfağında yemek kültürü ve sofrada adabının olması saray mutfaklarındaki yiyecek ve içecekleri çeşitlendirmiştir. Yöresel mutfaklarda hayvansal ve bitkisel beslenme devam etmiş, Türk mutfağında pişirme yöntemleri, yemek çeşitleri ve servisleri kendine özgü olmuştur (Halıcı, 2003).

Türkiye’de yörelere göre farklılaşan mutfaklar; coğrafi, ekolojik, kültürel, ekonomik, sosyal ve tarihi pek çok özelliğın etkilerini barındırmaktadır. Bölgelerin yöresel farklılıkları iller arasında bile değişiklik göstermektedir (Kesici, 2012: 36). Türkiye’de hemen hemen her şehirde bitkiler, sebze ve meyveler, yemekler ve içecekler olmak üzere irili ufaklı gastronomi festivalleri düzenlenmektedir. Yerel festivaller olarak Malatya Kayısı Festivali, bölgesel festivaller olarak Güneydoğu Yemekleri festivalleri, tek alanlı festivaller olarak Mengen Türk yemekleri festivali örnek gösterilebilmektedir (Atak, 2009: 40; Ekin, 2011: 24; Ertaş ve Karadağ, 2013). Türkiyenin 7 bölgesi vardır ve her bölgenin kendine özgü yemekleri vardır. Bu bölgeler ve bu bölgelerin yemek kültürü şu şekildedir:

*Akdeniz Bölgesi:* Akdeniz bölgesinin beslenme sistemi tahıl, zeytinyağı, su ürünleri, sebze-meyve, süt ve süt türevleri, şarap ve baharatlardır. Akdeniz bölgesinin beslenme sisteminde ilk sırayı tahıl almakta ve özellikle buğdayın tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Bulgur,

kuskus, firik gibi ürünlerin kullanımı Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaygındır.

Tahıllarla yapılan yemekler şunlardır:

- Çorbalar: Analıkızlı, yüksük, ekşili
- Dolmalar: Patlıcan, yeşil-kırmızıbiber, kabak, asma yaprağı
- Börek ve Çörekler: Su böreği, sıkma, saç
- Köfte ve pilavlar: Sarımsaklı, mercimek, ekşilidir.

Zeytin ve zeytinyağı Akdeniz mutfağının beslenme biçiminde ikinci sıradadır. Özellikle Hatay ilinin zeytinyağı geleneksel üretimi günümüzde de devam etmektedir. Akdeniz bölgesinde deniz ürünleri tüketilmektedir; fakat bu bölgeden deniz ürünü verimsizdir. Dolayısıyla Akdeniz bölgesinde kebablar, pideler yaygındır. Et, bulgur, pirinç veya sebzeler karıştırılmakta ve tüketilmektedir. İçli köfte, simit kebabı, orman kebabı, dolmalar, etli sebzeler bunlara örnektir. Turunçgillerin anavatanı Akdeniz bölgesidir. Diğer yetiştirilen sebze ve meyveler ise; kırmızı pancar, bamya, pazı, patlıcan ve salatalıktır. Sebzelerin çoğu kuşbaşı etli, soğanlı ve sulu pişmektedir. Karnıyarık, musakka, kabak-patlıcan kızartması örnek gösterilmektedir.

*Karadeniz Bölgesi:* Bu bölgenin bir kısmının gelir kaynağı tarımdır. Türkiye mısır üretiminin %45'ini, fındık üretiminin %80'inden fazlasını, çay üretiminin %65'ini bu bölgeden karşılamaktadır. Ayrıca, fasulye, pirinç, soğan, ayçiçeği, elma, patates, tütün bu bölgede yetiştirilen diğer tarım ürünleridir. Karadeniz bölgesinde hayvansal gelir kaynağını balıkçılık oluşturmaktadır. Fakat sahil kesiminden uzaklaşınca bu oran düşmektedir. Deniz ürünlerinden hamsi her yemek türünde kullanılmaktadır. Hamsili tava, buğlama, hamsili pide, hamsili pilav, hamsi köftesi örnek gösterilmektedir.

Çorbalar kıyı ve iç bölgelerde farklılık göstermektedir. Kıyı bölgelerinde balık, lahana ve çeşitli otlarla çorbalar yapılmaktadır. İç bölgelerde ise tarhana türleri yaygındır. Baklalar kıyılarında dolmalarda ve sarmalarda kullanılmaktadır. Sebzeler ezme ve mıhlama olarak değerlendirilmektedir. Mantarlar çorbalarda, böreklerde ve çeşitli yemeklerde kullanılmaktadır. Süt Karadeniz bölgesinde yaygın kullanılmaktadır ve süttten çeşitli tatlılar yapılmaktadır. Karadeniz bölgesinin meşhur yemekleri şunlardır: Paşa pilavı, laz

böreği, baklava, helva, mısır ekmeği, muhlama, kuymak, turşu kavurması, manca (sulu yemekler), hamsili pilav, hamsi çığırtasıdır.

*Ege Bölgesi:* Zeytinyağı ve salatalar, hindiba, arapsaçı, labada, kümüle, dalgan, sarmaşık, keme diken, turpotu, hardalotu, radika, kevketi bostan, ebegümece, hardalotu, roka, çibes gibi otlarla çeşitli yemekler yapılmakta ve yemeğe lezzet katmak için eklenmektedir. Ayrıca dalyan böreği, İzmir köfte, bulgur işleri, küp eti, güveç, yahni, kavurma, köfteler, yaprak sarması, domates-biber-patlıcan dolması sevilen ve yapılan yemeklerdir. Çorbalardan kızılıcık tarhanası, oğmaç, miyane çorbası, tutmaç sofralarda yer almaktadır. Erişte, tarhana, bulgur tüketilmektedir. Biber, fasulye, patlıcan yaz aylarında kurutulmaktadır. Ayrıca salça, bulgur, erişte, tarhana, nişasta, turşu evlerde hazırlanmaktadır. Haşhaslı ekmek, parmak pide, cimcik, mantı, gözleme, su böreği sevilme ve tüketilmektedir. Yemeklerde iç veya böbrek yağından sızdırılan don yağı kullanılmaktadır. Kaymak, patlıcan böreği, pırasa, maydanoz musakkası yapılmaktadır.

*İç Anadolu Bölgesi:* Çorbalardan püskütan çorbası, pancar çorbası, keş, kesme, toyga, tarhana, takıtlı çorbası tüketilmektedir.

Koyun eti tüketilmekte; dana ve sığır etleri sucuk ve pastırma yapımında kullanılmaktadır. Sebze et, Sivas tavası, soğanlı et, çirli, pehli, söğüş yemekleri yapılmaktadır. Evelik, ısırgan, ebegümece, gelinparmağı otları kullanılarak yemekler pişirilmektedir. Buğday, kuzukulağı, madımak yemekleri zeytinyağı ile pişirilmektedir. Çiğ börek, gözleme, bükme, etli ekmek, tirit hamur işleri pişirilmektedir. Ayrıca yemeklerde zeytinyağı ve tereyağı kullanılmaktadır.

*Güneydoğu Anadolu Bölgesi:* Bu bölgede malhita, maş, lebeniye, un, yoğurtlu döğme, öz, tavuk, tarhana, aşure, şehriye, muni çorbaları yapılmaktadır. Karakavurma, borani, sarımsak aşısı, pişi, börek çorbası (tutmaç) yapılmaktadır. Yemeklere safran, nane, yoğurt, kırmızıbiber, sarımsak, sadeyağı, karabiber, hasbir konulmaktadır. Yoğurtlu sebze yemekleri ve salçalı sebze yemekleri yapılmaktadır. Yoğurtlu sebze yemeklere patates, soğan, keme, kuru fasulye, bakla, sarımsak, acur, çiğdem konulmaktadır. Salçalı sebze yemekleri “tava” adıyla anılmaktadır. Patates, keme, fasulye, bakla, sarımsak, bamya, kenger, ceviz, domates, erik, etli salçalı yemekler yapılmaktadır. Bu bölgede musakka etle yapılmaktadır. Bu bölgede baharat kullanımı yaygındır. En değerli baharat isottur.

Özellikle çiğköfte ve kebab acılı yapılmaktadır. Ayrıca bostana yemeği ve şıllık tatlısı ünlüdür.

*Doğu Anadolu Bölgesi:* Et, bakliyat, hayvansal ürünleri, tahıllar ve kurutulmuş sebze ve meyveler önemlidir. Bu bölgede her mevsim et kullanılmaktadır. Sığır, koyun, kuzu eti kullanılmaktadır. Cağ kebabı, Erzurum ketesi, lavaş, taptapa, Erzurum pastası, kavut, çatçingir, otlu peynir, kadayıf dolması meşhurdur. Yemeklerde kuru fasulye, evelik, kızılca, maydanoz, kekik, helis, manda, hotoz ebe gümesi, madımak (kuşekmeği), yeşillikleri kullanılmaktadır.

*Marmara Bölgesi:* Bu bölgede etli yemekler önplandadır. İskender kebabı, Tekirdağ köftesi, İnegöl köftesi, kestane şekeri, elbesan tava, papaz mancası, gavata, keşkek, makarna, kuskus, tarhanası ünlüdür. Mısır unu, püreşe, zennig yöreye özgü yemeklerdir. Üzümden elde edilen şıranın içine irmik atılmakta ve koyulaştırılarak “şıra tarhanası” elde edilmektedir.

## **2.8. Yenilikçilik Tanımı**

İnovasyon Latince “innovare” kökünden türeyen ve “yeni ve değişik bir şey yapmak” anlamına gelen sözcüktür (Işık ve Türkmendağ, 2016; Can, 2007: 7). İnovasyon kelimesinin Türkçe kelime karşılığı “yenilenme” dir. Başka bir tanımda inovasyon, hem süreci hem de sonucu anlatmaktadır (Demirdöğen vd., 2016). İnovasyonu süreç olarak tanımlamak gerekirse; yeni ürün için fikrin pazarlanması veya toplumsal hizmet yöntemine dönüştürülmesidir. Bu tanımla beraber pazarlanabilir yeni ya da geliştirilmiş ürün veya hizmettir (TÜSİAD, 2003: 23). Bununla birlikte inovasyon yenilikçiliğin benimsenmesi, fikirlerin ve davranışların üretilmesi, geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Damanpour, 1996).

Birçok disiplinin çalışma alanı içerisinde bulunan yenilikçilik kavramı farklı perspektiflere göre değişik şekillerde tanımlanmaktadır (Damanpour vd., 2006). Sicimoğlu (2016) yenilikçilik için “gelecek ya da yenilik olarak düşünmek değil, kaçırılan eskilerin yeniden geleceğe döndürülmesi üzerine gerçekleşir” ifadesini kullanmıştır (Sicimoğlu, 2016). Yenilikçilikte yeni fikirler ortaya konulup rekabet ortamı yaratılmaktadır (Kırım, 2006: 5). Diğer bir tanımda ise yenilikçilik; yeni ürün veya hizmete yeni yöntem ve tekniklerle değişiklik yapılmasıdır (Schmookler, 1966). Ayrıca organizasyon için yeni olan

değişikliğin gerçekleşmesi şeklinde de tanımlanan bu kavram fırsatları yeni fikirlere dönüştürme ve bu fikirleri kullanarak pratiklere ulaşma sürecidir (Knight, 1967; Flynn vd., 2003). Başka bir tanıma göre inovasyon toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmasıdır (Üstel ve Kabatepe, 2006: 18). Aynı zamanda inovasyon bilim ve teknolojinin ekonomik ve toplumsal yararını sağlayıp yenilenmesidir (Yamaç, 2001).

Yenilikçilik terim olarak birçok anlam taşımaktadır (Goldsmith ve Foxall, 2003). Yenilikçilik organizasyonun refahı için hayati süreçtir (Roffle, 2009). Dolayısıyla yenilikçiliği yeni ürünler, yeni teknikler, yeni organizasyon biçimi, arama ve keşfetme süreci oluşturmaktadır (Averaete vd., 2003). Ayrıca rekabet gücünü artırarak yeni ürün ve fikirlerin benimsenmesiyle kar elde edilmesidir (Roffle, 2009). Kucmarzki (2003)'a göre yenilikçilik vizyonu gerçeğe dönüştüren şu anın ötesine geçme inancını temsil eden bir dizi değerdir (Kucmarzki, 2003). Damanpour (1996)'a göre yenilikçilik "kabul eden örgüt için eniyi fikir veya davranışı benimsemektir". Drucker (1985)'e göre yenilikçilik "girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araçtır ve kaynaklara yeni kapasite yaratma yeteneği kazandırır. Bir disiplin, öğrenme yeteneği, uygulama yeteneği olarak gösterilme özelliğine sahiptir". Ayrıca yeni ürünün pazarlanması ya da yeni sürecin ilk kez ticari amaçlı kullanımı için yürütülen tasarım ve üretimdir (Freeman, 1982: 190).

Yenilikçilik tüm dünyanın üzerinde durduğu ve çeşitli çalışmaların yapıldığı konudur. Çünkü ülkeler toplumun refah düzeyini, ekonomik büyümeyi, istihdamı ve rekabeti artırmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla yeni ürün geliştirmek ve geliştirilmiş ürünlerin kalitelerini artırmak, kar seviyesini yükseltmek, küresel krizde maliyetleri düşüren ve verimliliği artıran ürün veya hizmetler önemlidir. Hatta içinde bulunulan koşullara uyum sağlanması ve bunların fırsata dönüştürülmesi yenilikçiliğe değer yaratmaktadır (Kanber, 2010: 1).

Pek çok etki kaynaklı olan yenilikçiliğin net anlaşılması önemlidir. Çünkü yenilikçilik hafif değişen görgüler şeklinde tanımlanmakta ve farklı yönlerine vurgular yapılmaktadır (Arıkan, 2008: 4). Yenilikçilik birkaç açıdan kavramsallaşan ve farklı açıdan incelenen terimdir (Camison-Zornoza vd., 2004). Ayrıca yenilikçilik karmaşık yaratma ve yayma süreci nedeniyle çok boyutlu karaktere sahiptir. Dolayısıyla yeni bir ürün, yöntem veya buluş olduğu söylenebilmektedir. Yenilikçiliğin önemi 1930 yılında Avusturyalı

ekonomist Joseph A. Schumpeter tarafından vurgulanmıştır. Schumpeter yeni ürünlerin yer alması var olan ürünlerin fiyatlarından daha önemli olduğunu savunmuştur (Akyos, 2006). Bununla birlikte tüketicilerin aşına olmadığı malların yeni üretim yöntemleriyle, yeni piyasada arz kaynağı yaratmanın önemini de vurgulamıştır (Schumpeter, 1934). Bu çalışmada Türk mutfağına ait çeşitli yemekler “yenilikçilik” tanımı düşünülerek yeni tariflerle tekrardan yapılacak ve panelistlerce duyuşsal analizi gerçekleştirilecektir.

### **2.8.1. Yenilikçiliğın Özellikleri ve Önemi**

Şiddetli rekabetin hâkim olduğu ve karmaşık rekabetin yaşandığı ortamlarda sürdürülebilir rekabet avantajı vardır. Dolayısıyla teknolojik gelişme ve kaynak kıtlığı altında faaliyet gösteren işletmeler hayatta kalmak için yenilik yapmaktadır (Naktiyok, 2007). Yenilik yapan işletmeler, pazara ve teknolojik değişimlere uyum göstererek güçlü pazar oluşturmaktadır. Bunun sonucunda ortaya çıkan ürün, sistem ve teknoloji ortamı oluşturularak rakip işletmeleri uzaklaştırmaktadır. Yapılan yenilikler işletmelere kendi bünyesinde güçlenme imkânı sağlamaktadır (Hornsby vd., 2002: 254). Yenilik yapmak için yaratıcılığı artıracak stratejiler geliştirilmiştir. Bu stratejiler;

- Yeni fikir üretimi için cesaret,
- Yaratıcılık becerisi kazanma,
- Kültür, iklim ve teknolojinin yaratıcılık ile uyumudur (Uzkurt, 2008: 29).

Tüm bireyler tanımlanmış veya tanımlanmamış tüm ihtiyaçların veya problemlerin çözümü ile karşı karşıya kaldıklarında yeniliğe başvurmuşlardır (Gorman, 2007: 8). Dolayısıyla yenilikçiliğın çeşitli özellikleri vardır. Bu özellikler; geri dönmezlik, süreklilik, birikmiş yapı, bütünsellik ve belirsizliktir. Yenilikçilik geriye dönmezlik özelliği gösterdiğinden dolayı ürün yenilikçiliği eskisinin yerini aldığında eski ürün pazarda tekrar görülmemektedir. Süreklilik; yeni ya da iyileştirilmiş ürün, hizmet ya da süreci geliştirmenin yolu, farklı düşünmekten ve yeni fikirler üretmekten geçmektedir. Ortaya atılan, geliştirilerek işler hale getirilen ve rekabet gücü kazandıran fikirlerin değerlendirilmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2003: 33). Yenilikçilik birikmiş bir yapıya sahip olmasından dolayı yenilikçilik bilimsel esaslar üzerine kurulmakta ve başka yeniliklerin geliştirilmesine de temel oluşturmaktadır. Geliştirilen her yenilikçilik temel oluşturarak gelecekteki yeniliklere öncülük etmektedir (Vatan ve Zengin, 2014). Ayrıca belirsizlik,

risk alma, derinlemesine araştırma, uzmanlaşma ve test etmeyi içermediği süreçlerdeki belirsizliklerin rolü bulunmaktadır.

Yenilikçilik bütünsel faaliyet olarak algılanamaması önemli sorunlara yol açmaktadır (Elçi, 2006: 4). Dolayısıyla bilgi artık üretim faktörlerinin başında gelmekte ve tüm bilgi kaynakları büyük önem kazanmaktadır. Ayrıca teknolojik değişim, rekabet ortamına neden olmaktadır (Güleş ve Bülbül, 2004: 42). Dolayısıyla rekabet gün geçtikçe zorlaşmakta, bilginin hızla yayılması sonucu yenilikler çabuk eskitilmektedir. Bunun için insanların talep ve ihtiyaçlarını karşılayacak alternatifler sunularak yaratıcı fikir ve uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır (Bakan, 2004: 59). İşletmelerin inovasyon yapmaları için çeşitli nedenleri vardır. Bunlar; büyüme isteği, kaynak ve yetenekleri farklı alanda deneme, ekonomik ölçekler, işletme içi finansal durum, pazar gücü ve kişisel yönetimdir (Afuah, 2009: 109).

İnsanlar yaşadıkları dönemlerde daha iyisini yapmak için arayış içine girmiştir. Yenilikçilik her çağda var oluş ve yaratıcı yıkımın farklı derecelerini içinde barındırmıştır (Fegerberg, 2005: 1; Leonard-Barton, 1992). Günümüzde hemen hemen tüm alanlarda yenilikçiliğin etkisi görülmektedir. Dolayısıyla yenilikçiliğin önemini anlamak için insan hayatını kolaylaştıran bu gelişmişlik düzeylerinin bir an için var olmadığını ve bunların yokluğunun hayatı nasıl etkileyebileceğini düşünmek yeterlidir. Değişen çevre yenilikçiliğe önemli katkı sağlamaktadır. Değişen çevre rekabet ortamı yaratmakta ve uzun vadede örgütsel başarıyı sağlamaktadır (Dyne vd., 1994). Günümüzde çevresel değişim ve karışıklık düzeyi hızlıdır. Yenilikçilik çevresel değişimlere yönelik oluşturdukları yanıt ve süreçtir (Damanpour, 1992). Yeni fikirler ve bu fikirlerin uygulanması yenilikçiliğin yapı ve süreci bakımından önemlidir (Armbruster vd., 2008). Yenilikçilik kalite, esneklik, süreç gibi unsurlar önemli iyileştirme sağlayarak ürün performansını olumlu etkilemektedir (Mentor, 2009: 9).

Yenilikçilik türleri birbirlerini bağlayan halkalardır ve bu halkalar riskli ve karışıktır. Bundan dolayı rekabet, baskı, teknolojik gelişme ve çevre insanların beklentilerini farklılaştırmaktadır (Çavuşoğlu vd., 2015; Biçkes ve Özdevecioğlu, 2016). Yenilikçilik ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel olarak dörde ayrılmaktadır.



*Ürün yenilikçiliği;* Pazar odaklı olarak geliştirilen ve insanların ihtiyaçlarını karşılayan pazara sunulan mal veya hizmetleri ifade etmektedir (Sarooghi vd., 2015; Chuang, 2005). Bununla birlikte yoğun rekabet, talep ve teknolojinin sonucu olarak ürün yeniliği insanlar için önemlidir (Denton, 1999). Bu özelliklerine ve kullanım amacına göre yeni geliştirilmiş ürün piyasaya sürülmektedir. Piyasaya sürülen yeni ürün bilgi birikimini içermektedir (Emeksizoglu, 2008: 8). Dolayısıyla yenilikçilik olarak ürünün kullanım alanları mevcut üründen farklı olmalıdır. Kısacası üretilen yeni ürünler yeni pazar ve tüketicilerle buluşarak mevcut durumdan farklı değişimler yaparak insanların memnuniyet düzeyini artırmayı amaçlamaktadır (Wan vd., 2005). Ürün özelliklerindeki değişiklikler ürün yeniliği diye adlandırılmaktadır ve ürünün özelliklerinde değişiklik yapılmaması durumunda tasarım değişiklikleri içermemektedir. Bu tez çalışmasında ürün olarak Türk yemekleri kullanılmış, mevcut yemek tarifleri değiştirilerek ürün yeniliği yapılmıştır.

*Süreç yenilikçiliği;* Yeni ve önemli ölçüde iyileştirilmiş üretim ya da teslimat yönteminin uygulanmasıdır. Süreç yenilikçiliğinde teknikler, ekipmanlar ve yazılımlarla gerçekleştirilen değişiklikler bulunmaktadır (Demir ve Demir, 2015: 96)

*Pazarlama yenilikçiliği;* Ürün tasarımında veya ürün tanıtımında değişiklikler içeren pazarlama yöntemidir (Manual, 2005: 49).

*Organizasyonel yenilikçilik;* İş uygulamalarında, organizasyonlarda ve dış ilişkilerde yeni organizasyonel yöntemin uygulamaya konmasıdır (Demir ve Demir, 2015: 95-96)

### **2.8.2. Türk Mutfağı-Yenilikçilik İlişkisi**

Girişimcilik eğilimine sahip olan bireyler hayatta başarılı olmaktadır (Top, 2008: 15; Mike ve Oransay, 2015). Dolayısıyla, bu kavramın Türk mutfağında kullanılması, Türk yemeklerinin modern çağa uydurulması fayda sağlayacaktır. Günümüzde yenilikçilik her alana yayılmış ve yerel yemekleri etkilemiştir. Hızla gelişen teknoloji, yaşam ve çevre insanları motive etmede yenilikçiliği zorunlu kılmaktadır (Looney, 2009: 5). Ülkemizde yerel yemekler yenilikçiliği teşvik etse de, girişimcilerin yer almadığı camiada yenilikçiliğin gerçekleşmesinin zor olacağı değerlendirilmektedir.

Yerel mutfakta davranış boyutları; girişimcilik vizyon geliştirme, hedefi kabullenme, destek sağlama, uyarım, davranış modeli oluşturma ve performans beklentisidir. Türk mutfağında yenilikçiliği uygulayabilmek için profesyonel aşçılara ve yemekleri tadacak panelist veya gurmelere ihtiyaç vardır. Türk mutfağında yenilikçilik yapılırsa doğabilecek sonuçlar şunlardır;

- Türk mutfağına yapılan yeniliklerle yeni lezzetler yaratılabilir.
- Türk mutfağında vizyon geliştirilebilir.
- Türk mutfağında yapılan yeniliklerde risk alınarak başarılı olabilir.
- Türk mutfağına yapılan yeniliklerle stratejiler geliştirilebilir.
- Türk mutfağında yapılan yeniliklerde değişime uygun yemek kültürü oluşabilir.
- Türk mutfağındaki yeniliklerde çevre ve teknoloji çok iyi gözlemlenerek mevcut ürünlerin değişimine cevap verilebilir.

Yenilikçilik üç süreçten oluşmaktadır. Bunlar; fikir üretme, üretilen fikri gerçekleştirme ve üretilen fikrin ticarileştirilmesidir. İlk aşamayı fikir üretme oluşturmaktadır. Bu aşamada insanlar araştırmalarda yenilikçilik için yeni fikirler toplamakta ve topladıkları fikirler arasından seçim yapmaktadır. Bu fikirler var olan teknolojik imkânların ya da pazarların var olması ve insanların bunlara talep etmesiyle şekillenmektedir (Sattler, 2011: 12; Uzokurt, 2008: 103).

Fikir üretme aşaması insanların ihtiyaçlarının farkına varılmasıyla ilgilidir. Fırsatlar fark edilince, meydana gelen yenilik fikirleri birçok soruya yanıt aramaktadır. Bunlar:

- Bu fikir işe yarayacak mı?
- Bu fikir uygulanacak mı?
- Bu fikir insanlar için anlam ifade edecek mi?
- Bu fikir maliyet açısından uygun mu?

Yukarıdaki sorular bu tez çalışmasında yapılacak olan yemekler için düşünüldüğünde şu sorular sorulacaktır.

- Türk mutfağına ait olan yemeklere yeni tariflerin uygulanması işe yarayacak mı?
- Yeni tarifler daha sonraki zamanlarda uygulanacak mı?

- Yeni tarifler insanlar için anlam ifade edecek mi?
- Yeni tarifler maliyet açısından uygun mu?

Üretilen fikri gerçekleştirme; fikirlerin teknolojik açıdan geliştirilmesi ve pazarda ekonomik başarının değerlendirmesidir (Sattler, 2011: 12). Bu aşamada farklı bilgilerin bir araya getirilmesi söz konusudur. Talep, rekabet ve birkaç belirsizlikler kendilerini bilgiye bırakmaktadır. Yeniliğin mümkün olup olmadığı konusu netleşmektedir (Tidd vd., 2005: 91). Bu süreç Türk mutfağı ile ilişkilendirilirse; Türk yemekleri geçmişten günümüze kadar gelmiş, farklı kültürlerden etkilenmiş ve farklı kültürleri etkilemiştir. Dolayısıyla insanlar yemek yaparken çevre, din, istek ve ihtiyaçları göz önünde bulundurmuş ve buna göre yemekte yeniliğe gidilmiştir. Örneğin; Türk mutfağının en gözde tatlılarından olan baklava Orta Asya'da buğday unu, su ve şekerden yapılmıştır. Anadolu topraklarına gelince İranlılardan etkilenilmiş ve fındık, fıstık, ceviz vb. çeşnilerinden biri çok katlı yufkalara eklenmiştir. Daha sonra baklava dinin etkisiyle ramazan ayında, bayramlarda ve kutlamalarda misafirlere ikram edilmiştir. Üretilen fikri gerçekleştirme aşaması, teorik düzeyde yenilikçi düşünce ya da planın gerçek ürün veya sürece dönüştüğü aşamadır. Ayrıca elde edilen ürün üretilerek denenmekte veya pilot uygulamaya başlanmaktadır (İraz, 2005: 118).

Üretilen fikrin ticarileştirilmesi; yenilikçilik sürecinin son aşaması olup, yeniliğin üretim, pazar, tanıtım ve sunumu ile ilgilidir. Bu aşamada yenilikçiliğin ticari forma kavuşturulması söz konusudur (Sattler, 2011: 12; Ateş, 2007: 24). Bu süreç Türk mutfağı ile ilişkilendirilirse; örneğin baklava Orta Asya'da yapılmış ve çeşitli kültürlerden etkilenerek günümüze kadar gelmiş bir tatlıdır. Baklavanın hemen hemen her evde yapıldığı ve sevildiği bilinmektedir. İnsanlar baklavayı evlerinde yapmakla yetinmemiş ve baklavayı satmaya başlamışlardır. Hem baklavayı en iyi şekilde yapmak (rekabet) hem de ticaret ortamı yaratmak ve kar elde etmek istemişlerdir. Dolayısıyla yenilikçilik yapmışlardır.

## **2.9. Gıdalarda Duyusal Analiz**

Bilimsel değerlendirme olan duyusal analiz; görme, koklama, tatma, dokunma ve işitme duyuları tarafından algılanan gıdaların ve malzemelerin özelliklerine tepki uyandırmakta, ölçmekte, analiz etmekte ve yorumlamaktadır. Duyusal değerlendirme, görme, koku,

dokunma, tat ve işitme duyuları ile algılanan ürünlere verilen tepkileri uyandırmak, ölçmek, analiz etmek ve yorumlamak için kullanılan bilimsel bir yöntemdir (Stone ve Sidel, 1993; Dzung vd., 2003). Duyusal analize; organoleptik kontrol, duyuusal yöntem, organoleptik değerlendirme, panel test, duyuusal test, duyuusal kontrol, duyuusal panel yöntemi, sübjektif test, degüstasyon ve psikometrik test isimleri de verilmektedir (Gönül, 1983: 287).

Başka bir tanımdu duyuusal değerlendirme; görme, tatma, koklama, dokunma veya işitme duyularının tepkilerini ölçen ve analizleyen bir disiplindir (Altuğ, 1993). Bu tanım, gıda değerlendirmesi çerçevesinde mümkün olduğu kadar kapsayıcı bir girişimi temsil etmektedir. Genel bir tanımdu; duyuusal analiz görme, koklama, tatma, dokunma ve duyma organlarıyla alınan materyaller ve içeceklerin karakteristik çağrışım, karşılaştırma, analiz ve yorumlanmasıdır (Anonim, 1981: 50). Yapılan bu tanım, duyuusal değerlendirmenin bütün duyuları kapsadığını açıkça ortaya koymaktadır. Bu, özellikle önemli ve gözden kaçan bir konudur; bunun sonucunda, bazı ortamlarda duyuusal değerlendirme, yalnızca diğer duyuları dışladığını ima etmek gibi "tat testi" olarak görülmektedir. Bir kişiden belirli bir ürün özelliklerine, örneğin rengine cevap vermesi istenebilmektedir, ancak ürünün aromasını dışlamak için özel bir dikkat gösterilmediyse, elde edilen renk tepkisinin aromadan etkilenmesi muhtemeldir ancak tahmin edilebilir şekilde değildir. Bu, yanıtın karışıklığına ve sonuçların yanlış yorumlanmasına yol açacaktır.

Duyuusal test, bir gıdanın değerini veya hatta kabul edilebilirliğini sağlamaktadır (Meilgaard vd., 1999; Carbonell, 2007). Bir ürünün görünümünü, kişinin o ürün hakkındaki yanıtlarını etkilemektedir. İnandığınız veya söylenenlerin ne olmasına bakılmaksızın, bir ürüne verilen yanıtlar, kaynaktan bağımsız olarak çeşitli duyuusal etkileşiminin sonucudur. Eksik ürün bilgisi edinmekten kaçınmak için, bu bilgiyi dikkate alan çalışmalar tasarlamak önemlidir. Ayrıca duyuusal değerlendirmenin birkaç farklı disiplinden türetilmektedir, ancak algılamanın davranışsal temelini vurgulamayı amaçlamaktadır. Farklı disiplinlerin bu şekilde dâhil olması, iş ve akademik çevrelerde duyuusal değerlendirme işlevlerinin tanımlanmasında zorlukları açıklamaya yardımcı olabilmektedir. Bu disiplinler arasında deneysel, sosyal ve fizyolojik psikoloji, istatistikler, ev ekonomisi ve gıdalar durumunda gıda bilimi ve teknolojisi hakkında çalışan bilgiler bulunmaktadır.

İnsan beyni önemli bir klinik etki yaratmış olsa da, biyomedikal toplum duyuşal bileşenleri dışardan bir gözlemciye aktaramaz. Dolayısıyla, bu duyuşal algıları ölçmek ya da yaklaşık olarak yapmak isteyen araştırmacılar, psikofiziksel yaklaşıma en azından kısmen güvenmek zorundadır. İnsan psikofiziği; görme işlevi (Armington ve Krauskopf, 1987), seçme (Yost vd., 1993), somatesesasyon (Kruger, 1996) ve proprioepsiyon üzerinde önemli olan 19. yüzyılda Gustav Fechner'in çalışmalarıyla başlayan uzun bir geçmişe sahiptir. Kimyasal duyuşlar, tarihsel olarak daha az çalışılmış olmasına rağmen, ihmal edilmemiştir (Beauchamp vd., 1997). Araştırmacılar, psikofiziklerin uygun bir şekilde kullanılmasıyla, bir koku kokarken bireysel yaşantılarıyla ilgili önemli bilgiler edinmektedir. Odorantlara karşı duyarlılık ölçülebilmektedir. Aynı zamanda koku yoğunluğunu ve hoşluğunu nicelleştirmeye yönelik yöntemler mevcuttur; hem koku kalitesine ve hem de kişisel deneyimlere ilişkin içgörüler elde edilebilmektedir. Psikofizik ve fizik ya da kimyasal duyuşlar ve kimya arasında bir ayırım yapılmalıdır. Psikofizik, bireyin psikolojik alanı içerisinde yer alan bilgileri çıkarmaya çalışmaktadır. Bireyler duyuşlarıyla iletişim kurarken, tanımlardaki ayrımları değerlendirmenin önemini algılamaktadır. Tanımlardaki bu ayrımlar önemsiz değildir. Bireysel algılayıcının bütünlüğünü korurken fiziksel bilimleri tanımaktadır (Wysocki and Wise, 2004: 1).

Gıdaların ve içeceklerin lezzet kimyasını anlayışımızda son on yılda önemli ilerleme kaydedilmiştir. Analitik kimya, sadece yüksek konsantrasyonlarda bulunan bileşikler hakkında bilgi sağlayan yöntemlerden, litre başına (ng/L) nanogramdaki bileşen konsantrasyonu ve kimliği hakkında bilgi sağlayan gelişmiş ekstraksiyon, ayırma ve saptama tekniklerine kadar ilerlemiştir. Aynı zamanda, duyuşal analiz, gıdaların ve içeceklerin duyuşal özellikleri hakkında doğru ve hassas bilgi sağlamak için mevcut davranışsal araştırma, psikoloji ve istatistik bilgilerini uygulayan bir bilim haline dönüşmüştür. Buna ek olarak, analitik ve duyuşal bilgileri birbirine bağlama yeteneği çok sayıda çok değişkenli istatistiksel analizin uygulanması yoluyla geliştirilmiştir (Ebeler, 2004: 41). Ayrıca bu yöntem biliminde hangi istatistik analiz daha uygun gibi sorular sorularak gıdanın duyuşal analizi oluşturulmaktadır (Olafsdottir, 1997: 258). Duyuşal analiz yapabilmek için gıdadan kesit alınmakta ve bu kesitteki önemli faktörler değerlendirilmektedir (Ertop ve Hendek, 2013: 127).

Uzun yıllar boyunca dört temel tat vardır: Bunlar tatlı, tuzlu, ekşi ve acıdır. Beşinci ise “umumi” daha yakın zamanda eklenmiştir. Bu lezzetler aşağıdaki gibi karakterize edilmektedir:

*Tatlı:* Tatlı tat üreten maddeler şekerler, glikoller, alkoller, aldehitler ve alternatif tatlandırıcıları içermektedir (Godshall, 1997).

*Tuzlu:* Tuzlu tat, iyonize tuzlardır, örneğin; bazı gıdalar sodyum klorürdeki iyonlardan veya doğal olarak bulunan bazı salamlardan gelmektedir.

*Ekşi:* Ekşi tat, yiyecek bulunan asitlerden oluşmaktadır. Meyveler, sirke ve bazı sebzelerin doğal asitlerinde bulunan hidrojen iyonlarının konsantrasyonu ile ilgilidir.

*Acı:* Acılık, kafein, teobromin ve fenolik bileşikler gibi kopolitler tarafından verilmektedir (Brown, 2008). Çoğu acı madde, genellikle zehirli bitkilerde bulunan alkaloidlerdir.

*Umami:* Son zamanlarda tanımlanan, yosun besiyeri üzerine yapılan bir araştırmada tadı belirlenmiş bir bileşendir. (McWilliams, 2008). Umami, "delicious" anlamına gelen Japonca bir kelime glutamat poliesteri tarafından uyandırılmaktadır. Bunlar et, mantar, soya sosu, balık sosu ve peynir bulunmaktadır. Bazı tadı uzmanları şu anda umami'yi tat olarak tanımlamaktadır (Choi, 2013: 89).

Duyusal testler, yiyeceklerin, suyun ve kullanılıp tüketilen her şeyin iyiliğini veya kötülüğünü değerlendiren insanlar olduğu sürece yapılmıştır (Meilgaard vd., 1999). Ayrıca ticaretin yükselişi biraz daha resmi duysal testlere ilham kaynağı olmuştur. Günümüzde bilim adamları duysal testler geliştirmişlerdir. Aynı zamanda biçimlendirilmiş, yapılandırılmış ve kodlanmış bir metodoloji geliştirilmektedir.

### **2.9.1. Duyusal Analizin Tarihi**

Yiyecek içecek sektörleri duysal değerlendirmeye çok erken zamanlarda destek olmuş ve ilgiyi sağlamıştır. 1940'lı yıllarda ve 1950'lerin ortalarından itibaren duysal değerlendirme, silahlı kuvvetler için gıda kabulü araştırmalarını destekleyen ABD Ordu Mahalle Temsilciliği Yiyecek ve Konteyner Enstitüsü aracılığıyla ek bir ivme kazanmıştır (Peryam vd., 1954). Bu zamanlarda diyetlerin analizi ya da ayrıntılı menülerin

hazırlanmasıyla ölçülen yeterli beslenme, askeri personel tarafından gıda kabulünü garanti etmediği askere açıldı. Tadın önemi ve belirli bir ürünün kabul edilebilirlik derecesi kabul edilmiştir. Kaynaklar, gıdaların daha çok veya daha az tercih edildiğinin belirlenmesindeki problemlerin yanı sıra gıda kabulünün ölçülmesinin temel konusundaki çalışmalara ayrılmıştır. Bu özel sorunlar, federal hükümet "Açlık ile Savaş" ve "Denizden Beslenme" programları başlatan 1960'lı ve 1970'li yılların başlarında unutulmuştur. Açlığın ve beslenme yetersizliğinin beslenmesi konusundaki arzusu, ürünün ardından ürünün alıcılar tarafından reddedilmesi nedeniyle hayal kırıklığı ile karşılaşmıştır. Zira başta kimse bu ürünlerin duyuşal özelliklerinin hedef kitleler tarafından kabul edilebilir olup olmadığını belirlemekten rahatsızlık duymamıştır. Bu, her ülkenin etnik ve bölgesel gıda alışkanlıklarının ve tabularının önemli olmadığını, ancak bu hükümet programları bağlamında, ürünlerin geliştirildikçe duyuşal değerlendirilmesine verilen önemin olmadığını belirtmek değildir. Bu durum var olmaya devam etmektedir. Çünkü gıda seçim davranışında duyuşal algılamanın önemi konusunda temel bir eksiklik vardır. Hükümetin başarıları ve duyuşal değerlendirmedeki başarısızlıklarından bir ipucu olarak gıda endüstrisi muhtemelen ortaya çıkan bu bilim için destek sağlamaya başlamıştır. Birçok sanayi, o zamandan beri ürünlerin formüle edilmesi ve değerlendirilmesindeki değerini fark etmiş olsa da, duyuşal değerlendirmede genel olarak bir şirket içinde farklı bir işlev olarak görülen takdir son yıllarda azalmıştır. Genel olarak, sanayide duyuşal değerlendirme rolü üzerinde mutabık kalınmıştır, ancak duyuşal değerlendirmenin nasıl düzenlenmesi gerektiği ve bir şirkette nasıl çalışması gerektiği konusu yoktur.

Gelişmekte olan bir disiplinde olduğu gibi, duyuşal değerlendirme üzerine farklı görüşler ve felsefeler hem alan içinde hem de dışında var olmaktadır. Tüm bu görüşleri (çoğunluk) ve felsefeleri (azınlık) ayrıntılı olarak incelemek gerekli değildir. Gıda endüstrisi geleneksel olarak, deneyimlerini şirket ürünlerini tanımlayıp kalite standartlarını belirleyebilen, "uzman" bağlamında duyuşal değerlendirme yapmışlar; hangi hammaddelerin satın alınacağı ve her ürünün üretildiği ve pazarlandığını belirtmişlerdir. Gıda endüstrisinde, uzmanlar ilk olarak "kesme seansları" ve "konserve arıları" geliştirmişlerdir (Hinreiner, 1956). Konservenin sanayinde, ürünler genellikle günlük olarak ve rekabetçi ürünler, yeni ürünler vs. ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Bu oturumlar, yönetimin ve uzmanların ürün kalitesini kendi tesislerinde değerlendirmesine ve diğer tüm şirket ürünlerine aşinalık sağlamasına neden olmuştur. Bu süreç, günümüzde, genellikle

ürün kalitesiyle ilgili yaygın sorunları çözmeye çalışan ticaret derneklerinde olduğu gibi bazı şirketlerde de devam etmektedir.

Hinreiner (1956), bir grup zeytin endüstrisinden türetilen bilgilerin kalitesini artırmak için sarf edilen çabaları anlatmıştır. Birleşik Devletler Tarım Bakanlığı Meyve ve Sebze Bölümü'ndeki İşlenmiş Ürünler Şubesi (Dosya Kodu 131A-31, 1994), kesim odaları için onaylı aydınlatma talimatlarını güncellemiştir. Buna ek olarak, kayıt tutma formelleştirilmiş, böylece 1 yıllık sonuçların bir diğeriyle karşılaştırılması mümkün hale getirilmiştir ve böylelikle büyük bir derecede süreklilik sağlanmıştır. Endüstrinin bir problemi kabul ettiğini ve duyuşal değerlendirmeden yardım aldığını hatırlamak önemlidir, ürün kalitesiyle ilgili bilgilerini iyileştirmek için bazı önlemler alınmıştır. Bu faaliyet bugün, özellikle katma değeri yüksek işlemeye tabi tutmayan temel tarım ürünlerine dayanan endüstrilerde devam etmektedir; örneğin, şarap endüstrisi, işlenmiş meyve ve sebzeler, zeytinyağı, vs.

Geçmişe bakıldığında, uzmanlar tarafından elde edilen sonuçlar kesme oturumları oldukça dikkat çekicidir. Büyük çaplı uzmanlar, birçok alternatif katkı maddesi, ürün ve benzerlerinden hangi alternatiflerin tüketici için uygun olduğunu tespit etmişlerdir. Onların başarısı, konserve meyve ve sebze gibi belirli ürünler için kalite standartları oluşturma konusundaki rollerini güçlendirmiş ve bu standartlar, bu sonuçlara referans veren resmi USDA standartları aracılığıyla ek destek almıştır. Gıda işleme endüstrisinin büyümesinin ilk aşamalarında ve rekabetin başta bölgesel nitelikte olduğu durumlarda, bu standartlar ve değerlendirme prosedürleri uzmanlar tarafından son derece yararlı olmuştur. Çoğu endüstride uzmanlar ayrıca, kayıtların tutulması ve daha bilimsel bir süreç sunmak için bir temel oluşturacak çeşitli puan kartları (ve benzersiz terminoloji) yaratmıştır. Sonuç olarak, Hinreiner (1956) tarafından tanımlandığı gibi, puan kartlarına da sayısal değerler atanmıştır. Bu puanlar hedef ya da standart haline gelmiştir; örneğin, 100 puanlık tereyağı puan kartı, on puanlı petrol kalitesi ölçeği ve yirmi puanlı şarap puan kartının tamamı, ürün kabul düzeylerini (kalite ile eşit) belirleyen belirli sayılara sahiptir.

Daha önce belirtildiği gibi, duyuşal değerlendirme, kısmen hükümetin 1930'larda yaşanan gelişmelere ek olarak, ordu için daha kabul edilebilir bir yiyecek sunma çabasıyla (Peryam vd, 1954), 1940'ların sonlarında ve 1950'li yılların başlarında kayda değer miktarda olmuştur. Örneğin, Arthur D. Little Company, teknik uzmana bağımlılığı en aza indirgeyen



niteliksel bir betimleme analizi şekli olan Lezzet Profil Analizi'ni (Caul, 1957) tanıtmıştır. Bir teknik uzman kavramı endişe kaynağı olmaya devam ederken, lezzet profili prosedürü, bireyi, uzlaşmaya varılmış bir karar verme sorumluluğunda olan yaklaşık altı uzman grubuyla değiştirilmiştir. Bu yaklaşım, bir grup kararı konsepti ve (gruptaki) bir ferdin bu uzlaşmaya dayalı karar üzerine potemiyal etkisi ile ilgilenen deneysel psikologlar arasında tartışmalara yol açmıştır (Jones, 1958: 107). Bununla birlikte, o zaman, yöntem, duyuşal değerlendirme için bir odak noktası sağlamıştır ve disiplin için yeni bir ilgi yaratmıştır ve bu da duyuşal sürecin her yönüne daha fazla araştırma ve geliştirme başlatmıştır.

Davis California Üniversitesi, 1950'lerin ortalarında, duyuşal değerlendirme ile ilgili bir dizi ders vermiştir ve duyuşal değerlendirme profesyonellerinin eğitimi için birkaç akademik kaynak sağlamıştır. Oregon Devlet Üniversitesi, Massachusetts Üniversitesi ve Rutgers da dâhil olmak üzere diğer üniversitelerin duyuşal değerlendirmede çalışmayı teklif etmişlerdir. Bu gelişmeler, aynı dönemdeki gıda bilimi literatürüne yansımıştır (Boggs ve Hansen, 1949; Harper, 1950: 407; Baker vd., 1954; Pangborn 1964). Bu çalışmalar sanayi ortamında duyuşal değerlendirme kullanımını teşvik etmiş ve kolaylaştırmıştır. Ayrımcılık testi prosedürleri Boggs ve Hansen (1949) ve Peryam vd., (1954) tarafından yapılmıştır. Ayrımcılık testine ek olarak, ürün kabulünü değerlendirmek için bir araç olarak başka ölçüm teknikleri de kullanılmıştır. Puanlama prosedürleri 1940'lı yılların başında kullanılırken (Baten, 1946), ürün farklılıklarını ve tercihlerini değerlendirmek için çeşitli eşleştirilmiş prosedürler kullanılmıştır.

Hedonik Skalalar 1950'lerin ortalarında yaygınlaşmıştır. Bu süre zarfında, Amerikan Test Derneği ve Malzemeleri Derneği E-18 Komisyonu, Amerikan Kimya Derneği Gıda ve Tarım Müdürlüğü, Avrupa Kimyasal Kimyagerlik Örgütü ve Enstitü Dengeleyici Değerlendirme Bölümü gibi çeşitli teknik ve bilimsel dernekler Gıda Teknolojileri, duyuşal değerlendirme ve lezzet ölçümü üzerine faaliyetler organize etmiştir. Türkiye'de duyuşal analiz çalışmaları 1957 yılında başlamış ve şarap kontrolünde yasal yöntem olarak kullanılmıştır (Akkaya, 2017: 31). 1964 yılında test ürünlerinin standartlarını geliştirmek için Duyusal Analiz Komitesi "Yiyecek ve İçecek Panel Analizi İçin Duyusal Test Rehberi" yayınlamıştır (Anonim, 1981: 50). 1973 yılında "Kadınlar Birliği" adında bir kuruluş kurulmuştur. Üye olanlara gıda alışveriş yönergesi yayınlanmıştır. Bu yönergede çeşitli gıdaların ölçütleri ve duyuşal değerlendirme biçimi belirtilmiştir (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015: 10).

1975 yılında İngiliz Standart Enstitüsü, “Duyusal Testler ve Duyusal Testlerin Tanımları” sözlüğünü; 1976 yılında ise Uluslararası Standardizasyon Örgütü’nün çalışmaları kapsamında “Duyusal Analiz Yöntemleri Standart Taslağı” kitabını yayınlamıştır. 1981 yılında Türkiye’de TSE, vişne suyu için standardize oluşturmuştur. Aynı zamanda 1982 yılında 3707 numaralı standarda “Duyusal Analizler ile İlgili Terim ve Tanımlar” adında standart kitabı yayınlamıştır (Kocabaş, 2013:2; Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015:10). 1983 yılında ise yine aynı Enstitü “Tat Duyarlılığı” standardı yayınlamıştır. Günümüzde gıda kontrolü için çeşitli duyu analizler geliştirilmektedir. Dolayısıyla, duyu analizler gıda ve içecek sektöründe ürünlerin geliştirilmesinde oldukça önemlidir. Silici (2005)’göre “gıdaların duyu kalitesinin kontrolü, gıda üreticilerinin tüketici tercihlerini belirlemeleri ve bu tercihler doğrultusunda maximum ekonomi sağlayacak biçimde üretim yapmaları amacıyla kullandıkları bir araçtır. Gıdalarda duyu kaliteyi oluşturan başlıca karakteristikler lezzet, görünüş ve kinestetik olarak sınıflandırılmakta olup, viskozite, kıvam ve ağız hissi gibi niteliklerde bu kavram içinde önemli olmaktadır”.

### **2.9.2. Duyusal Kalite Kontrolü**

Gıda endüstrisinde duyu nitelik genellikle tüketicilerin tercihlerine bağlıdır. Geleneksel ürünler, tüketicilerin kabul etmesine ilaveten, bir bölge, hazırlama prosedürü veya hammaddelerle ilgili belirli duyu nitelikler göstermelidir (Ballester, Dacremont, Le Fur ve Etiévant, 2005; Bertozzi, 1995; Cayot, 2007; Parr, Green, White, & Sherlock, 2007). Gıdaların duyu kalite nitelikleri dokunma, koklama, işitme gibi duyu araçlığıyla değerlendirildiğinden dolayı objektif yöntem ve bilim uygulanmalıdır (Silici, 2005). Modern tüketici artık bir ürüne karşı reaktif bir davranış sergilemekte ve tüketici ihtiyaçları ve piyasa gereksinimleri, tüketici ihtiyaç ve arzuların öznelliğini daha çok dikkate almaktadır (Alonso, Gallego ve ark., 2005). Belgelenmemiş ve sertifikalı ürünler arasında kalite farkını kanıtlamak önemlidir (Bertozzi & Panari, 1993; Cayot, 2007). Bu nedenle gıda kalitesi ve gıda güvenliği pazarlama yönü perspektiflerine dayalı olması gerektiği düşünülmektedir (Ho and Le, 2014). Dolayısıyla pazar araştırması çalışmaları aracılığıyla imalatçılar ve yöneticiler gıda kalitesini değerlendirmek için kullandıkları kriterleri, nedenleri ve kaynakları anlayabilmektedir (Klaus vd., 1996).

Gıda ürünlerinin özel durumunda tüketicilerin hedonik bilgileri, konvansiyonel gıdalarda olduğundan daha duyu kalite tanımında daha düşük bir etkiye sahip olmalıdır (Ojeda

vd., 2015). Çoğu durumda, eğitilmiş ve izlenen paneller, ürünün duyu kalitesini kontrol etmekte ve görünüm, lezzet, doku gibi beklenen özelliklere uygun satılacak asgari gerekliliklere karar verilmektedir. Bununla birlikte, eğitilmiş panellere her zaman yaklaşamamakta ve çoğu durumda duyu kalite değerlendirmesi hala "uzman panelistler" üzerine kurulmaktadır (Feria-Morales, 2002). Aslında gıda ürünleri, tüketicilerden bağımsız olarak, bir bölge, ham maddeler veya geleneksel hazırlama prosedürlerine (Ballester, Dacremont, Le Fur ve Etievant, 2005; Bertozzi, 1995; Cayot, 2007) ilişkin belirli duyu özelliklerle tanımlanmalıdır. Buna ek olarak, diğer benzer ürünlerden ayırt etmek için ürünlerin duyu özelliklerini belirlemek önemlidir (Etaio vd., 2009). Gıdalarda duyu kalite kontrolünde tüketicuyu tatmin etmek amaçlanmıştır. İşletmeler müşterinin beğeneceği, isteyeceği, kullanacağı, kullanırken şikâyetçi olmayacağı ve tekrar talep edeceği bir ürün ya da hizmeti imal etmek istemektedir. Dolayısıyla modern işletmede kalite kontrol çalışmaları genellikle üçe ayrılmaktadır.

Birincisi; ürünün yüksek düzeyde kaliteye ulaştırılabilmesi,

İkincisi; kullanılan enerji, hammadde, işgücü ve benzeri girdilerde fire planını en düşük düzeye indirebilmesi,

Üçüncüsü; kusurlu, düşük kaliteli ve bozuk ürün sayısını azaltabilmesi, kalite standardizasyonu ile pazarlama kolaylığı sağlayabilmesi, iade ve bakım onarım gibi satış sonrası sorunlara yol açmamasıdır (Özdemir, 2000: 12).

### **2.9.3. Duyusal Analizin Önemi ve Rolü**

Bir ürünün geliştirilmesi, başarılı bir sonu olmayan yavaş ve sıkıcı bir yolculuk olabilir, bu nedenle geliştiricinin doğru yolda olduklarını garanti etmek için yapabilecekleri başarıya doğru atılmış bir adımdır. Bir ürünün gelişimi sırasında ortaya çıkan sorunların çoğu geliştirici tarafından kontrol edilmemektedir (Stone and Sidel, 2007: 307). Duyusal analizi gıda kalite özelliklerini ve yasal gereklilikler ile tüketici alışkanlıklarına uyum derecesini belirlediği için önemlidir. Besinlerin ilk ve en önemli parametresi duyu özelliktir. Bu özellik karmaşıktır ve ürün hakkında başka bir yöntemle değiştirilemeyen görüştür (Balazs, 2012: 2).

Rekabet, kısa zaman çizelgeleri, strateji değişiklikleri, kullanılmayan malzemeler ve hedefler ile düzenlemelerdeki değişiklikler, geliştiricinin karşılaşılabileceği bazı engellerdir. Çalışmaların bazıları bir ürünün duyuşal özelliklerini etkiler ve duyuşal değerlendirme, ürün geliştirme sürecinde kullanılabilir araç olma özelliğinden dolayı önemlidir (Sidel and Stone, 2006: 24). Aynı zamanda duyuşal analiz çalışmasının yapılması ürün geliştirmede açıklayıcı panel kullanarak ürünün profilini belgelemektir.

Bir test ürününün hedef ürünle karşılaştırılması duyuşal özelliklerin belirlenmesine yardımcı olacağı için önemlidir (Stone and Sidel, 2007: 320). Gelişen gıda sanayisiyle birlikte gıdaların besleyici özelliklerinin yanı sıra tüketici tercihini de etkileyen duyuşal niteliklerine önem verilmiştir. Dolayısıyla duyuşal testlerin denetim altında ve bilimsel şekilde uygulanmasının önemi ortaya çıkmıştır (Silici, 2005). Gıda kalite kontrolünde olan pek çok objektif değerlendirme yönteminin yanı sıra duyuşal değerlendirmenin önemini sürdürmesi aşağıdaki nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bu nedenler;

- Bazı duyuşal kalite kriterlerinin lezzet değerlendirmesinde nesnel yöntemlerin yetersizliğinin olması (Yaralı, 2017: 30).
- Nesnel yöntemlerle analizin duyuşal yöntemlerle korelasyonunun gerçekleştirilmesi.
- Gıdada tüketici kabulünü etkileyen kalite kriterlerinin yalnızca duyuşal testlerle saptanabilmesi (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2011: 11).

Erhardt (1978) duyuşal analizin rolünü yediye ayırmaktadır:

- *Hedefinin belirlenmesi:* Liderinin ihtiyaçlarının tanımlanması, doğru testin iletilmesi için en önemli şarttır. “Numuneler, maliyet düşürmeye veya bir rakibin ürününün bir eşleşmesine izin vermek için bir ürün geliştirme olarak sunulmuş mu? Bir örnek, diğerlerinden benzer veya farklı olması, bir veya daha fazla nitelikte değişken, tercih edilen veya eşitli olması bekleniyor mu?” gibi kritik adımlar yerine getirilmezse, duyuşal analizci uygun testi kullanmak ya da verileri doğru bir şekilde yorumlamak olası değildir.
- *Test amacının belirlenmesi:* Projenin amacı açıkça belirtilebildiğinde genel farklılık, özellik farkı, göreceli tercih, kabul edilebilirlik vs. duyuşal analiz ve proje lideri test sonucunu belirleyebilmektedir. Duyuşal analist ve proje lideri, test, proje

hedefi, test objesi ve test sonuçlarının nasıl kullanılacağına dair kısa bir açıklama yapmadan önce yazılı olarak kayıt altına alınması için iyi bir fikirdir.

- *Örneklerin taranması:* Test hedeflerini tartışırken, duyu analizi test edilecek numunelerin tüm duysal özellikleri incelenmelidir. Bu, duyu analistin, numuneler tarafından sunulan duysal önyargıları hesaba katan test yöntemlerini kullanmasını sağlamaktadır. Örneğin, görsel ipuçları, bir üçlü testte sağlananlar gibi sükroz aspartamın tatlılığına bağlı olarak farklılıkları ölçmek gibi toplam farklılık tepkilerini etkileyebilmektedir. Böyle bir durumda, bir özellik testi daha uygun olmaktadır. Buna ek olarak, ürün taraması, skor tablosuna dâhil edilmek için olabilecek şartlar hakkında bilgi sağlamaktadır.
- *Test tasarımının yapılması:* Test hedeflerini tanımladıktan ve örnekleri taradıktan sonra, duysal analiz testi tasarlanmaktadır. Bu test tekniğinin konuların seçilmesi ve eğitimi; örnek hazırlama ve sunma kriterlerini belirleme ve verilerin nasıl analiz edileceğini belirlemedir. Her bir adımda, test hedefinin en hassas değerlendirmesine ulaşmayı sağlamak için istatistiksel deney tasarımı prensiplerine uymaya özen gösterilmelidir.
- *Testin yapılması:* Testi gerçekleştirmek için eğitilmiş panelistler kullanılsa bile, duysal analiz, test tasarımının tüm gereksinimlerinin karşılandığından emin olmalıdır.
- *Verilerin analizi:* Analiz amaçlı ürün test tasarım aşamasında belirlendiğinden, gerekli uzmanlık ve istatistik programları, eğer varsa, çalışma tamamlandıktan hemen sonra veri analizine başlamaya hazır olacaktır. Verilerin ana tercüme etkisinin yanı sıra sunum sırası, günün saati, farklı günler ve yaş, cinsiyet, coğrafi alan gibi konu değişkenleri gibi diğer test değişkenlerinin analiz edilmesi gerekmektedir.
- *Sonuçların yorumlanması ve raporlanması:* Projenin ve test hedeflerinin temelde açık ifadesi, duysal analizin sonuçların gözden geçirilmesine, belirtilmiş hedefler açısından ifade edilmesine ve garanti edilmesi gereken herhangi bir öneri getirmesine olanak tanımaktadır. İkincisi, verileri özetleyen, toplulukları belirleyen ve konunun sayısını ve niteliğini belirten yazılı bir raporda açıkça ve özlü olarak belirtilmelidir (Erhardt, 1978; Meilgaard, 2007: 3).

Her bireyin beğeni ve damak tadı farklı ve lezzet konusu tam net değildir. Duyusal kalite lezzetin değerlendirilmesi objektif olmadığı için duysal analiz daha ciddi sonuçlar

vermektedir, dolayısıyla duyuusal analizin uygulanması önemlidir (MEB, 2012: 4). Gıdaların duyuusal analizi gıda yöneticileri tarafından geliştirilmeye devam etmektedir (Akkaya, 2017: 33).

#### **2.9.4. Duyusal Analizin Kapsamı**

Her bireyürünü satın almak için paketin görünümünü kullanmaktadır. Dolayısıyla duyuusal analiz yapacak olan panelistler, test numunelerinin görünümünün her yönüne titizlikle dikkat etmesi gerektiğini ve çoğunlukla renkli ışıkları, opak kaplarla yok etmeye veya maskeleymeye çalışmalıdır (Amerine vd., 1965: 399; McDougall, 1983: 25; Meilgaard vd., 2007: 8). Duyusal değerlendirme, uygun testin yanı sıra ürünleri değerlendirmek için kullanılan yöntemlerdir. Çok sayıda test yöntemi vardır. Analitik testler; gıdalar hakkında bilgi üretmek için, eğitilmiş panelistlerce analitik araç olarak kullanılmaktadır. Hedonik testler, eğitilmemiş tüketicilerin sevme veya kabul edilebilirlik açısından tepkilerini ölçmektedir. Farklı psikolojik prosedürler bu test farkının temelini oluşturmaktadır. Örneğin; ayrımcılık testleri, formülasyon modifikasyonunun duyuusal kaliteyi değiştirip değiştirmediğini tespit etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır (Meilgaard vd., 1999). Nominal ölçek, toplanan verilerin isim veya numara ile kategorize edildiği ölçektir. Kategorilerin mantıksal bir düzeni yoktur, bu nedenle değerlendirme sayfasındaki düzenleme düzeni, sorunun veya veri işlemenin mantığını değiştirmemektedir (Pimentel vd., 2016).

Duyusal analiz çalışmalarında; problemin tanımı, testin tasarımı, enstrümantasyon ve sonuçların yorumlanması faktörleri en iyi şekilde uygulanmalıdır (Akkaya, 2017: 33). Problemin tanımı ile ölçülmek istenen özelliklerin net tanımı yapılmalıdır. Tekrarlanabilecek sonuçlar elde etmek için bireyler eğitilmelidir. Ardından istatistiksel teknikler aracılığı ile sonuçlar değerlendirilip rapor edilmelidir (Altuğ Onoğur ve Elmacı, 2015: 11). En bilgilendirici analitik prosedürler, o gıdanın karakteristik duyuusal özelliklerini tanımlamakta ve bireysel özellikleri nicelleştirmektedir; bunlar duyuusal profil yöntemleri olarak adlandırılmaktadır (Kilcast, 1999).



### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüz modern çağ koşullarında insanların en çok dikkatini çeken konulardan biri de yemek ve yemek yeme olgusudur. Bu bağlamda Türk mutfağı binlerce yıllık geçmişiyle ve bünyesinde barındırdığı zengin içerik ve çeşitlilikler ile yemeğe özel anlam yükleyen mutfaklardan birisidir. Türk mutfağı zaman içerisinde pek çok farklı mutfak kültüründen etkilenmiştir. Bu etkilenme kendisini; pişirme yöntemleri, malzeme çeşitliliği, araç-gereç çeşitliliği, değişen beslenme alışkanlıkları ve yeni yemek akımları bağlamında göstermiştir. Dolayısıyla hem geleneksel lezzetlerin peşinde olan hem de yenilik arayışı motivasyonu ile yeni lezzetler peşinde olanlar için Türk mutfağının zengin bir altyapısının olduğunu söylemek doğru olacaktır. Bu ön kabullerden hareketle gerçekleştirilen bu tezde alanında uzman olan kişilerin ve herhangi bir uzmanlığı bulunmayan tüketicilerin modernize edilmiş yöresel yemeklerden duydukları beğeni algıları duysal analizler yardımıyla araştırılmıştır. Bu kapsamda araştırmada ilk olarak Türkiye'nin her bir coğrafi bölgesindeki Nüfus yoğunluğu en çok olan iller baz alınarak (İstanbul, İzmir, Antalya, Ankara, Samsun, Van, Gaziantep) ve bu illere ait unutulmaya yüz tutmuş sadece evlerde pişen yemeklerden üçer yemek olmak üzere toplam 21 farklı yöresel yemek ve ikinci aşamada ilgili 21 yemeğin pişirme yöntemleri, malzeme çeşitliliği ve araç-gereç çeşitliliği bakımından modernize edilmiş tabakları hazırlanmıştır. Dolayısıyla toplam 42 yemek pişirildiği söylenebilir. Geleneksel yemeklerin modernize edilerek günümüz restoran menülerine sokulması birincil önemdedir. Tüm bu altyapının hazırlanmasının ardından araştırmanın amacı kapsamında; (a) uzmanlar gözünden geleneksel ve modernize yemeklerin tercih edilirliliği ve beğenilirliliği ile modernize yemeklerin duysal analiz kalite kriterlerine göre beğenilirliliği; (b) tüketicilerin gözünden modernize yemeklerin genel duysal analiz özelliklerine göre beğenilirliliği ve (c) tüketicilerin modernize yemeklerden algıladığı genel beğeni düzeyine etki eden duysal özelliklerinin hangisi olduğu araştırılmıştır. Böylelikle araştırma kapsamında yeni özellikler katılarak geliştirilen yöresel lezzetlerden duyulan beğeni düzeyi iki farklı grubun bakış açısıyla ve coğrafi bölgeler farklılıkları göz önünde tutularak araştırılmıştır.



### 3.2. Araştırmanın Modeli

Araştırma modelleri; tarama ve deneme modelleri olarak ikiye ayrılır (Karasar, 2014: 76). Deneme modelleri, “neden-sonuç ilişkilerini belirlemeye çalışmak amacıyla, doğrudan araştırmacının kontrolü altında, gözlenmek istenen verilerin üretildiği” (Karasar, 2014: 87) araştırma tasarımlarından oluşurken, tarama modelleri ise halen var olan ya da geçmişte var olanı olduğu gibi saptamaya/tanımlamaya çalışan, araştırmaya konu olan olay, birey veya nesneyi kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlamaya çalışan araştırma modelidir (Karasar, 2014: 77). Bu tez araştırması amacı gereği hem deneme hem de tarama modeline sahiptir. Türkiye'nin 7 farklı coğrafi bölgeye ait toplam 21 yemeğin hem geleneksel hem modern olmak üzere toplam 42 yemeğin hazırlanması araştırmanın deneysel tasarımını oluşturmaktadır. Araştırmanın deneysel tasarımı örneklemin seçkisiz atama kuralına göre belirlenmemesinden dolayı yarı deneysel olarak kabul edilir (Balcı, 2011: 258; Karasar 2014: 99). Araştırma kapsamında geliştirilen yemekler Çizelge 3.1'de gösterilmektedir. Bu yemeklere ilişkin ayrıntılı reçeteler Ek'de yer almaktadır.

Çizelge 3.1. Araştırmanın deneysel modeli bağlamında hazırlanan ürünler

Boyutlar	Yemekler
<b>Marmara Bölgesi</b>	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı
	Ballı Mahmudiye
	İshakiye Helvası
<b>Ege Bölgesi</b>	Kirde Kebabı
	Ekmek Dolması
	Gerdan Tatlısı
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	Cive
	Frigya Dolması
	Şilofta
<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	Bici Aşı
	Kaşık Atması
	Şibit Tatlısı
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	Kaypancak
	Topalak
	Kıvratma
<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>	Sengeser
	Püşürük
	Çingertme
<b>Güney Doğu Anadolu Bölgesi</b>	Omaç
	Şiveydiz
	Cennet Çamuru

Deneysel tasarıma sahip araştırmanın değişkenlerine yönelik gerçekleştirilmesi düşünülen analizler araştırmanın tarama modeli tasarımını oluşturmaktadır. Tarama modelleri, evren hakkında genel bir yargıya varmak için evrenden çekilen bir örneklem üzerinde yapılan genel taramalar ya da örnek olay taramaları olarak ikiye ayrılır. Genel taramalar, başlıca tekil ve ilişkisel taramalar olarak ikiye ayrılır. Tekil taramalar bir birim ya da duruma yönelik gerçekleştirilen betimleyici araştırmaları ifade ederken, ilişkisel taramalar; iki veya daha çok sayıdaki değişkenin birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini araştıran ve genellikle ilişkisel ve karşılaştırmaya yönelik analizler yoluyla gerçekleştirilen çalışmaları ifade eder (Karasar, 2014: 79-81). Araştırma kapsamında gerek 8 kişilik uzman panelist gruba gerekse 82 kişilik tüketici grubuna yönelik duyusal analiz kapsamında gerçekleştirilen analizler araştırmada tekil ve ilişkisel tarama modellerinin birlikte kullanılmasını sağlamıştır.

### **3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Araştırma iki farklı evren ve örnekleme sahiptir. Bunlardan ilki eğitimli panelist olarak adlandırılan gruptur. Bu grubun evreni Türkiye’de yiyecek-içecek işletmeciliği, gastronomi ve mutfak sanatları, gıda mühendisliği, gıda hijyeni ve duyusal analiz konularında uzman olan tüm akademisyenlerdir. Katılımcılar, amaçlı örnekleme ve kolayda örnekleme yöntemleri ile belirlenmiştir. Buna göre araştırmanın örnekleme; gastronomi ve mutfak sanatları, gıda mühendisliği, gıda hijyeni ve duyusal analiz konularında uzman olan ve davet üzerine gelmeyi kabul eden 8 akademik personelden oluşmaktadır. Uzman panelistler ile gerçekleştirilen veri toplama süreci odak grup görüşmesi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmesi şeklinde gerçekleştirilen araştırmalara katılan uzman sayısı genellikle 8 kişiyi geçmez (Baş ve Akturan, 2013: 104). Üç aşamada gerçekleştirilen uzman panelist odak grup görüşmesinin ilk adımında katılımcılardan (a) eşleştirilmiş kıyaslama testi ile geleneksel yemekler ile modernize yemekler arasında bir tercihte bulunmaları, (b) hedonik skala beğeni testi ile geleneksel yemekler ile modernize yemeklere yönelik ortalama puanlar vermeleri ve son aşamada (c) modernize edilmiş yemeklerin duyusal özelliklerine göre ortalama beğeni puanları vermeleri istenmiştir. Bu ilgili 8 uzman paneliste 21 geleneksel ve 21 modernize edilmiş olmak üzere toplam da 42 farklı yemek test ettirilmiştir. Dolayısıyla 8 kişiden toplam 336 birimlik bir veri havuzu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın ikinci evreni ise Türkiye’deki 18 yaş ve üzerindeki tüm tüketicilerdir. Bu evren, Karasar’ın (2014: 110) ifadesiyle genel evrendir. Genel evren, tanımlanması kolay fakat ulaşılması güç hatta çoğu zaman neredeyse imkânsızdır (Karasar, 2014: 110). Böyle bir örnekleme ulaşmak imkânsız olduğu için örnekleme alma işlemi uygulanmıştır. Evrenin çok geniş ya da ulaşılamaz olduğu durumlarda, zaman, maddi kaynak ve insan gücü gibi araştırma olanakları da göz önüne alınarak örnekleme üzerinde çalışma ihtiyacı ortaya çıkabilir. Bu durumda evrenden yeterli sayıda ve uygun görülen teknik ile birimlerin seçilmesi işlemi olan örnekleme alma işlemine başvurulur (Sekeran, 1992: 226-227; Churchill ve Nielsen, 1998: 476). Örnekleme hacmi belirlenirken, araştırmanın temel analiz yöntemi olan Duyusal Analiz Tekniği altında uygulanan istatistiksel analizler dikkate alınmıştır. Duyusal analiz çerçevesinde gerçekleştirilen istatistiksel analizler en az 80-100 kişilik tüketici (eğitilmemiş panelist) grubu ile gerçekleştirilir (Özkaya ve Üner, 2018). Araştırmaya katılan tüketicilerin her birinin 21 adet farklı yemek deneyeceği dikkate alınarak, örnekleme büyüklüğü en az 82 kişi olarak belirlenmiştir. 82 kişinin 21 farklı yemeğe yönelik veri sağlayacağı hesaplandığında en az 1722 birimlik bir veri havuzu ortaya çıkacaktır. Bu örnekleme oluşturan bireyler kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Olasılıklı örnekleme yöntemleri bilimsel araştırmalarda sonuçların genellenebilirliği açısından istendik bir durum olsa dahi, pratik nedenlerden dolayı bazı durumlarda olasılık dışı örnekleme başvurulması zorunlu bir yöntemdir (Balcı, 2011: 100).

### **3.4. Araştırmanın Veri Toplama Aracı ve Süreci**

Araştırmada uzman panelist grubu ve tüketici grubundan duyusal analiz formları aracılığıyla veri toplanmıştır. Veriler her iki grup için de anketler aracılığıyla ve yüz yüze temas tekniğiyle toplanmıştır. Uzman panelist grubun; eşleştirilmiş kıyaslama testi ve hedonik skala beğeni testi ölçekleri Milli Eğitim Bakanlığı’nın 2010 yılında yayınlana Gıda Teknolojisi – Duyusal Test Teknikleri isimli modülünden alınmıştır. (MEGEP, 2010: 44-54). Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeğinde katılımcılardan her bölgeye yönelik denedikleri 3’er yemeğin “görünüş”, “koku”, “doku”, “tat” ve “genel beğeni” özelliklerini dikkate alarak geleneksel ya da modernize versiyonlarından birisini tercih etmeleri istenmiştir. Katılımcılar 7 farklı coğrafi bölgeye ait toplam 21 yemeğin hem geleneksel hem modern olmak üzere toplam 42 yemeğe yönelik değerlendirme yapmıştır. İlgili ölçek örneği Çizelge 3.2.’de yer almaktadır.

Çizelge 3.2. Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği örneği

Duyusal Özellikler	A örneği	B örneği
<b>Optik Etkiler (Görme)</b> Size verilen her iki örneği “görünüş” açısından değerlendiriniz.		
<b>Olfaktorik Etkiler (Koklama)</b> Size verilen her iki örneği “koku” açısından Değerlendiriniz.		
<b>Gastatonik Etkiler (Tatma)</b> Size verilen her iki örneği “tat” açısından değerlendiriniz		
<b>Haptik Etkiler (Dokunma)</b> Size verilen her iki örneği “doku” açısından değerlendiriniz (Sertlik-yumuşaklık, ağızda sıvaşma/yapışma, dağılma/ufalanma gibi dokusal özellikler açısından değerlendiriniz).		
Size verilen her iki örneği “genel beğeni düzeyi” açısından değerlendiriniz.		

Hedonik Skala (beğeni) ölçeğinde ise uzman panelistlerden her bölgeye yönelik denedikleri 3'er yemeğin geleneksel ya da modernize versiyonlarına yönelik genel beğenilerini belirtmeleri istenmiştir. Ölçek tepki kategorileri 1= Hiç beğenmedim ... 5=Çok beğendim olacak şekilde 5'li Likert tipi dereceleme ile ölçülmüştür. Ölçek, Milli Eğitim Bakanlığı'nın 2010 yılında yayımlana Gıda Teknolojisi – Duyusal Test Teknikleri isimli modülünden alınmıştır. (MEGEP, 2010: 51-52). Katılımcılar 7 farklı coğrafi bölgeden, her bölgede 3'er yemek olmak üzere toplam 21 yemeğin hem geleneksel hem modern olmak üzere toplam 42 yemeğe yönelik değerlendirme yapmıştır. İlgili ölçek örneği Çizelge 3.3'de yer almaktadır.

Çizelge 3.3. Hedonik skala (beğeni) ölçeği örneği

HEDONİK SKALA TESTİ	
Panelistin Adı-Soyadı: Yemek Adı:	Tarih: Saat:
<b>Örnek: A</b>	<b>Örnek: B</b>
<input type="radio"/> Çok beğendim <input type="radio"/> Beğendim <input type="radio"/> Ne beğendim ne beğenmedim <input type="radio"/> Beğenmedim <input type="radio"/> Hiç beğenmedim	<input type="radio"/> Çok beğendim <input type="radio"/> Beğendim <input type="radio"/> Ne beğendim ne beğenmedim <input type="radio"/> Beğenmedim <input type="radio"/> Hiç beğenmedim
Yorum:	Yorum:

Araştırmada uzman panelistlerden veri elde etmek üzere kullanılan bir diğer ölçek “Kalite Kriterleri Bağlamında Duyusal Değerlendirme” ölçeğidir. Uzmanlar beğenilerini 4 duyuşal

özellik olan; görünüş, koku, doku ve lezzet olmak üzere 4 boyut için ayrı olmak üzere 5’li Likert Tipi dereceleme ile ifade etmişlerdir. İlgili ölçek örneği Çizelge 3.4’de yer almaktadır.

Çizelge 3.4. Kalite kriterleri bağlamında duyuşal değerlendirme ölçeği

		Yok (Mat)	Yetersiz	Kabul Edilir	İyi	Var (Parlak)
<b>GÖRÜNÜŞ</b>	Şekil					
	Yüzey Parlaklığı					
<b>DOKU</b>	Sertlik (olağan dışı)	Yok	Yetersiz	Kabul Edilir	İyi	Var
	Çiğnenebilirlik					
	Yumuşaklık (olağan dışı)					
		Yok	Çok Az Var	Var	Biraz Fazla Var	Çok Fazla Var
<b>KOKU-AROMA</b>	Hoş Koku					
	İstenmeyen Koku					
		Kötü	Biraz Kötü	Normal	İyi	Çok İyi
<b>LEZZET</b>	İstenmeyen Tat (Çok fazla/hiç yok)					
	Ağızda Bıraktığı His					
	Boğazda Bıraktığı His					
	Tat Sonrası İzlenim					

Araştırmada kullanılan son ölçek, tüketici grubundan modernize yemeklere yönelik beğenileri öğrenmek amacıyla kullanılan Duyusal Değerlendirme Beğeni Ölçeği’dir. Ölçek, Üner’in (2019) “Türkiye’deki Coğrafi İşaretili Peynirlerin Umami Tat Yoğunluklarının Belirlenmesi” isimli doktora tezinden alınmıştır. Ölçek tepki kategorileri 1= Hiç beğenmedim ... 9=Çok beğendim olacak şekilde 9’lu Likert tipi dereceleme ile ölçülmüştür. Katılımcılar 7 farklı coğrafi bölgeden, her bölgede 3’er yemek olmak üzere toplam 21 modernize edilmiş yemeğe yönelik değerlendirme yapmıştır. İlgili ölçek örneği Çizelge 3.5’de yer almaktadır.

Çizelge 3.5. Duyusal değerlendirme beğeni ölçeği

Sorular	1 (Hiç Beğenmedim)	2	3	4	5	6	7	8	9 (Çok beğendim)
<b>Yemek Kodu: A-1</b>									
Yemeğin örneğini “ <b>görünüş</b> ” açısından (1-9 aralığında) değerlendiriniz.									
Yemeğin örneğini “ <b>koku</b> ” açısından (1-9 aralığında) değerlendiriniz.									
Yemeğin örneğini “ <b>doku</b> ” açısından (1-9 aralığında) değerlendiriniz (Sertlik-yumuşaklık, ağızda sivaşma/yapışma, dağılma/ufalanma gibi dokusal özellikler açısından değerlendiriniz).									
Yemeğin örneğini “ <b>tat</b> ” açısından (1-9 aralığında) değerlendiriniz.									
Yemeğin örneğini “ <b>genel beğeni düzeyi</b> ” açısından (1-9 aralığında) değerlendiriniz.									

Yukarıda bahsedilen ölçekler yardımıyla uzman panelist gruba yönelik veri toplama işlemi 5 Ağustos 2019 günü gerçekleştirilmiştir ve 8 uzmandan veri toplanmıştır. Tüketici grubuna yönelik veri toplama işlemi ise 6 Ağustos 2019 günü gerçekleştirilmiştir ve toplam 82 katılımcıdan veri toplanmıştır.

### 3.5. Araştırmanın Veri Analiz Teknikleri

Araştırmada elde edilen SPSS 25,0 (Statistical Program for Social Sciences) paket programı ile değerlendirilecektir. Bu program altında başvuru olan istatistiksel analizler; eşleşmiş kıyaslama testi bağlamında frekans analizi; hedonik skala testi bağlamında betimleyici istatistikler ve parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi; duysal analiz beğeni testi bağlamında betimleyici analizler, ANOVA ve Post-Hoc testleri, ilişki testleri bağlamında korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri şeklindedir.



## **4. BULGULAR**

### **4.1. Uzman Panelistlere Yönelik Duyusal Analiz Bulguları**

8 uzman panelistin oluşturduğu uzman panelist grubun; 6'sı kadın 2'si erkek olarak oluşmuştur. 5 uzman panelist 25-34 yaş aralığında, 3 uzman panelist ise 45 ve üstü yaş aralığındadır. 8 uzman panelistin oluşturduğu grubun tamamının eğitim düzeyi lisansüstüdür. 2 panelist 2000 ve 4000 TL aralığında 3 panelist 4000-6000 TL aralığında 3 panelist ise 6000 TL üstünde gelir düzeyi mevcuttur.

#### **4.1.1. Eşleşmiş Kıyaslama Testi Bulguları**

Eşleşmiş Kıyaslama testi sürecinde 8 katılımcıya 7 farklı coğrafi bölgeye ait, 3 orijinal 3 adet de modernize edilmiş versiyonları olmak üzere toplam 21 adet geleneksel (Tercih A) ve 21 adet modernize edilmiş (Tercih B) toplam 42 yemek denettirilmiştir. Katılımcılara, her bir bölgeye ait yemeklerin geleneksel ve modernize edilmiş halleri aynı anda denettirilmiş ve katılımcılardan duyusal özelliklere göre hangisini tercih ettiklerini belirtmeleri istenmiştir. Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları a) tüm bölgelerdeki 21 geleneksel ve 21 modernize yemek bir arada değerlendirilerek ve b) her bir yemeğin geleneksel ve modernize edilmiş versiyonları ait olduğu bölgeye göre ayrı ayrı değerlendirilerek ortaya koyulmuştur. Çizelge 4.1'deki verilerden hareketle 7 farklı coğrafi bölgenin tüm yemekleri dikkate alındığında katılımcıların tüm duyusal özellikler açısından modernize edilmiş ürünleri daha fazla beğendiği görülmektedir. Katılımcıların %83,3'ü modernize edilmiş yemekleri tercih etmişken yalnızca % 14,9'u geleneksel lezzetleri daha fazla beğendiğini ifade etmiştir. Katılımcıların modernize edilmiş yemeklere ilişkin tercihinde rol oynayan en etkili duyusal faktör %82,1 ile tat olurken, en düşük etkili duyusal faktör % 61,9 ile olfaktorik etkilerden kaynaklanmıştır. Sonuç olarak tüm coğrafi bölgeler bir arada değerlendirildiğinde panelistlerin modernize edilmiş yemekleri tercih ettikleri söylenebilir.



Çizelge 4.1. 21 geleneksel ve 21 modernize yemeğe ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8 kişi)

Duyusal Faktörler	Tercih A örneği		Tercih B Örneği		Fark Yok	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Optik Etkiler (Görme)	18	10,7	136	<b>81,0</b>	14	8,3
Olfaktorik Etkiler (Koklama)	37	22,0	104	<b>61,9</b>	27	16,1
Haptik Etkiler (Dokunma)	24	14,3	118	<b>70,2</b>	26	15,5
Gastatonik Etkiler (Tatma)	25	14,9	138	<b>82,1</b>	5	3,0
Genel Beğeni Düzeyi	25	14,9	140	<b>83,3</b>	3	1,8

#### 4.1.1.1. Marmara Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Eşleşmiş Kıyaslama Testi sürecinde ikinci aşamada sekiz panelistin yemek tercihleri; bölgesel olarak ve her bölgeye ait üçer yemek bağlamında ayrı ayrı olarak incelenmiştir. Katılımcılara, her bir bölgeye ait üç yemeğin, geleneksel ve modernize edilmiş halleri aynı anda denettirilmiş ve katılımcılardan duyuşsal özelliklere göre hangisini tercih ettiklerini belirtmeleri istenmiştir. Her bölgeye ait değerlendirmeler bittikten sonra 10 dakika ara verilmiş ve diğer bölgenin değerlendirmesine geçilmiştir. İlk değerlendirme Marmara Bölgesi yemeklerinden “Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı”, “Ballı Mahmudiye” ve “Ishakiye Helvası” na yönelik gerçekleştirilmiştir. Çizelge 4.2.’deki verilerden hareketle katılımcıların üç yemek için de tercihlerinin modernize edilmiş (B yemeği) yemeklerden yana oldukları görülmektedir. Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ve Ishakiye Helvası’nın modernize edilmiş hallerinin genel beğeni düzeyi açısından tercih edilirliliği % 87.5 iken, Ballı Mahmudiye için %100’dür.

Çizelge 4.2. Marmara Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Zeytinyağı ve Peynirli Kabak Bayıldı	Optik Etkiler (Görme)	2	25,0	5	62,5	1	12,5
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	1	12,5	7	87,5	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	7	87,5	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	1	12,5	7	87,5	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	87,5	-	-
Balh Mahmutiye	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	100,0	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	-	-	5	62,5	3	37,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	7	87,5	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	100,0	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	100,0	-	-
Ishakiye Helvası	Optik Etkiler (Görme)	-	-	5	62,5	3	37,5
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	1	12,5	4	50,0	3	37,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	5	62,5	3	37,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	1	12,5	7	87,5	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	87,5	-	-

#### 4.1.1.2. Ege Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Ege Bölgesi yemeklerinden “Kirde Kebabı”, “Ekmek Dolması” ve “Gerdan Tatlısı”na yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.3’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de tercihlerinin çoğunlukla modernize edilmiş (B yemeği) yemeklerden yana oldukları görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlilik %75 ile Gerdan Tatlısı olurken, Kirde Kebabı ve Ekmek Dolması %62,5 oranında tercih edilerek, geleneksel versiyonlarından daha fazla beğenilmişlerdir. Ek olarak her ne kadar Gerdan Tatlısı’nın modernize hali genel beğenilirlik düzeyi açısından en yüksek yüzdeye sahip olsa da katılımcıların olfaktorik etki açıdan Gerdan Tatlısı’nın modernize halini, geleneksel halinden ayırt edememiş (%50) ve geleneksel versiyonun kokusunu (%37,5) daha çok beğenmiştir. Benzer şekilde katılımcılar Kirde Kebabının modernize edilmiş halini geleneksel halinden daha çok beğenmiş olsa da, optik etki açıdan iki versiyon arasında fark yok diyen katılımcı sayısı ile fark cvar diyen katılımcı sayısı eşit orandadır.

Çizelge 4.3. Ege Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Kırde Kebabı	Optik Etkiler (Görme)	2	25,0	3	37,5	<b>3</b>	<b>37,5</b>
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	3	37,5	4	<b>50,0</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	4	50,0	4	<b>50,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
Ekmek Dolması	Optik Etkiler (Görme)	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	3	37,5	4	<b>50,0</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	4	50,0	4	<b>50,0</b>	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
Gerdan Tatlısı	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	3	<b>37,5</b>	1	12,5	4	<b>50,0</b>
	Haptik Etkiler (Dokunma)	2	25,0	5	<b>62,5</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	2	25,0	5	<b>62,5</b>	1	12,5
	Genel Beğeni Düzeyi	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-

#### 4.1.1.3. Akdeniz Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Akdeniz Bölgesi yemeklerinden Cive”, “Frigya Dolması” ve “Şilofta”ya yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.4’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de ağırlıklı tercihlerinin modernize edilmiş (B yemeği) yemeklerden yana olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlilik %100 Frigya dolması ve Şilofta olurken, Cive’nin oranı %87,5’tir. Üç yemek için de hiçbir kategoride geleneksel A ürünü ya da fark yok seçeneği, modernize versiyonlara göre daha yüksek oranda tercih edilmemiştir.

Çizelge 4.4. Akdeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Cive	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	1	12,5	5	<b>62,5</b>	2	25,0
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
Frıya Dolması	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	5	<b>62,5</b>	2	25,0
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	5	<b>62,5</b>	2	25,0
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
Şifto	Optik Etkiler (Görme)	-	-	7	<b>87,5</b>	1	12,5
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	-	-	6	<b>75,0</b>	2	25,0
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-

#### 4.1.1.4. İç Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

İç Anadolu Bölgesi yemeklerinden “Bici Aşı”, “Kaşık Atması” ve “Şibit Tatlısı”na yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.5’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de ağırlıklı tercihlerinin modernize edilmiş yemeklerden (B yemeği) yana olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlilik %100 Kaşık Atması ve Şibit Tatlısı olurken, Bici Aşı’nın oranı %75’tir. Dikkat çekici tek unsur Bici Aşı’nı deneyimleyen katılımcıların % 62.5’i yemeğin geleneksel hali ile modernize hali arasında haptik etkiler açısından fark gözlemleyememiştir.

Çizelge 4.5. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Bici Aşı	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	-	-	6	<b>75,0</b>	2	25,0
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	3	37,5	5	<b>62,5</b>
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	2	25,0	5	<b>62,5</b>	1	12,5
	Genel Beğeni Düzeyi	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-
Kaşık Atması	Optik Etkiler (Görme)	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
Şibit Tatlısı	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	7	<b>87,5</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-

#### 4.1.1.5. Karadeniz Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Karadeniz Bölgesi yemeklerinden “Kaypancak”, “Topalak” ve “Kıvratma”ya yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.6’da yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de ağırlıkla tercihlerinin modernize edilmiş (B yemeği) yemeklerden yana olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlilik %100 ile Topalak olurken, Kaypancak %87,5, Kıvratma ise %62,5’luk bir tercih edilme oranına sahip olmuştur. Üç yemek için de hiçbir kategoride geleneksel A ürünü ya da fark yok seçeneği, modernize versiyonlara göre daha yüksek oranda tercih edilmemiştir.

Çizelge 4.6. Karadeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Kaypancak	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	100,0	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	2	25,0	6	75,0	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	-	-	8	100,0	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	7	87,5	1	12,5
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	7	87,5	1	12,5
Topalak	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	100,0	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	-	-	8	100,0	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	6	75,0	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	100,0	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	100,0	-	-
Kıvratna	Optik Etkiler (Görme)	2	25,0	5	62,5	1	12,5
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	1	12,5	6	75,0	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	5	62,5	2	25,0
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	2	25,0	5	62,5	1	12,5
	Genel Beğeni Düzeyi	2	25,0	5	62,5	1	12,5

#### 4.1.1.6. Doğu Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerinden “Sengesser”, “Püşürük” ve “Çingertme’ye yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.7’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de ağırlıklı tercihlerinin modernize edilmiş yemeklerden (B yemeği) yana olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlilik %87,5 ile Çingertme olurken, Püşürük %75, Sengesser ise %62,5’luk tercih edilme oranına sahiptir. Doğu Anadolu yemeklerinin modernize edilmiş şekilleri her ne kadar geleneksel hallerine göre tercih edilmiş olsa da bazı duysal özellikler açısından dikkat çekici sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Buna göre Sengesser yemeğinin haptik özellikleri ele alındığında, katılımcıların yarısı ya geleneksel versiyonu tercih etmişler (%37,5) ya da modernize edilmiş ile arasında fark görmemiştir (%12,5). Benzer durum Püşürük yemeği için de geçerlidir. Buna göre Püşürük yemeği, olfaktorik etkiler ele alındığında geleneksel hali daha fazla beğenilmiştir (%87,5). Ek olarak haptik etkiler açısından da geçerlidir. Katılımcıların %25’i geleneksel versiyonu tercih etmiş, diğer %25’i de modernize edilmiş ile geleneksel arasında fark görmemiştir. Son olarak genel beğeni düzeyi açısından en

yüksek tercih edilirlğe sahip olan modernize edilmiş Çingertme yemeği, olfaktorik etkiler ele alındığında geleneksel hali ya daha fazla beğenilmiş (%50) ya da modernize ile arasında fark görülmemiştir (%37,5).

Çizelge 4.7. Doğu Anadolu yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Sengeser	Optik Etkiler (Görme)	-	-	7	<b>87,5</b>	1	12,5
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	3	37,5	4	50,0	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
Püşürtük	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	7	87,5	1	12,5	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	2	25,0	4	50,0	2	25,0
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
Çingertme	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Olfaktorik Etkiler (Koklama)	4	50,0	1	12,5	3	37,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	2	25,0	5	<b>62,5</b>	1	12,5
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-

#### 4.1.1.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi eşleşmiş kıyaslama testi bulguları

Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerinden “Omaç”, “Şiveydiz” ve “Cennet Çamuru”na yönelik gerçekleştirilen Eşleşmiş Kıyaslama Testi bulguları Çizelge 4.8.’de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların üç yemek için de ağırlıkla tercihlerinin modernize edilmiş yemeklerden (B yemeği) yana olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyi açısından en yüksek tercih edilirlık %100 ile Cennet Çamuru olurken, Şiveydiz %87,5, Omaç ise %62,5’luk tercih edilme oranına sahiptir. Güneydoğu Anadolu yemeklerinin modernize edilmiş şekilleri her ne kadar geleneksel hallerine göre tercih edilmiş olsa da bazı duysal özellikler açısından dikkat çekici sonuçlar da ortaya çıkmıştır. Buna göre Omaç yemeğinin haptik özellikleri ele alındığında, katılımcıların çoğunluğu bu yemeğin geleneksel versiyonu tercih etmişlerdir (%62,5). Şiveydiz yemeği için de olfaktorik etkiler ele

alındığında katılımcıların yarısı ya geleneksel hali daha fazla beğenmiş ya da geleneksel ile modernize yemek arasında fark gözlemleyememiştir (%50).

Çizelge 4.8. Güneydoğu Anadolu yemeklerine ilişkin eşleşmiş kıyaslama testi frekans analizi bulguları (n= 8)

Duyusal Faktörler		A Modeli		B Modeli		Fark Yok	
		Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Omaç	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	2	25,0	5	<b>62,5</b>	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	5	62,5	3	37,5	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	3	37,5	5	<b>62,5</b>	-	-
Şiveydz	Optik Etkiler (Görme)	1	12,5	6	<b>75,0</b>	1	12,5
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	3	37,5	4	50,0	1	12,5
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
Cennet Çamuru	Optik Etkiler (Görme)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Olfaktör Etkiler (Koklama)	2	25,0	6	<b>75,0</b>	-	-
	Haptik Etkiler (Dokunma)	1	12,5	7	<b>87,5</b>	-	-
	Gastatonik Etkiler (Tatma)	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-
	Genel Beğeni Düzeyi	-	-	8	<b>100,0</b>	-	-

#### 4.1.2. Hedonik Skala Beğeni Testi

Eşleşmiş Kıyaslama testinin akabinde 8 uzman paneliste 7 farklı coğrafi bölgeye ait, 3 geleneksel 3 adet de modernize edilmiş versiyonları olmak üzere toplam 21 adet geleneksel (Tercih A) ve 21 adet modernize edilmiş (Tercih B) toplam 42 yemek test ettirilmiştir. Uzman panelistlere, her bir bölgeye ait yemeklerin geleneksel ve modernize edilmiş halleri aynı anda denettirilmiş ve panelistlerden bu kez tüm duyuşsal özelliklere göre değil yalnızca genel beğenilerine göre puan vermeleri istenmiştir. Uzmanlar beğenilerini geleneksel ve modernize yemeklere göre ayrı ayrı olacak şekilde Likert Tipi derecelendirme tepki kategorileri olan 1: Hiç beğenmedim, 2:Beğenmedim, 3: Ne beğendim ne beğenmedim, 4: Beğendim, 5: Çok beğendim şeklinde ifade etmişlerdir. Hedonik Skala Beğeni Testi bulguları a) tüm bölgelerdeki 21 geleneksel ve 21 modernize yemek bir arada değerlendirilerek ve b) her bir yemeğin geleneksel ve modernize edilmiş versiyonları ait



olduğu bölgeye göre ayrı ayrı değerlendirilerek ortaya koyulmuştur. Çizelge 4.9.'daki verilerden hareketle 7 farklı coğrafi bölgenin tüm yemekleri dikkate alındığında katılımcıların modernize edilmiş ürünleri daha fazla beğendiği görülmektedir ( $\bar{x}=4,32$ ). Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Wilcoxon Signed Rank testi; eşleştirilmiş iki örnek testinin, parametrik olmayan karşılığıdır (Alpar, 2012: 209). Bu analizde ortalamaların karşılaştırılması yerine puanların medyan değerleri üzerinden fark testi gerçekleştirilir (Kalaycı, 2014:104 ). Tüm 7 coğrafi bölgeye ait 21 geleneksel ve 21 modernize yemeğin bir arada değerlendirilmesiyle gerçekleştirilen ilk Wilcoxon Signed Rank testi sonucuna göre katılımcılar modernize edilmiş yemekleri bir bütün olarak, geleneksel hallerine kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha olumlu algılamışlardır ( $p<0,05$ ). Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.9'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.9. Hedonik skala testine göre geleneksel ve modernize 21 yemeğin genel ortalamaların ve fark testi bulguları (n= 8)

Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	t-değeri	Serbestlik Derecesi	p-değeri
Geleneksel hedonik beğenme	3,43	1,001	-8,824	167	,000*
Modernize hedonik beğenme	4,32	,820			
Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,881	1,294			

#### 4.1.2.1. Marmara Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.10'daki verilerden hareketle Marmara Bölgesi yemekleri olan Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ( $\bar{x}=4,38$ ), Ballı Mahmudiye ( $\bar{x}=4,50$ ) ve İshakiye Helvası ( $\bar{x}=3,75$ ) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin yalnızca Ballı Mahmudiye yemeği açısından modernize edilmiş ile geleneksel arasında anlamlı bir fark algıladıkları ( $p<0,05$ ), buna karşın Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ve İshakiye Helvası açısından geleneksel ile modernize edilmiş arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Sonuç olarak

panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri yemeğin Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı, en düşük puan verdikleri yemeğin İshakiye helvası ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında anlamlı fark algıladıkları tek yemeğin de Ballı Mahmudiye olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.10'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.10. Marmara Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	Geleneksel hedonik beğenme	3,75	,707	,059
	Modernize hedonik beğenme	4,38	,744	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,625	,744	
Ballı Mahmudiye	Geleneksel hedonik beğenme	3,50	,535	,023*
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,756	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-1,000	,756	
İshakiye Helvası	Geleneksel hedonik beğenme	3,50	,535	,414
	Modernize hedonik beğenme	3,75	1,165	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,250	,886	

\*p<0,05

#### 4.1.2.2. Ege Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.11.'deki verilerden hareketle Ege Bölgesi yemekleri olan “Kirde Kebabı” ( $\bar{x}=4,13$ ), “Ekmek Dolması” ( $\bar{x}=4,50$ ) ve “Gerdan Tatlısı” ( $\bar{x}=4,25$ ) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin hiçbir yemek için modernize edilmiş ile geleneksel versiyonları arasında anlamlı bir fark algılamadıkları ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri yemeğin Ekmek Dolması, en düşük puan verdikleri yemeğin Kirde Kebabı olduğu ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında hiçbir yemek açısından anlamlı fark algılanmadığı ortaya çıkmıştır. Ortalama

puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.11'deki gösterilmektedir.

Çizelge 4.11. Ege Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Kırde Kebabı	Geleneksel hedonik beğenme	3,88	,835	,608
	Modernize hedonik beğenme	4,13	,991	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,250	1,389	
Ekmek Dolması	Geleneksel hedonik beğenme	4,13	,641	,366
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,756	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,375	1,188	
Gerdan Tatlısı	Geleneksel hedonik beğenme	3,38	1,061	,107
	Modernize hedonik beğenme	4,25	,886	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,875	1,356	

#### 4.1.2.3. Akdeniz Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.12.'deki verilerden hareketle Akdeniz Bölgesi yemekleri olan “Cive” ( $\bar{x}=4,50$ ), “Frigya Dolması” ( $\bar{x}=4,50$ ) ve “Şilofta” ( $\bar{x}=5,00$ ) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin tüm yemekler için modernize edilmiş ile geleneksel versiyonları arasında anlamlı fark algıladıkları ortaya çıkmaktadır ( $p<0,05$ ). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri yemeğin Şilofta olduğu ve tüm yemekler açısından modernize yemeklerin lehine anlamlı fark algılandığı ortaya çıkmıştır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.12.'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.12. Akdeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Cive	Geleneksel hedonik beğenme	3,63	,916	,035*
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,535	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,875	,835	
Frigya Dolması	Geleneksel hedonik beğenme	3,38	,744	,034*
	Modernize hedonik beğenme	4,50	1,069	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-1,125	1,126	
Şiflofta	Geleneksel hedonik beğenme	2,13	,991	,010*
	Modernize hedonik beğenme	5,00	,000	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-2,875	,991	

\*p<0,05

#### 4.1.2.4. İç Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.13.’deki verilerden hareketle İç Anadolu Bölgesi yemekleri olan “Bici Aşı” ( $\bar{x}$  =4,13), “Kaşık Atması” ( $\bar{x}$  =4,25) ve “Şibit Tatlısı” ( $\bar{x}$  =4,63) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin Kaşık Atması yemeği ile Şibit Tatlısı açısından modernize edilmiş ile geleneksel arasında anlamlı bir fark algıladıkları (p<0,05), buna karşın Bici Aşı açısından geleneksel ile modernize edilmiş arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmaktadır (p>0,05). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri ürünün Şibit Tatlısı, en düşük puan verdikleri yemeğin ise Bici Aşı ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında anlamlı fark algıladıkları iki yemeğin de Kaşık Atması ve Şibit Tatlısı olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.13.’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.13. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Bici Aşı	Geleneksel hedonik beğenme	3,63	,518	,157
	Modernize hedonik beğenme	4,13	,835	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,500	,926	
Kaşık Atması	Geleneksel hedonik beğenme	2,38	1,188	,027*
	Modernize hedonik beğenme	4,25	,707	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-1,875	1,458	
Şibit Tatlısı	Geleneksel hedonik beğenme	2,63	,916	,011*
	Modernize hedonik beğenme	4,63	,518	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-2,000	1,195	

\*p<0,05

#### 4.1.2.5. Karadeniz Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.14.’deki verilerden hareketle Karadeniz Bölgesi yemekleri olan “Kaypancak” ( $\bar{x}$  =4,88), “Topalak” ( $\bar{x}$ =4,50) ve “Kıvratma” ( $\bar{x}$ =3,88) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin Kaypancak yemeği ile Topalak yemeği açısından modernize edilmiş ile geleneksel arasında anlamlı bir fark algıladıkları (p<0,05), buna karşın Kıvratma ürünü açısından geleneksel ile modernize edilmiş arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmaktadır (p>0,05). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri ürünün Topalak yemeği olduğu, en düşük puan verdikleri yemeğin ise Kıvratma olduğu ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında anlamlı fark algıladıkları iki yemeğin de Kaypancak ve Topalak yemeklerinin olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.14’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.14. Karadeniz Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Kaypancak	Geleneksel hedonik beğenme	3,88	,835	,023*
	Modernize hedonik beğenme	4,88	,354	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-1,000	,756	
Topalak	Geleneksel hedonik beğenme	2,38	,518	,010*
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,535	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-2,125	,641	
Kıvratma	Geleneksel hedonik beğenme	3,50	1,309	,666
	Modernize hedonik beğenme	3,88	,991	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,375	1,923	

\*p<0,05

#### 4.1.2.6. Doğu Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.15’deki verilerden hareketle Doğu Anadolu Bölgesi yemekleri olan “Sengeser” ( $\bar{x}=4,00$ ), “Püşürük” ( $\bar{x}=4,13$ ) ve “Çingertme” ( $\bar{x}=4,50$ ) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin hiçbir yemek için modernize edilmiş ile geleneksel versiyonları arasında anlamlı bir fark algılamadıkları ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri yemeğin Çingertme, en düşük puan verdikleri yemeğin Sengeser olduğu ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında hiçbir yemek açısından anlamlı fark algılanmadığı ortaya çıkmıştır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.15’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.15. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ort	Std. Sapma	p-değeri
Sengeser	Geleneksel hedonik beğenme	3,38	1,188	,357
	Modernize hedonik beğenme	4,00	1,069	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,625	2,066	
Püşürük	Geleneksel hedonik beğenme	3,63	,518	,102
	Modernize hedonik beğenme	4,13	,641	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,500	,756	
Çingertme	Geleneksel hedonik beğenme	3,63	,744	,112
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,756	
	Gelenekse hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,875	1,246	

#### 4.1.2.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi hedonik skala beğeni testi bulguları

Çizelge 4.16'daki verilerden hareketle Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemekleri olan Omaç ( $\bar{x}=3,63$ ), Şiveydiz ( $\bar{x}=4,50$ ) ve Cennet Çamuru ( $\bar{x}=4,88$ ) dikkate alındığında panelistlerin tüm yemeklerin modernize edilmiş hallerini, geleneksel versiyonlarına göre fazla beğendiği görülmektedir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı parametrik olmayan fark testlerinden Wilcoxon Signed Rank Testi ile gerçekleştirilmiştir. Fark testi sonucuna göre panelistlerin yalnızca Cennet Çamuru açısından modernize edilmiş ile geleneksel arasında anlamlı bir fark algıladıkları ( $p<0,05$ ), buna karşın Omaç ve Şiveydiz açısından geleneksel ile modernize edilmiş arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Sonuç olarak panelistlerin modernize versiyonlar açısından en yüksek ortalama puan verdikleri yemeğin Cennet Çamuru olduğu ve en düşük puan verdikleri yemeğin Omaç olduğu ve geleneksel ile modernize edilmiş arasında anlamlı fark algıladıkları tek yemeğin de Cennet Çamuru olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Ortalama puanlar ve bu puanların medyan değerleri üzerinden gerçekleştirilen fark testi bulguları Çizelge 4.16'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.16. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine ilişkin hedonik skala testine göre yönelik eşleştirilmiş Wilcoxon Testi (n= 8)

Yemekler	Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	p-değeri
Omaç	Geleneksel hedonik beğenme	3,25	1,035	,083
	Modernize hedonik beğenme	3,63	1,061	
	Geleneksel hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,375	,518	
Şiveydiz	Geleneksel hedonik beğenme	3,75	,463	,058
	Modernize hedonik beğenme	4,50	,756	
	Geleneksel hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-,750	,886	
Cennet Çamuru	Geleneksel hedonik beğenme	3,63	,916	,015*
	Modernize hedonik beğenme	4,88	,354	
	Geleneksel hedonik beğenme – Modernize hedonik beğenme	-1,250	,707	

#### 4.1.3. Kalite Kriterleri Bağlamında Modernize Edilmiş Yemeklerin Duyusal Değerlendirme Bulguları

8 kişiden oluşan uzman panelist gruba yönelik gerçekleştirilen üçüncü ve son analiz, 7 farklı coğrafi bölgeye ait olan 21 modernize yemeğe yönelik duyusal analizdir. Uzmanlar beğenilerini 4 duyusal özellik olan; görünüş, koku, doku ve lezzet olmak üzere 4 boyut için ayrı olmak üzere 5’li Likert Tipi dereceleme ile ifade etmişlerdir. Bulgular ortalama puanlar ve yüzde oranları üzerinden betimleyici analizler aracılığıyla a) tüm bölgelere ait 21 modernize yemek bir arada değerlendirilerek ve b) 7 ayrı coğrafi bölgeye ait 3’er modernize edilmiş yemeği ayrı ayrı dikkate alarak ortaya koyulmuştur. Çizelge 4.17’deki verilerden hareketle 7 farklı coğrafi bölgeye ait 21 modernize yemek bir arada değerlendirildiğinde katılımcıların görünüş, koku, doku ve lezzet yönünden yemeklere yönelik beğenisinin yüksek olduğu görülmektedir. Uzman panelistler yemeklerde istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılamamıştır. En olumlu algılanan üç duyusal özellik sırasıyla şekil ( $\bar{x}=4,32$ ), çiğnenebilirlik ( $\bar{x}=4,30$ ) ve tat ( $\bar{x}=4,29$ ) olmuştur.



Çizelge 4.17. 21 Modernize yemeğe yönelik kalite kriterleri bağlamında duyuşal değerlendirme Bulguları (n=8)

GÖRÜNÜŞ	Ortalama	Std. Sapma	Yok (Mat)		Yetersiz		Kabul Edilir		İyi		Çok İyi	
			Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Şekil	4,32	,729	1	,6	2	1,2	14	8,3	76	45,2	75	44,6
Yüzey Parlaklığı	4,13	,879	3	1,8	6	3,6	19	11,3	78	46,4	61	36,3
KOKU-AROMA	Ortalama	Std. Sapma	Yok		Az Var		Kabul Edilir		İyi		Çok İyi	
			Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Hoş Koku	4,00	,750	-	-	3	1,8	38	22,6	83	49,4	44	26,2
İstenmeyen Koku	1,13	,520	154	91,7	10	6,0	1	,6	2	1,2	1	,6
DOKU	Ortalama	Std. Sapma	Hiç Yok		Yok		Biraz Var		Var		Çok var	
			Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Olağan dışı sertlik	1,26	,752	147	87,5	5	3,0	10	6,0	5	3,0	1	,6
Çiğnenebilirlik	4,30	,793	-	-	4	2,4	23	13,7	60	35,7	81	48,2
Olağan dışı yumuşaklık	1,22	,721	151	89,9	4	2,4	8	4,8	3	1,8	2	1,2
LEZZET	Ortalama	Std. Sapma	Çok Kötü		Kötü		Ne iyi ne kötü		İyi		Çok İyi	
			Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)	Frekans (n)	Yüzde (%)
Tat	4,29	1,063	7	4,2	8	4,8	11	6,5	45	26,8	97	57,7
Ağızda Bıraktığı His	4,16	,821	-	-	4	2,4	33	19,6	63	37,5	68	40,5
Boğazda Bıraktığı His	4,08	,882	1	,6	7	4,2	32	19,0	66	39,3	62	36,9
Tat Sonrası İzlenim	4,11	,848	-	-	7	4,2	31	18,5	67	39,9	63	37,5

#### 4.1.3.1. Marmara Bölgesi bulguları

Marmara bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı”, “Ballı Mahmudiye” ve “Ishakiye Helvası” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.18’de yer almaktadır. Buna göre üç yemek içinden Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ve Ballı Mahmudiye yemeklerinin yönelik görünüş, koku, doku ve lezzet yönünden yüksek düzeyde beğenildiği buna karşın Ishakiye Helvası için görünüş ve lezzet boyutları orta düzeyde beğeni almıştır. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılamamıştır. En olumlu algılanan özellik Ballı Mahmudiye yemeğinin çiğnenebilirlik ( $\bar{x}=4,75$ ) ve tat ( $\bar{x}=4,75$ ) duyusal özelliklerine yönelik olmuşken, en düşük algılanan duyusal özellik İshakiye Helvasının boğazda bıraktığı his ( $\bar{x}=3,75$ ) ve tat sonrası genel izlenim ( $\bar{x}=3,75$ ) olmuştur.

Çizelge 4.18. Marmara Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,25	,463
		Yüzey Parlaklığı	4,13	,641
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,25	,886
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,13	,354
		Çiğnenebilirlik	4,63	,518
		Olağan dışı yumuşaklık	1,13	,354
	LEZZET	Tat	4,25	1,035
		Ağızda Bıraktığı His	4,50	,756
		Boğazda Bıraktığı His	4,50	,756
		Tat Sonrası İzlenim	4,25	,707
	Balh Mahmuğıye	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,63
Yüzey Parlaklığı			4,50	,535
KOKU-AROMA		Hoş Koku	4,38	,744
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	4,75	,463
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
LEZZET		Tat	4,75	,463
		Ağızda Bıraktığı His	4,63	,518
		Boğazda Bıraktığı His	4,50	,535
		Tat Sonrası İzlenim	4,38	,744
İşhakiye Helvası		GÖRÜNÜŞ	Şekil	3,88
	Yüzey Parlaklığı		3,88	1,246
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	3,87	,641
		İstenmeyen Koku	1,13	,354
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,25	,707
		Çiğnenebilirlik	4,38	,744
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
	LEZZET	Tat	3,88	1,356
		Ağızda Bıraktığı His	3,88	,835
		Boğazda Bıraktığı His	3,75	,886
		Tat Sonrası İzlenim	3,75	1,035

#### 4.1.3.2. Ege Bölgesi bulguları

Ege Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Kirde Kebabı”, “Ekmek Dolması” ve “Gerdan Tatlısı” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.19’da yer almaktadır. Buna göre üç yemekte bazı duyusal özellikler açısından daha olumlu algıya sahipken bazı özellikler açısından ortalama düzeyde beğeniye sahiptir. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılanmamıştır. En olumlu algılanan özellikler Ekmek Dolması’nın tadı ( $\bar{x}=4,75$ ) ve şekil ( $\bar{x}=4,63$ ) ve yüzey parlaklığına ( $\bar{x}=4,63$ ) yönelik olmuş iken en olumsuz algılanan özellikler Kirde Kebabı’nın yüzey parlaklığı ( $\bar{x}=3,50$ ) ve Ekmek Dolması’nın yüzey parlaklığı ve hoş kokusuna ( $\bar{x}=3,50$ ) yöneliktir.

Çizelge 4.19. Ege Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duysal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Kirde Kebabı	GÖRÜNÜŞ	Şekil	3,87	,641
		Yüzey Parlaklığı	3,50	1,309
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,13	,835
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	4,50	,756
		Olağan dışı yumuşaklık	1,25	,707
	LEZZET	Tat	3,62	1,188
		Ağızda Bıraktığı His	4,00	,756
		Boğazda Bıraktığı His	4,00	,756
		Tat Sonrası İzlenim	3,88	,991
	Ekmek Dolması	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,50
Yüzey Parlaklığı			3,50	1,069
KOKU-AROMA		Hoş Koku	3,50	,535
		İstenmeyen Koku	1,13	,354
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,38	1,061
		Çiğnenebilirlik	4,38	,744
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
LEZZET		Tat	4,75	,463
		Ağızda Bıraktığı His	3,75	,707
		Boğazda Bıraktığı His	3,75	,707
		Tat Sonrası İzlenim	3,87	,641
Gerdan Tatlısı		GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,63
	Yüzey Parlaklığı		4,63	,518
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,00	,535
		İstenmeyen Koku	1,38	,744
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	4,25	,886
		Olağan dışı yumuşaklık	1,25	,707
	LEZZET	Tat	4,25	,886
		Ağızda Bıraktığı His	4,00	,926
		Boğazda Bıraktığı His	3,88	,835
		Tat Sonrası İzlenim	3,88	,835

#### 4.1.3.3. Akdeniz Bölgesi bulguları

Akdeniz Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Cive”, “Frigya Dolması” ve “Şilofta” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.20’de yer almaktadır. Buna göre üç yemekte bazı duyusal özellikler açısından daha olumlu algıya sahipken bazı özellikler açısından ortalama düzeyde beğeniye sahiptir. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılamamasına karşın Cive yemeğinin olağan dışı sertli puanı diğer iki yemeğe göre daha yüksek algılanmıştır ( $\bar{x}=2,87$ ). En olumlu algılanan özellikler Şilofta’nın yüzey parlaklığı ( $\bar{x}=5,00$ ) ve tadın üç duyusal özellikleri ( $\bar{x}=4,75$ ) açısından algılanmışken, en olumsuz algılanan özellikler Cive’nin yüzey parlaklığı ( $\bar{x}=2,87$ ), çiğnenenebilirlik ve boğazda bıraktığı histir ( $\bar{x}=3,50$ ).

Çizelge 4.20. Akdeniz Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Çive	GÖRÜNÜŞ	Şekil	3,63	,916
		Yüzey Parlaklığı	<b>2,87</b>	1,126
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	3,75	,707
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	2,38	1,598
		Çiğnenebilirlik	<b>3,50</b>	,756
		Olağan dışı yumuşaklık	2,25	1,389
	LEZZET	Tat	3,75	1,282
		Ağızda Bıraktığı His	3,87	,835
		Boğazda Bıraktığı His	<b>3,50</b>	1,069
		Tat Sonrası İzlenim	3,87	,641
	Frigya Dolması	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,13
Yüzey Parlaklığı			3,88	,835
KOKU-AROMA		Hoş Koku	4,00	,756
		İstenmeyen Koku	1,88	1,642
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,13	,354
		Çiğnenebilirlik	4,38	,518
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
LEZZET		Tat	3,75	1,753
		Ağızda Bıraktığı His	4,38	,518
		Boğazda Bıraktığı His	4,13	,354
		Tat Sonrası İzlenim	4,38	,518
Şifofra		GÖRÜNÜŞ	Şekil	<b>4,63</b>
	Yüzey Parlaklığı		<b>5,00</b>	,000
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,50	,926
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,50	,926
		Çiğnenebilirlik	3,87	,354
		Olağan dışı yumuşaklık	1,25	,707
	LEZZET	Tat	4,50	1,414
		Ağızda Bıraktığı His	<b>4,75</b>	,463
		Boğazda Bıraktığı His	<b>4,75</b>	,463
		Tat Sonrası İzlenim	<b>4,75</b>	,463

#### 4.1.3.4. İç Anadolu Bölgesi bulguları

İç Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Bici Aşı”, “Kaşık Atması” ve “Şibit Tatlısı” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.21’de yer almaktadır. Buna göre üç yemekte bazı duyusal özellikler açısından daha olumlu algıya sahipken bazı özellikler açısından ortalama düzeyde beğeniye sahiptir. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılanmadığı anlaşılmaktadır. En olumlu algılanan özellikler Bici Aşı’nın çiğnenenebilirlik özelliğine ( $\bar{x}=4,63$ ) ve Şibit Tatlısı’nın lezzet boyutları ( $\bar{x}=4,53$ ) ve şeklinin görünüşüne ( $\bar{x}=4,50$ ) atfedilmişken, en olumsuz algılanan özellikler Kaşık Atması’nın lezzet özelliklerinde üç tanesine ( $\bar{x}=3,63$ ) ve Bici Aşı’nın hoş kokusuna yönelik ( $\bar{x}=3,63$ ) ortaya çıkmıştır.



Çizelge 4.21. İç Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Bici Aşısı	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,00	,535
		Yüzey Parlaklığı	3,75	,463
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	3,63	,518
		İstenmeyen Koku	1,38	1,061
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	4,63	,744
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
	LEZZET	Tat	4,50	,756
		Ağızda Bıraktığı His	3,87	,835
		Boğazda Bıraktığı His	3,87	,835
		Tat Sonrası İzlenim	3,87	,835
	Kaşık Atması	GÖRÜNÜŞ	Şekil	3,88
Yüzey Parlaklığı			4,38	,518
KOKU-AROMA		Hoş Koku	3,88	,641
		İstenmeyen Koku	1,13	,354
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,25	,707
		Çiğnenebilirlik	3,88	1,246
		Olağan dışı yumuşaklık	1,50	1,414
LEZZET		Tat	4,00	1,309
		Ağızda Bıraktığı His	3,63	,916
		Boğazda Bıraktığı His	3,63	,916
		Tat Sonrası İzlenim	3,63	,916
Şibit Tatlısı		GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,50
	Yüzey Parlaklığı		4,29	,488
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	3,75	,707
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,38	,744
		Çiğnenebilirlik	4,38	,916
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
	LEZZET	Tat	4,62	,518
		Ağızda Bıraktığı His	4,50	,535
		Boğazda Bıraktığı His	4,50	,535
		Tat Sonrası İzlenim	4,50	,535

#### 4.1.3.5. Karadeniz Bölgesi bulguları

Karadeniz Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Kaypancak”, “Topalak” ve “Kıvratma” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.22’de yer almaktadır. Buna göre panelistlerin üç yemeğin de duyusal özelliklerini olumlu algıladıkları anlaşılmaktadır. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılanmadığı görülmektedir. En olumlu algılanan duyusal özellikler incelendiğinde Kaypancak yemeğinin tat özelliği ile ( $\bar{x}=4,75$ ), Topalak yemeğinin görünüş boyutları ile ( $\bar{x}=4,75$ ), Kıvratma’nın ise görünüş özelliği ile ( $\bar{x}=4,50$ ) ön plana çıktığı görülmektedir. En olumsuz atfedilen özellik ise Kıvratma yemeğinin ağızda bıraktığı his ( $\bar{x}=3,87$ ) olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.22. Karadeniz Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Kaypancak	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,63	,518
		Yüzey Parlaklığı	4,63	,518
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,13	,835
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,25	,707
		Çiğnenebilirlik	4,38	,916
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
	LEZZET	Tat	4,75	,463
		Ağızda Bıraktığı His	4,63	,744
		Boğazda Bıraktığı His	4,63	,744
		Tat Sonrası İzlenim	4,63	,744
	Topalak	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,75
Yüzey Parlaklığı			4,75	,463
KOKU-AROMA		Hoş Koku	4,25	,707
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,63	1,188
		Çiğnenebilirlik	4,25	,886
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
LEZZET		Tat	4,63	,518
		Ağızda Bıraktığı His	4,25	,463
		Boğazda Bıraktığı His	4,25	,463
		Tat Sonrası İzlenim	4,25	,463
Kıvratna		GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,50
	Yüzey Parlaklığı		4,38	,744
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,00	,535
		İstenmeyen Koku	1,13	,354
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,13	,354
		Çiğnenebilirlik	4,13	1,126
		Olağan dışı yumuşaklık	1,63	1,408
	LEZZET	Tat	4,25	1,035
		Ağızda Bıraktığı His	3,87	,991
		Boğazda Bıraktığı His	4,00	,756
		Tat Sonrası İzlenim	4,00	1,069

#### 4.1.3.6. Doğu Anadolu Bölgesi bulguları

Doğu Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Şengesser”, “Püşürük” ve “Çingertme” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyusal analiz bulguları Çizelge 4.23’de yer almaktadır. Buna göre üç yemekte bazı duyusal özellikler açısından daha olumlu algıya sahipken bazı özellikler açısından ortalama düzeyde beğeniye sahiptir. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılanmadığı anlaşılmaktadır. En olumlu algılanan özellikler Çingertme’nin şekil ( $\bar{x}=5,00$ ), yüzey parlaklığı ( $\bar{x}=4,75$ ) ve tat ( $\bar{x}=4,50$ ) ve Püşürük yemeğinin tat ( $\bar{x}=4,50$ ) özellikleri iken en olumsuz algılanan özellikler Püşürük yemeğinin hoş koku ve tat sonrası izlenim ( $\bar{x}=3,63$ ) ile yüzey parlaklığı ( $\bar{x}=3,75$ ) ve Bici Aşı’nın hoş kokusuna yönelik ( $\bar{x}=3,63$ ) ortaya çıkmıştır.

Çizelge 4.23. Doğu Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Şengeser	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,38	,518
		Yüzey Parlaklığı	4,25	,707
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,00	,756
		İstenmeyen Koku	1,25	,463
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,38	1,061
		Çiğnenebilirlik	4,38	,518
		Olağan dışı yumuşaklık	1,25	,707
	LEZZET	Tat	4,00	1,414
		Ağızda Bıraktığı His	3,88	,991
		Boğazda Bıraktığı His	3,88	,991
		Tat Sonrası İzlenim	3,75	1,035
	Püşürük	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,00
Yüzey Parlaklığı			3,75	1,165
KOKU-AROMA		Hoş Koku	3,63	,916
		İstenmeyen Koku	1,25	,463
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,13	,354
		Çiğnenebilirlik	4,38	,744
		Olağan dışı yumuşaklık	1,13	,354
LEZZET		Tat	4,50	,756
		Ağızda Bıraktığı His	4,00	,756
		Boğazda Bıraktığı His	3,88	,641
		Tat Sonrası İzlenim	3,63	,916
Çingertme		GÖRÜNÜŞ	Şekil	5,00
	Yüzey Parlaklığı		4,75	,463
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,00	,756
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	4,38	,744
		Olağan dışı yumuşaklık	1,50	,926
	LEZZET	Tat	4,50	,756
		Ağızda Bıraktığı His	4,38	,916
		Boğazda Bıraktığı His	4,38	,916
		Tat Sonrası İzlenim	4,38	,916

#### 4.1.3.7. Güneydoğu Anadolu Bölgesi bulguları

Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Omaç”, “Şiveydiz” ve “Cennet Çamuru” yemeklerinin modernize versiyonlarını değerlendiren 8 uzman panelistin duyuşsal analiz bulguları Çizelge 4.24’de yer almaktadır. Buna göre üç yemekte bazı duyuşsal özellikler açısından daha olumlu algıya sahipken bazı özellikler açısından ortalama düzeyde beğeniye sahiptir. Üç yemek için de istenmeyen koku, olağan dışı sertlik ve olağan dışı bir yumuşaklık algılanmadığı anlaşılmaktadır. En olumlu algılanan özellikler Cennet Çamuru tatlısına aittir. Buna göre Cennet Çamuru’nun en olumlu algılanan özelliklerinin başında lezzet boyutuna ait dört özellik yer almaktadır ( $\bar{x}=4,88$ ). Benzer şekilde bu tatlının görünüş şekli ( $\bar{x}=4,63$ ) ve çiğnenebilirliği de ( $\bar{x}=4,63$ ) oldukça beğenilmiştir. En olumsuz özellikler noktasında ise Omaç yemeği ön plandadır. Buna göre Omaç’ın lezzet boyutunun üç özelliği ne iyi ne kötü kategorisine yakın bir puan almıştır ( $\bar{x}=3,29$ ).

Çizelge 4.24. Güneydoğu Anadolu Bölgesi modernize yemeklerine yönelik duyuşal değerlendirme bulguları

Yemek	Boyut	Madde	Ortalama	Std. Sapma
Omaç	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,13	,641
		Yüzey Parlaklığı	3,50	,535
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	3,63	1,061
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,00	,000
		Çiğnenebilirlik	3,75	,886
		Olağan dışı yumuşaklık	1,50	1,069
	LEZZET	Tat	3,88	1,356
		Ağızda Bıraktığı His	3,25	,886
		Boğazda Bıraktığı His	3,25	,886
		Tat Sonrası İzlenim	3,38	,916
	Şiveydiz	GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,25
Yüzey Parlaklığı			4,25	,463
KOKU-AROMA		Hoş Koku	4,38	,744
		İstenmeyen Koku	1,13	,354
DOKU		Olağan dışı sertlik	1,25	,707
		Çiğnenebilirlik	4,50	,756
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
LEZZET		Tat	4,13	1,458
		Ağızda Bıraktığı His	4,50	,756
		Boğazda Bıraktığı His	3,75	1,753
		Tat Sonrası İzlenim	4,38	,916
Cennet Çamuru		GÖRÜNÜŞ	Şekil	4,63
	Yüzey Parlaklığı		4,13	,641
	KOKU-AROMA	Hoş Koku	4,38	,518
		İstenmeyen Koku	1,00	,000
	DOKU	Olağan dışı sertlik	1,38	1,061
		Çiğnenebilirlik	4,63	,518
		Olağan dışı yumuşaklık	1,00	,000
	LEZZET	Tat	4,88	,354
		Ağızda Bıraktığı His	4,88	,354
		Boğazda Bıraktığı His	4,88	,354
		Tat Sonrası İzlenim	<b>4,88</b>	,354

## 4.2. Tüketici Grubuna Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan 82 kişiye ait demografik bulgular Çizelge 4.25’de yer almaktadır. Çizelgedeki bilgilerden hareketle araştırmanın örnekleme ait demografik özellikler özetlenecek olursa; katılımcıların çoğunluğu kadın (%65,9), 18-24 yaş aralığında (62,2), lisans ve üzerindeki düzeyinde eğitim tamamlamış (%60,9) ve gelir düzeyi bakımından düşük (%42,7) ve orta altı (%42,7) gelire sahip bireylerdir.

Çizelge 4.25. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı (n=82)

Değişken	Grup	Sayı (f)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	54	65,9
	Erkek	28	34,1
Yaş	18-24	43	62,2
	25-34	30	26,8
	35-44	5	6,1
	45 ve üstü	4	4,9
Eğitim düzeyi	İlköğretim	3	3,7
	Lise	6	7,3
	Ön Lisans	23	28,0
	Lisans	43	52,4
	Lisansüstü	7	8,5
Gelir düzeyi	1000-2000 TL	35	42,7
	2001-4000 TL	35	42,7
	4001-6000 TL	8	9,8
	6001 TL ve üstü	4	4,9

### 4.2.1. Duyusal Değerlendirme Ölçeği Güvenilirlik Analizi Bulguları

82 katılımcıya sunulan 21 farklı modernize edilmiş yemeğe ait betimleyici bulgular; yemeklerin (a) görünüşü, (b) kokusu, (c) dokusu (d) tadı ve (e) genel beğeni düzeyi faktörleri açısından ortaya koyulmuştur. İlgili bu beş faktöre yönelik betimleyici bulguların raporlanmasından önce güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik, aynı ana kütleden seçilecek farklı örneklerde, benzeryöntem ve prosedürler uygulanarak yapılacak başka ölçümler için benzer sonuçlar elde edilme olasılığına denir (Şencan, 2005: 12). Anket ifadelerinin güvenilirliklerinin hesaplanmasında, güvenilirliğin bir ölçütü olan Cronbach Alfa testi kullanılmıştır. Test veya ölçeğin içindeki maddelerin birbirleri ile ne derece tutarlı olduğu ve tahmin edilen değişkeni ne derece temsil ettiği hakkında bilgi veren Cronbach Alfa testi, test maddelerinin işlevine işaret eder (Şencan, 2005: 114).



Alfa katsayısının kabul edilen güvenilirlik aralığı en az 0,60-0,79 olup, 0,80 ve üzerinde değere sahip olması yüksek derece güvenilirliğin göstergesidir (Şencan, 2005: 168-170; Alpar, 2012: 458; Kalaycı, 2014: 405). Cronbach alfa değeri dışında dikkate alınan diğer koşullar; ölçekte bulunan maddelerin sınıflar arası korelasyon değerlerinin içerisinde negatif yönlü değer olmaması, madde toplam korelasyon değerlerinin +.250'den yüksek olması (Kalaycı, 2014: 412), çoklu  $R^2$  katsayılarının 0,300'den büyük olması (Alpar, 2012: 391), sınıflar arası korelasyon katsayıların birbirine yakınlığının anlamlı olup olması (Özdamar, 2010: 617), Tukey'in Toplanabilirlik Testine göre ölçeklerin toplanabilir özellikte olması ( $p>0,05$ ) ve maddelerin homojen bir yapıda ve çoklu normal dağılıma sahip olduğunu gösteren Hotelling's  $T^2$  istatistiğinin anlamlı olup olması (Özdamar, 2010: 615-617) şeklinde özetlenebilir.

Gerçekleştirilen güvenilirlik analizi neticesinde, 21 yemekten algılanan duyuşal özellikleri ortaya koymaya çalışanölçeğin Cronbach Alfa katsayısı, 0,938 olduğu ortaya çıkmıştır. Ölçekte yer alan maddeler incelendiğinde, ölçeğin güvenilirlik değerini düşüren herhangi bir madde olmadığı, dolayısıyla ölçekten çıkartılması gereken bir madde olmadığı görülmüştür. Sonuç olarak ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir. Ölçeğe ait güvenilirlik istatistikleri Çizelge 4.26'da sunulmuştur.

Çizelge 4.26. Duyusal değerlendirme boyutlarına yönelik güvenilirlik analizi bulguları (n=1772)

Maddeler	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonu	Madde Silindiğinde Cronbach Alfa Değeri
Yemeğin Görünüşü	,729	,942
Yemeğin Kokusu	,840	,923
Yemeğin Dokusu	,840	,923
Yemeğin Tadı	,855	,921
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	,914	,909
<b>Tüm Ölçek Cronbach Alfa Değeri</b>	.938	
<b>Hotelling' <math>T^2</math></b>	$F_{4;1718}=172,788$ ( $p\leq 0,001$ )	
<b>Toplanamazlık</b>	$F_{1;4}=197,911$ ; ( $p\leq 0,001$ )	
<b>Sınıflararası R (Tekli ve Ortalama Ölçüm)</b>	$r=,752/.938$ ( $p\leq 0,001$ )	

#### 4.2.2. Duyusal Değerlendirmeye Yönelik Betimleyici Bulgular

Güvenilirlik analizinin ardından 82 katılımcıya sunulan 21 farklı modernize edilmiş yemeğe ait betimleyici bulgular; yemeklerin (a) görünüşü, (b) kokusu, (c) dokusu (d) tadı

ve (e) genel beğeni düzeyi faktörleri açısından ortaya koyulmuştur. Katılımcılardan beğenilerini 9’lu Likert Tipi dereceleme aracılığıyla 1: Hiç beğenmedim... 9: Çok beğendim şeklinde belirtmeleri istenmiştir. Çizelge 4.27’den hareketle katılımcıların en olumlu algıladığı duyuşal özelliğin “yemeğin görüntüsü” olduğu görülmüştür ( $\bar{x}=7,43$ ). Duyusal özellik boyutlarına göre ilk üç sırada yer alarak beğenilen yemeklerin hangisi olduğu incelendiğinde, Doğu Anadolu bölgesine ait olan tatlı “çingertme”, Güneydoğu Anadolu bölgesine ait tatlı “cennet çamuru” ve yine aynı bölgeye ait olan ana yemen “şiveydiz”, İç Anadolu bölgesine ait olan “şibit tatlısı” ve Doğu Anadolu bölgesine ait olan “püşürük” olduğu görülmektedir. Genel beğeni düzeyine göre 21 yemeğe ait ortalama beğeni puanları incelendiğinde on dört yemeğin 7.00 ve üzerinde puan aldığı görülmektedir. Genel beğeni düzeyi en yüksek üç yemek incelendiğinde, ilk sırada cennet çamuru ( $\bar{x}=8,26$ ), ikinci sırada çingertme ( $\bar{x}=7,88$ ) ve üçüncü sırada şiveydiz ( $\bar{x}=7,82$ ) gelmektedir. Katılımcıların algıladıkları duyuşal özellik boyutlarına göre yemeklere verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.27’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.27. Modernize edilmiş 21 yemeğe ilişkin duyuşal değerlendirme betimleyici bulgular (n= 82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Çingertme	8,02	1,342	,148
	Cennet Çamuru	7,93	1,368	,151
	Püşürük	7,83	1,447	,160
	Kirde Kebabı	7,76	1,544	,171
	Kaypancak	7,73	1,792	,198
	Frigya Dolması	7,70	1,513	,167
	Şibit Tatlısı	7,70	1,529	,169
	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	7,70	1,600	,177
	Topalak	7,67	1,700	,188
	Kıvratma	7,67	1,833	,202
	Balı Mahmudiye	7,62	1,584	,175
	Ekmek Dolması	7,57	1,633	,180
	Gerdan Tatlısı	7,41	1,663	,184
	Sengeser	7,34	1,874	,207
	Şiveydiz	7,20	1,753	,194
	Cive	7,20	1,681	,186
	İshakiye Helvası	7,07	1,986	,219
	Kaşık Atması	6,96	1,849	,204
	Şilofta	6,90	1,883	,208
	Bici Aşı	6,88	1,952	,216
	Omaç	6,12	2,057	,227
<b>Genel Ortalama</b>		<b>7,43</b>	<b>1,752</b>	<b>,042</b>

Çizelge 4.27. (devam) Modernize edilmiş 21 yemeğe ilişkin duyusal değerlendirme betimleyici bulgular (n= 82)

Yemeğin Kokusu	Cennet Çamuru	8,01	1,117	,123
	Şiveydiz	7,66	1,509	,167
	Çingertme	7,65	1,435	,158
	Şibit Tatlısı	7,60	1,473	,163
	Gerdan Tatlısı	7,45	1,765	,195
	Frigya Dolması	7,44	1,611	,178
	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	7,43	1,587	,175
	Kaypancak	7,37	1,767	,195
	Püşürük	7,37	1,843	,203
	Topalak	7,28	1,723	,190
	Cive	7,24	1,630	,180
	Ekmek Dolması	7,21	1,668	,184
	Kırde Kebabı	7,13	1,904	,210
	Kıvratma	7,07	2,011	,222
	Kaşık Atması	6,91	1,970	,218
	Ballı Mahmudiye	6,89	2,055	,227
	Şilofta	6,87	2,041	,225
	İshakiye Helvası	6,73	1,950	,215
	Bici Aşı	6,43	2,177	,240
	Sengeser	6,27	2,183	,241
	Omaç	6,20	2,111	,233
	<b>Genel Ortalama</b>	<b>7,15</b>	<b>1,855</b>	<b>,045</b>
	Yemeğin Dokusu	Cennet Çamuru	8,11	1,217
Çingertme		7,84	1,444	,159
Şibit Tatlısı		7,78	1,457	,161
Şiveydiz		7,59	1,670	,184
Püşürük		7,60	1,777	,196
Frigya Dolması		7,49	1,766	,195
Gerdan Tatlısı		7,46	1,779	,196
Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı		7,43	1,750	,193
Cive		7,20	1,869	,206
Topalak		7,11	1,905	,210
Ballı Mahmudiye		7,09	1,834	,203
İshakiye Helvası		7,04	1,895	,209
Kırde Kebabı		7,00	2,061	,228
Omaç		7,00	2,085	,230
Kaşık Atması		6,99	2,028	,224
Kıvratma		6,94	1,888	,208
Kaypancak		6,91	2,098	,232
Ekmek Dolması		6,89	1,778	,196
Bici Aşı		6,51	2,156	,238
Sengeser		6,23	2,273	,251
Şilofta		5,46	2,415	,267
<b>Genel Ortalama</b>	<b>7,13</b>	<b>1,958</b>	<b>,047</b>	

Çizelge 4.27. (devam) Modernize edilmiş 21 yemeğe ilişkin duyusal değerlendirme betimleyici bulgular (n= 82)

	Cennet Çamuru	8,35	1,115	,123	
	Şiveydiz	7,90	1,690	,187	
	Şibit Tatlısı	7,67	1,633	,180	
	Çingertme	7,66	1,751	,193	
	Frigya Dolması	7,57	1,610	,178	
Yemeğin Tadı	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	7,57	1,729	,191	
	Cive	7,41	1,587	,175	
	Püşürük	7,38	2,152	,238	
	Gerdan Tatlısı	7,21	2,059	,227	
	Ekmek Dolması	7,16	1,732	,191	
	Topalak	7,10	1,991	,220	
	Kaypancak	7,06	2,045	,226	
	Kaşık Atması	6,98	2,222	,245	
	Ballı Mahmudiye	6,80	2,197	,243	
	Kırde Kebabı	6,74	2,227	,246	
	Omaç	6,54	2,240	,247	
	Kıvratma	6,37	2,467	,272	
	Bici Aşı	6,26	2,403	,265	
	İshakiye Helvası	6,12	2,274	,251	
	Şilofta	5,94	2,122	,234	
	Sengeser	5,72	2,415	,267	
	<b>Genel Ortalama</b>	<b>7,02</b>	<b>2,110</b>	<b>,051</b>	
	Genel Beğeni Düzeyi	Cennet Çamuru	8,26	1,052	,116
		Çingertme	7,88	1,461	,161
		Şiveydiz	7,82	1,549	,171
Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı		7,77	1,485	,164	
Frigya Dolması		7,74	1,464	,162	
Şibit Tatlısı		7,71	1,401	,155	
Püşürük		7,67	1,700	,188	
Cive		7,52	1,476	,163	
Gerdan Tatlısı		7,39	1,776	,196	
Topalak		7,29	1,781	,197	
Ekmek Dolması		7,23	1,716	,190	
Kaypancak		7,23	1,881	,208	
Ballı Mahmudiye		7,11	1,950	,215	
Kaşık Atması		7,00	2,018	,223	
Kırde Kebabı		6,93	1,999	,221	
Kıvratma		6,74	2,142	,237	
Omaç		6,63	1,985	,219	
İshakiye Helvası		6,61	1,955	,216	
Bici Aşı		6,55	2,206	,244	
Şilofta		6,23	2,092	,231	
Sengeser		6,22	2,373	,262	
<b>Genel Ortalama</b>		<b>7,22</b>	<b>1,885</b>	<b>,045</b>	

Tepki kategorileri: 1: Hiç beğenmedim ... 9: Çok beğendim

### **4.3. Modernize Yemeklerin Coğrafi Bölgelere Göre Duyusal Değerlendirme Bulguları**

82 katılımcıya 7 farklı coğrafi bölgenin modernize edilmiş 3'er yemeği denettirildikten sonra, katılımcılardan yemeklerin (a) görünüşü, (b) kokusu, (c) dokusu (d) tadı ve (e) genel beğeni düzeyi faktörleri açısından beğenileri öğrenilmiştir. Buradan elde edilen veriler, betimleyici istatistikler ve fark testleri aracılığıyla analiz edilmiştir.

#### **4.3.1. Marmara Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları**

##### **4.3.1.1. Betimleyici bulgular**

Marmara bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı”, “Ballı Mahmudiye” ve “İshakiye Helvası” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Ortalama puanlardan hareketle Marmara bölgesi yemekleri arasında en beğenilen yemeğin tüm duyusal analiz özellikleri bakımından ortak olarak Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı olduğu görülmektedir. Yemeğin en beğenilen duyusal özelliği “görüntüsü” olurken ( $\bar{x}=7,70$ ), genel beğeni ortalaması 7,77'dir. Bu ortalama genel beğeni puanı ile Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldısı katılımcıların araştırmada denediği 21 yemek arasında en beğenilen dördüncü yemek olarak göze çarpmaktadır. Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı'nın ardından ikinci sırayı Ballı Mahmudiye alırken, en az beğenilen yemek İshakiye Helvası olmuştur. Katılımcıların Marmara Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyusal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.28'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.28. Marmara Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n= 82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	<b>7,70</b>	<b>1,600</b>	<b>,177</b>
	Ballı Mahmudiye	7,62	1,584	,175
	İşhakiye Helvası	7,07	1,986	,219
	<b>Genel Ortalama</b>	7,46	1,749	,111
Yemeğin Kokusu	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	<b>7,43</b>	<b>1,587</b>	<b>,175</b>
	Ballı Mahmudiye	6,89	2,055	,227
	İşhakiye Helvası	6,73	1,950	,215
	<b>Genel Ortalama</b>	7,02	1,891	,121
Yemeğin Dokusu	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	<b>7,43</b>	<b>1,750</b>	<b>,193</b>
	Ballı Mahmudiye	7,09	1,834	,203
	İşhakiye Helvası	7,04	1,895	,209
	<b>Genel Ortalama</b>	7,18	1,828	,117
Yemeğin Tadı	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	<b>7,57</b>	<b>1,729</b>	<b>,191</b>
	Ballı Mahmudiye	6,80	2,197	,243
	İşhakiye Helvası	6,12	2,274	,251
	<b>Genel Ortalama</b>	6,83	2,155	,137
Genel Beğeni Düzeyi	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	<b>7,77</b>	<b>1,729</b>	<b>,191</b>
	Ballı Mahmudiye	6,80	2,197	,243
	İşhakiye Helvası	6,12	2,274	,251
	<b>Genel Ortalama</b>	6,83	2,155	,137

Tepki kategorileri: 1: Hiç beğenmedim ... 9: Çok beğendim

#### 4.3.1.2. Fark testi bulguları

Marmara Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırılmıştır. ANOVA analizi (Tek Yönlü Varyans Analizi) sonuçları incelendiğinde, yemeklere yönelik beğenilerin yemeğin kokusu, yemeğin tadı ve genel beğeni düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı ( $p < 0,05$ ), buna karşın yemeğin görünüşü ve dokusu açısından yemekler arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

Çizelge 4.29. Marmara Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	18,951	2	9,476	3,153	,054
	Grup İçi	730,220	243	3,005		
	Toplam	749,171	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	21,764	2	10,882	3,096	,047*
	Grup İçi	854,171	243	3,515		
	Toplam	875,935	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	7,415	2	3,707	1,110	,331
	Grup İçi	811,354	243	3,339		
	Toplam	818,768	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	86,447	2	43,224	9,987	,000*
	Grup İçi	1051,720	243	4,328		
	Toplam	1138,167	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	55,374	2	27,687	8,451	,000*
	Grup İçi	796,122	243	3,276		
	Toplam	851,496	245			

\*p&lt;0,05

Anlamli farklılıkların bulunduğu duyusal özellikler olan yemeğin kokusu, yemeğin tadı ve genel beğeni düzeyinde hangi yemekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu Tukey Post-Hoc testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde, yemeğin kokusu açısından Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ile İshakiye Helvası arasında anlamlı fark olduğu görölmektedir ( $p<0,05$ ). Bu yemeklerin kokusuna yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı yemeğinin kokusunu İshakiye Helvası'nın kokusuna kıyasla anlamlı olarak daha çok beğendikleri ( $p<0,05$ ), ancak Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ile Ballı Mahmudiye arasında kokunun beğenilirliği açısından anlamlı bir fark algılamadıkları bulgusu ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Anlamlı farkın bulunduğu bir diğeri duyusal özellik boyutu olan yemeğin tadı incelendiğinde anlamlı farkın Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı ile diğeri iki yemek olan Ballı Mahmudiye ve İshakiye Helvası arasında olduğu görölmektedir ( $p<0,05$ ). Bu yemeklerin tadından algılanan beğeni puanları da dikkate alındığında, Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı yemeğinin tadından duyulan beğenin diğeri iki yemeğe göre belirgin ve anlamlı bir şekilde yüksek olduğu söylenebilir ( $p<0,05$ ). Buna karşın katılımcıların Ballı Mahmudiye ve İshakiye Helvası'nın tatlarının beğenilirliği açısından anlamlı bir fark algılamadıkları bulgusu ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Son olarak katılımcıların yemeğin genel beğeni düzeyine göre hangi yemekler arasında anlamlı fark algıladıkları incelenmiştir. Bu yemeklerin genel beğeni düzeyi puanları da dikkate

alındığında, Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı yemeğinin tadından duyulan beğeninin İshakiye helvasına kıyasla belirgin ve anlamlı bir şekilde yüksek olduğu söylenebilir ( $p<0,05$ ). Buna karşın katılımcıların Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı yemeği ile Ballı Mahmudiye ve Ballı Mahmudiye ile İshakiye Helvası yemekleri arasında genel beğeni düzeyi açısından anlamlı bir fark algılamadıkları görülmektedir ( $p>0,05$ ).

Sonuç olarak istatistiksel olarak anlamlı farkın olduğu üç duyuşal özellik boyutu da ele alındığında, katılımcıların algıladıkları koku, tat ve genel beğeni gibi üç duyuşal özellik açısından da Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı yemeğinin diğer iki yemeğe kıyasla daha ön planda beğenildiği ve bu beğenin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir ( $p<0,05$ ). Ek olarak katılımcıların İshakiye helvasını karşılaştırma yapılan diğer yemeklere kıyasla daha az beğendikleri de istatistiksel olarak ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). İshakiye Helvası'nın en araştırmada yer alan 21 yemek arasından en az beğenilen dördüncü yemek olması bu bulguyu destekler niteliktedir. Marmara Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.30'da paylaşılmıştır.

Çizelge 4.30. Marmara Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler	Yemek Adları (I)	Yemek Adları (J)	Ort Farkı (I-J)	Std. hata	p-değeri
Yemeğin Kokusu	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	Ballı Mahmudiye	,537	,293	,161
		İshakiye Helvası	,695	,293	,048*
	Ballı Mahmudiye	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-,537	,293	,161
		İshakiye Helvası	,159	,293	,851
	İshakiye Helvası	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-,695	,293	,048*
		Ballı Mahmudiye	-,159	,293	,851
Yemeğin Tadı	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	Ballı Mahmudiye	,768	,325	,049*
		İshakiye Helvası	1,451	,325	,000*
	Ballı Mahmudiye	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-,768	,325	,049*
		İshakiye Helvası	,683	,325	,092
	İshakiye Helvası	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-1,451	,325	,000*
		Ballı Mahmudiye	-,683	,325	,092
Genel Beğeni Düzeyi	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	Ballı Mahmudiye	,659	,283	,054
		İshakiye Helvası	1,159	,283	,000*
	Ballı Mahmudiye	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-,659	,283	,054
		İshakiye Helvası	,500	,283	,182
	İshakiye Helvası	Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı	-1,159	,283	,000*
		Ballı Mahmudiye	-,500	,283	,182

\* $p<0,05$



### 4.3.2. Ege Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları

#### 4.3.2.1. Betimleyici bulgular

Ege bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Kirde Kebabı”, “Ekmek Dolması” ve “Gerdan Tatlısı” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapılmıştır. Ortalama puanlardan hareketle Ege Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen yemeğin, duysal analiz özellikleri bakımından yemeğin görüntüsü hariç diğer tüm boyutlar açısından “Gerdan Tatlısı” olduğu görülmektedir. Yemeğin en beğenilen duysal özelliği “dokusu” olurken ( $\bar{x}=7,46$ ), genel beğeni ortalaması 7,39’dur. Bu ortalama genel beğeni puanı ile Gerdan Tatlısı katılımcıların araştırmada denediği 21 yemek arasında en beğenilen dokuzuncu yemek olmuştur. Genel beğeni düzeyi açısından Gerdan Tatlısı’nın ardından ikinci sırayı Ekmek Dolması alırken, en az beğenilen yemek Kirde Kebabı olmuştur. Kirde Kebabı her ne kadar görüntü ve doku açısından Ekmek Dolması’na nazaran daha yüksek beğeni olsa da koku, tat ve genel beğeni açısından geride kalmıştır. Katılımcıların Ege Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duysal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.31’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.31. Ege Bölgesi yemekleri duysal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Kirde Kebabı	<b>7,76</b>	<b>1,544</b>	<b>,171</b>
	Ekmek Dolması	7,57	1,633	,180
	Gerdan Tatlısı	7,41	1,663	,184
	<b>Genel Ortalama</b>	7,58	1,614	,103
Yemeğin Kokusu	Kirde Kebabı	7,13	1,904	,210
	Ekmek Dolması	7,21	1,668	,184
	Gerdan Tatlısı	<b>7,45</b>	<b>1,765</b>	<b>,195</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,26	1,780	,113
Yemeğin Dokusu	Kirde Kebabı	7,00	2,061	,228
	Ekmek Dolması	6,89	1,778	,196
	Gerdan Tatlısı	<b>7,46</b>	<b>1,779</b>	<b>,196</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,12	1,886	,120
Yemeğin Tadı	Kirde Kebabı	6,74	2,227	,246
	Ekmek Dolması	7,16	1,732	,191
	Gerdan Tatlısı	<b>7,21</b>	<b>2,059</b>	<b>,227</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,04	2,019	,129
Genel Beğeni Düzeyi	Kirde Kebabı	6,93	1,999	,221
	Ekmek Dolması	7,23	1,716	,190
	Gerdan Tatlısı	<b>7,39</b>	<b>1,776</b>	<b>,196</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,18	1,837	,117

### 4.3.2.2. Fark testi bulguları

Ege Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı ANOVA analizi ile araştırılmıştır. Ortaya çıkan bulgular incelendiğinde, üç yemeğin de duyuşal özellikler açısından istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Buradan hareketle, her ne kadar Gerdan Tatlısı'nın diğer yemeklere göre beğenilirlik puanı daha yüksek olsa da, aradaki farkın bu tatlıyı diğer yemeklerden daha ön planda tutacak derecede anlamlı bulunmadığı anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). Ege Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.32'de yer almaktadır.

Çizelge 4.32. Ege Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyuşal Özellikler		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	4,789	2	2,394	,919	,400
	Grup İçi	633,085	243	2,605		
	Toplam	637,874	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	4,520	2	2,260	,712	,492
	Grup İçi	771,305	243	3,174		
	Toplam	775,825	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	15,179	2	7,589	2,153	,118
	Grup İçi	856,402	243	3,524		
	Toplam	871,581	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	10,634	2	5,317	1,308	,272
	Grup İçi	988,037	243	4,066		
	Toplam	998,671	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	9,098	2	4,549	1,352	,261
	Grup İçi	817,671	243	3,365		
	Toplam	826,768	245			

### 4.3.3. Akdeniz Bölgesi Yemekleri Duyuşal Değerlendirme Bulguları

#### 4.3.3.1. Betimleyici bulgular

Akdeniz bölgesi mutfak kültürüne ait olan "Cive", "Frigya Dolması" ve "Şilofta" yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Ortalama puanlardan hareketle Akdeniz Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen yemeğin, duyuşal analiz özellikleri bakımından yemeğin tüm duyuşal özellikler açısından ortak

olarak “Frigya Dolması” olduğu görülmektedir. Yemeğin en beğenilen duyuşal özelliği “görüntüsü” olurken ( $\bar{x}=7,70$ ), genel beğeni ortalaması  $\bar{x}=7,74$ ’dür. Genel beğeni düzeyi aşıısından Frigya Dolması’nın ardından ikinci sırayı Cive alırken, en az beğenilen yemek Şilofta olmuştur. Bu ortalama genel beğeni puanı ile Frigya Dolması katılımcıların araştırmada denediği 21 yemek arasında en beğenilen beşinci yemek olurken, Şilofta yemeği, katılımcıların en az beğeni alan ikinci yemek olarak göze çarpmaktadır. Katılımcıların Akdeniz Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyuşal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.33’de gösterilmektedir.

Çizelge 4.33. Akdeniz Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Cive	7,20	1,681	,186
	Frigya Dolması	<b>7,70</b>	<b>1,513</b>	<b>,167</b>
	Şilofta	6,90	1,883	,208
	<b>Genel Ortalama</b>	7,26	1,724	,110
Yemeğin Kokusu	Cive	7,24	1,630	,180
	Frigya Dolması	<b>7,44</b>	<b>1,611</b>	<b>,178</b>
	Şilofta	6,87	2,041	,225
	<b>Genel Ortalama</b>	7,18	1,781	,114
Yemeğin Dokusu	Cive	7,20	1,869	,206
	Frigya Dolması	<b>7,49</b>	<b>1,766</b>	<b>,195</b>
	Şilofta	5,46	2,415	,267
	<b>Genel Ortalama</b>	6,72	2,217	,141
Yemeğin Tadı	Cive	7,41	1,587	,175
	Frigya Dolması	<b>7,57</b>	<b>1,610</b>	<b>,178</b>
	Şilofta	5,94	2,122	,234
	<b>Genel Ortalama</b>	6,98	1,929	,123
Genel Beğeni Düzeyi	Cive	7,52	1,476	,163
	Frigya Dolması	<b>7,74</b>	<b>1,464</b>	<b>,162</b>
	Şilofta	6,23	2,092	,231
	<b>Genel Ortalama</b>	7,17	1,823	,116

#### 4.3.3.2. Fark testi bulguları

Akdeniz Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler aşıısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırmıştır. ANOVA analizi sonuçları incelendiğinde, yemeklere yönelik beğenilerin; yemeğin görünüşü, yemeğin dokusu, yemeğin tadı ve genel beğeni düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı ( $p<0,05$ ), buna karşın

yemeğin kokusu açısından yemekler arasında anlamlı bir fark algılanmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). İlgili istatistikler Çizelge 4.34’de yer almaktadır.

Çizelge 4.34. Akdeniz bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	26,350	2	13,175	4,564	,011*
	Grup İçi	701,476	243	2,887		
	Toplam	727,825	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	13,927	2	6,963	2,218	,111
	Grup İçi	762,841	243	3,139		
	Toplam	776,768	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	196,325	2	98,163	23,670	,000*
	Grup İçi	1007,756	243	4,147		
	Toplam	1204,081	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	133,195	2	66,598	20,783	,000*
	Grup İçi	778,659	243	3,204		
	Toplam	911,854	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	109,496	2	54,748	18,879	,000*
	Grup İçi	704,671	243	2,900		
	Toplam	814,167	245			

\* $p<0,05$

Anlamlı farklılıkların bulunduğu duyuşsal özellikler olan yemeğin görünüşü, dokusu, tadı ve genel beğeni düzeyi açısından hangi yemekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu Tukey Post-Hoc testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde; yemeğin görünüşü açısından Frigya Dolması ile Şilofta arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir ( $p<0,05$ ). Bu yemeklerin görünüşüne yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Frigya Dolması yemeğinin görünüşünü Şilofta’nın görünüşüne kıyasla anlamlı olarak daha çok beğendikleri ( $p<0,05$ ), ancak Cive ile arasında görünüşün beğenilirliği açısından anlamlı bir fark algılanmadığı bulgusu ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Ek olarak katılımcılar Cive ile Şilofta arasında da yemeğin görünüşü açısından anlamlı bir fark algılamamışlardır.

Anlamlı farkın bulunduğu diğer 3 duyuşsal özellik olan yemeğin dokusu, tadı ve genel beğeni açısından benzer bulgular ortaya çıkmıştır. Buna göre üç özellik açısından da hem Frigya Dolması hem de Cive’nin duyulan beğeninin Şilofta’dan duyulan beğeniden anlamlı bir şekilde farklılaştığı söylenebilir ( $p<0,05$ ). Katılımcılar üç duyuşsal özellik açısından Frigya Dolması ile Cive arasında anlamlı bir fark algılayamamıştır ( $p>0,05$ ). Bu bulgulardan hareketle Frigya Dolması’nın Cive’den daha fazla beğenildiği istatistiksel olarak desteklenemezken ( $p>0,05$ ), her iki yemeğin Şilofta’dan anlamlı bir şekilde daha

fazla beğenildiği ileri sürülebilir ( $p<0,05$ ). Akdeniz Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.35'deyer almaktadır.

Çizelge 4.35. Akdeniz Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler	Yemek Adları (I)	Yemek Adları (J)	Ort Farkı (I-J)	Std. hata	p-değeri
Yemeğin Görünüşü	Cive	Frigya Dolması	-,500	,265	,145
		Şilofta	,293	,265	,513
	Frigya Dolması	Cive	,500	,265	,145
		Şilofta	,793	,265	,009*
	Şilofta	Cive	-,293	,265	,513
		Frigya Dolması	-,793	,265	,009*
Yemeğin Dokusu	Cive	Frigya Dolması	-,293	,318	,628
		Şilofta	1,732	,318	,000*
	Frigya Dolması	Cive	,293	,318	,628
		Şilofta	2,024	,318	,000*
	Şilofta	Cive	-1,732	,318	,000*
		Frigya Dolması	-2,024	,318	,000*
Yemeğin Tadı	Cive	Frigya Dolması	-,159	,280	,838
		Şilofta	1,476	,280	,000*
	Frigya Dolması	Cive	,159	,280	,838
		Şilofta	1,634	,280	,000*
	Şilofta	Cive	-1,476	,280	,000*
		Frigya Dolması	-1,634	,280	,000*
Genel Beğeni Düzeyi	Cive	Frigya Dolması	-,220	,266	,688
		Şilofta	1,293	,266	,000*
	Frigya Dolması	Cive	,220	,266	,688
		Şilofta	1,512	,266	,000*
	Şilofta	Cive	-1,293	,266	,000*
		Frigya Dolması	-1,512	,266	,000*

\* $p<0,05$

#### 4.3.4. İç Anadolu Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları

##### 4.3.4.1. Betimleyici bulgular

İç Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Bici Aşı”, “Kaşık Atması” ve “Şibit Tatlısı” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Ortalama puanlardan hareketle İç Anadolu Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen

yemeğin, duyuşal analiz özellikleri bakımından yemeğin tüm duyuşal özellikler açısından ortak olarak “Şibit Tatlısı” olduğu görölmektedir. Yemeğin en beğenilen duyuşal özelliği “dokusu” olurken  $\bar{x}=7,78$ , genel beğeni ortalaması  $\bar{x}=7,71$ 'dir. Genel beğeni düzeyi açısından Şibit Tatlısı'nın ardından ikinci sırayı Kaşık Atması alırken, en az beğenilen yemek Bici Aşısı olmuştur. Bu ortalama genel beğeni puanı ile Şibit Tatlısı katılımcıların araştırmada deneğiği 21 yemek arasında en beğenilen altıncı yemek olurken, Bici Aşısı yemeği, katılımcılardan en az beğeni alan üçüncü yemek olmuştur. Katılımcıların İç Anadolu Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyuşal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.36'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.36. İç Anadolu bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Bici Aşısı	6,88	1,952	,216
	Kaşık Atması	6,96	1,849	,204
	Şibit Tatlısı	<b>7,70</b>	<b>1,529</b>	<b>,169</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,18	1,816	,116
Yemeğin Kokusu	Bici Aşısı	6,43	2,177	,240
	Kaşık Atması	6,91	1,970	,218
	Şibit Tatlısı	<b>7,60</b>	<b>1,473</b>	<b>,163</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	6,98	1,949	,124
Yemeğin Dokusu	Bici Aşısı	6,51	2,156	,238
	Kaşık Atması	6,99	2,028	,224
	Şibit Tatlısı	<b>7,78</b>	<b>1,457</b>	<b>,161</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,09	1,968	,125
Yemeğin Tadı	Bici Aşısı	6,26	2,403	,265
	Kaşık Atması	6,98	2,222	,245
	Şibit Tatlısı	<b>7,67</b>	<b>1,633</b>	<b>,180</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	6,97	2,181	,139
Genel Beğeni Düzeyi	Bici Aşısı	6,55	2,206	,244
	Kaşık Atması	7,00	2,018	,223
	Şibit Tatlısı	<b>7,71</b>	<b>1,401</b>	<b>,155</b>
	<b>Genel Ortalama</b>	7,09	1,958	,125

#### 4.3.4.2. Fark testi bulguları

İç Anadolu Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırmıştır. ANOVA analizi bulguları incelendiğinde, yemeklere yönelik

beğenilerin; yemeğin tüm duyuşal özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ( $p<0,05$ ). İlgili istatistikler Çizelge 4.37’de yer almaktadır.

Çizelge 4.37. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	33,081	2	16,541	5,186	,006
	Grup İçi	775,049	243	3,190		
	Toplam	808,130	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	56,715	2	28,358	7,883	,000
	Grup İçi	874,183	243	3,597		
	Toplam	930,898	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	67,325	2	33,663	9,279	,000
	Grup İçi	881,524	243	3,628		
	Toplam	948,850	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	82,057	2	41,028	9,200	,000
	Grup İçi	1083,683	243	4,460		
	Toplam	1165,740	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	55,927	2	27,963	7,693	,001
	Grup İçi	883,280	243	3,635		
	Toplam	939,207	245			

\* $p<0,05$

Anlamlı farklılıkların bulunduğu duyuşal özellikler olan yemeğin görünüşü, kokusu, dokusu, tadı ve genel beğeni düzeyi açısından hangi yemekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu Tukey Post-Hoc testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde; yemeğin görünüşü, dokusu ve genel beğenilirlik açısından Şibit Tatlısı’ndan duyulan beğenin hem Kaşık Atması hem de Bici Aşı’ndan anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ( $p<0,05$ ). Buna karşın Kaşık Atması ile Bici Aşı arasında bu üç boyuta yönelik beğenilirlik açısından anlamlı bir fark algılanmadığı ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ).

Bu yemeklerin görünüşü, dokusu ve genel beğenilirliğine yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Şibit Tatlısı yemeğini hem Kaşık Atması hem de Bici Aşına kıyasla anlamlı olarak daha çok beğendiği ( $p<0,05$ ), ancak Kaşık Atması ile Bici Aşı arasındaki beğenilirlik farkının istatistiksel olarak anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). Anlamlı farklılıkların bulunduğu diğer iki duyuşal özellik boyutu olan yemeğin kokusu ve tadı açısından yemekler incelendiğinde, Şibit Tatlısı’ndan duyulan beğenin Bici Aşı’ndan anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ( $p<0,05$ ). Buna karşın Şibit Tatlısı ile Kaşık Atması ve Bici Aşı ile Kaşık Atması arasında anlamlı bir fark

algılanmadığı ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Bu yemeklerin kokusu ve tadına yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Şibit Tatlısı'nı Bici Aşısı'na kıyasla anlamlı olarak daha çok beğendikleri görülmektedir ( $p<0,05$ ). Bu bulgulardan hareketle sonuç olarak katılımcıların Kaşık Atması yemeğini Bici Aşısı'na kıyasla daha fazla beğenmesine rağmen bu beğenin anlamlı olarak fark yaratmadığı ( $p>0,05$ ), buna karşın Şibit Tatlı'sının İç Anadolu mutfağında belirgin olarak öne çıkan ve diğer yemeklerden farklılaşan ( $p<0,05$ ) bir yemek olduğu söylenebilir. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.38'de yer almaktadır.

Çizelge 4.38. İç Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82)

Duyusal Özellikler	Yemek Adları (I)	Yemek Adları (J)	Ort Farkı (I-J)	Std. hata	p-değeri
Yemegin Görünüşü	Bici Aşısı	Kaşık Atması	-,085	,279	,950
		Şibit Tatlısı	-,817	,279	,010*
	Kaşık Atması	Bici Aşısı	,085	,279	,950
		Şibit Tatlısı	-,732	,279	,025*
	Şibit Tatlısı	Bici Aşısı	,817	,279	,010*
		Kaşık Atması	,732	,279	,025*
Yemegin Kokusu	Bici Aşısı	Kaşık Atması	-,488	,296	,228
		Şibit Tatlısı	-1,171	,296	,000*
	Kaşık Atması	Bici Aşısı	,488	,296	,228
		Şibit Tatlısı	-,683	,296	,057
	Şibit Tatlısı	Bici Aşısı	1,171	,296	,000*
		Kaşık Atması	,683	,296	,057
Yemegin Dokusu	Bici Aşısı	Kaşık Atması	-,476	,297	,248
		Şibit Tatlısı	-1,268	,297	,000*
	Kaşık Atması	Bici Aşısı	,476	,297	,248
		Şibit Tatlısı	-,793	,297	,022*
	Şibit Tatlısı	Bici Aşısı	1,268	,297	,000*
		Kaşık Atması	,793	,297	,022*
Yemegin Tadı	Bici Aşısı	Kaşık Atması	-,720	,330	,076
		Şibit Tatlısı	-1,415	,330	,000*
	Kaşık Atması	Bici Aşısı	,720	,330	,076
		Şibit Tatlısı	-,695	,330	,090
	Şibit Tatlısı	Bici Aşısı	1,415	,330	,000*
		Kaşık Atması	,695	,330	,090
Genel Beğeni Düzeyi	Bici Aşısı	Kaşık Atması	-,451	,298	,285
		Şibit Tatlısı	-1,159	,298	,000*
	Kaşık Atması	Bici Aşısı	,451	,298	,285
		Şibit Tatlısı	-,707	,298	,048*
	Şibit Tatlısı	Bici Aşısı	1,159	,298	,000*
		Kaşık Atması	,707	,298	,048*

\* $p<0,05$



### 4.3.5. Karadeniz Bölgesi Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları

#### 4.3.5.1. Betimleyici bulgular

Karadeniz Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Kaypancak”, “Topalak” ve “Kıvratma” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapılmıştır. Ortalama puanlardan hareketle Karadeniz Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen yemeğin, görüntü ve koku açısından Kaypancak, doku ve tat açısından ise Topalak olduğu görülmektedir. Bu iki yemek genel beğeni açısından değerlendirildiğinde ise Topalak yemeğinin  $\bar{x}=7,29$ , Kaypancak yemeğinden  $\bar{x}=7,23$  daha fazla beğenildiği anlaşılmaktadır. Bu her iki yemek de katılımcıların değerlendirdiği 21 yemek arasında beğenilirlik açısından orta sıralarda yer almaktadır. Katılımcıların Karadeniz Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyu özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.39’da gösterilmektedir.

Çizelge 4.39. Karadeniz Bölgesi yemekleri duyu değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Kaypancak	<b>7,73</b>	<b>1,792</b>	<b>,198</b>
	Topalak	7,67	1,700	,188
	Kıvratma	7,67	1,833	,202
	<b>Genel Ortalama</b>	7,69	1,769	,113
Yemeğin Kokusu	Kaypancak	<b>7,37</b>	<b>1,767</b>	<b>,195</b>
	Topalak	7,28	1,723	,190
	Kıvratma	7,07	2,011	,222
	<b>Genel Ortalama</b>	7,24	1,835	,117
Yemeğin Dokusu	Kaypancak	6,91	2,098	,232
	Topalak	<b>7,11</b>	<b>1,905</b>	<b>,210</b>
	Kıvratma	6,94	1,888	,208
	<b>Genel Ortalama</b>	6,99	1,960	,125
Yemeğin Tadı	Kaypancak	7,06	2,045	,226
	Topalak	<b>7,10</b>	<b>1,991</b>	<b>,220</b>
	Kıvratma	6,37	2,467	,272
	<b>Genel Ortalama</b>	6,84	2,195	,140
Genel Beğeni Düzeyi	Kaypancak	7,23	1,881	,208
	Topalak	<b>7,29</b>	<b>1,781</b>	<b>,197</b>
	Kıvratma	6,74	2,142	,237
	<b>Genel Ortalama</b>	7,09	1,948	,124

#### 4.3.5.2. Fark testi bulguları

Karadeniz Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı ANOVA analizi ile araştırılmıştır. Ortaya çıkan bulgular incelendiğinde, üç yemeğin de duyuşal özellikler açısından istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir ( $p>0,05$ ). Buradan hareketle, her ne kadar Topalak yemeğinin diğer yemeklere göre beğenilirlik puanı daha yüksek olsa da, aradaki farkın bu yemeği diğer yemeklerden daha ön planda tutacak derecede anlamlı bulunmadığı anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ). Karadeniz Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.40’da yer almaktadır.

Çizelge 4.40. Karadeniz Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyuşal Özellikler		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	,203	2	,102	,032	,968
	Grup İçi	766,317	243	3,154		
	Toplam	766,520	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	3,715	2	1,858	,550	,578
	Grup İçi	821,134	243	3,379		
	Toplam	824,850	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	1,854	2	,927	,240	,787
	Grup İçi	939,110	243	3,865		
	Toplam	940,963	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	27,878	2	13,939	2,938	,055
	Grup İçi	1152,939	243	4,745		
	Toplam	1180,817	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	14,837	2	7,419	1,970	,142
	Grup İçi	915,195	243	3,766		
	Toplam	930,033	245			

#### 4.3.6. Doğu Anadolu Bölgesi Yemekleri Duyuşal Değerlendirme Bulguları

##### 4.3.6.1. Betimleyici bulgular

Doğu Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Sengeser”, “Püşürük” ve “Çingertme” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapımları istenmiştir. Ortalama puanlardan hareketle Doğu Anadolu Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen

yemeğin, tüm duyuşal özellikler açısından da Çingertme olduğu görölmektedir. Bu yemeğinin genel beğeni ortalaması  $\bar{x} = 7,88$ 'dir. Çingertme yemeği katılımcıların değerlendirdiği 21 yemek arasında genel beğenilirlik açısından da ikinci sırada yer alarak, çok beğenilen bir yemek olmuştur. Genel beğeni düzeyi açısından Çingertme'nin ardından ikinci sırayı Püşürük alırken, Sengerser en az beğenilen yemek olmuştur. Sengerser  $\bar{x} = 6,22$ 'lik puan ile katılımcıların tattığı 21 yemek arasında en az beğenilen yemek olmuştur. Bu noktada Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerinin oldukça dikkat çekici olduğu söylenebilir. Katılımcıların Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyuşal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.41'da gösterilmektedir.

Çizelge 4.41. Doğu Anadolu Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

Boyutlar	Yemekler	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğın Görüntüsü	Sengerser	7,34	1,874	,207
	Püşürük	7,83	1,447	,160
	Çingertme	8,02	1,342	,148
	<b>Genel Ortalama</b>	7,73	1,591	,101
Yemeğın Kokusu	Sengerser	6,27	2,183	,241
	Püşürük	7,37	1,843	,203
	Çingertme	7,65	1,435	,158
	<b>Genel Ortalama</b>	7,09	1,932	,123
Yemeğın Dokusu	Sengerser	6,23	2,273	,251
	Püşürük	7,60	1,777	,196
	Çingertme	7,84	1,444	,159
	<b>Genel Ortalama</b>	7,22	1,986	,127
Yemeğın Tadı	Sengerser	5,72	2,415	,267
	Püşürük	7,38	2,152	,238
	Çingertme	7,66	1,751	,193
	<b>Genel Ortalama</b>	6,92	2,282	,146
Genel Beğeni Düzeyi	Sengerser	6,22	2,373	,262
	Püşürük	7,67	1,700	,188
	Çingertme	7,88	1,461	,161
	<b>Genel Ortalama</b>	7,26	2,017	,129

#### 4.3.6.2. Fark testi bulguları

Doğu Anadolu Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırılmıştır. ANOVA analizi bulguları incelendiğinde, yemeklere yönelik

beğenilerin; yemeğin tüm duyuşsal özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ( $p<0,05$ ). İlgili istatistikler Çizelge 4.42’de yer almaktadır.

Çizelge 4.42. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyusal Unsurlar		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	20,293	2	10,146	4,109	,018
	Grup İçi	600,000	243	2,469		
	Toplam	620,293	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	86,984	2	43,492	12,766	,000
	Grup İçi	827,866	243	3,407		
	Toplam	914,850	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	123,447	2	61,724	17,787	,000
	Grup İçi	843,256	243	3,470		
	Toplam	966,703	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	180,106	2	90,053	19,961	,000
	Grup İçi	1096,268	243	4,511		
	Toplam	1276,374	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	133,927	2	66,963	18,857	,000
	Grup İçi	862,939	243	3,551		
	Toplam	996,866	245			

Anlamlı farklılıkların bulunduğu duyuşsal özellikler olan yemeğin görünüşü, kokusu, dokusu, tadı ve genel beğeni düzeyi açısından hangi yemekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu Tukey Post-Hoc testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde; yemeğin koku, dokusu, tat ve genel beğenilirlik açısından Sengeser yemeğinden duyulan beğenin hem Püşürük hem de Çingertme’den anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir ( $p<0,05$ ). Buna karşın Çingertme ve Püşürük arasında bu dört boyuta yönelik beğenilirlik açısından anlamlı bir fark algılanmadığı ortaya çıkmaktadır ( $p>0,05$ ). Bu yemeklerin görünüşü, dokusu, tadı ve genel beğenilirliğine yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Çingertme yemeğini daha çok beğenmekle birlikte bu yemek ile Püşürük arasında anlamlı bir fark algılamadıkları ( $p>0,05$ ) ancak bu iki yemeği Sengeser yemeğine kıyasla istatistiksel olarak da anlamlı şekilde daha çok beğendiği ( $p<0,05$ ) anlaşılmaktadır. Anlamlı farklılığın bulunduğu diğer duyuşsal özellik boyutu olan yemeğin görüntüsüne yönelik bulgular incelendiğinde ise katılımcıların algıladığı tek anlamlı farkın Sengeser ile Çingertme arasında olduğu ( $p<0,05$ ) ve bu anlamlı farkın Çingertme lehine olduğu görülmektedir. Nuna karşın gerek

Sengeser ve Püürük gerekse de Püürük ve Çingertme arasında anlamlı bir fark görmedikleri anlaşılmaktadır ( $p>0,05$ ).

Bu bulgulardan hareketle sonuç olarak katılımcıların, Çingertme ve Püürük yemeklerini oldukça beğendikleri, bu iki yemeğin Sengeser ile kıyaslandığında belirgin olarak ön plana çıktığı söylenebilir. Bununla birlikte katılımcıların Çingertme ve Püürük yemekleri arasında anlamlı bir fark algılamamış olmaları, bu iki yemekten birinin diğerine göre ön planda olduğu yorumunun yapılmasını engellemektedir. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.43.'de yer almaktadır.

Çizelge 4.43. Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82)

Duyusal Unsurlar	Yemek Adları (I)	Yemek Adları (J)	Ort Farkı (I-J)	Std. hata	p-değeri
Yemeğin Görünüşü	Sengeser	Püürük	-,488	,245	,117
		Çingertme	-,683	,245	,016*
	Püürük	Sengeser	,488	,245	,117
		Çingertme	-,195	,245	,706
	Çingertme	Sengeser	,683	,245	,016*
		Püürük	,195	,245	,706
Yemeğin Kokusu	Sengeser	Püürük	-1,098	,288	,001*
		Çingertme	-1,378	,288	,000
	Püürük	Sengeser	1,098	,288	,001*
		Çingertme	-,280	,288	,595
	Çingertme	Sengeser	1,378	,288	,000*
		Püürük	,280	,288	,595
Yemeğin Dokusu	Sengeser	Püürük	-1,366	,291	,000*
		Çingertme	-1,610	,291	,000*
	Püürük	Sengeser	1,366	,291	,000*
		Çingertme	-,244	,291	,680
	Çingertme	Sengeser	1,610	,291	,000*
		Püürük	,244	,291	,680
Yemeğin Tadı	Sengeser	Püürük	-1,659	,332	,000*
		Çingertme	-1,939	,332	,000*
	Püürük	Sengeser	1,659	,332	,000*
		Çingertme	-,280	,332	,675
	Çingertme	Sengeser	1,939	,332	,000*
		Püürük	,280	,332	,675
Genel Beğeni Düzeyi	Sengeser	Püürük	-1,451	,294	,000*
		Çingertme	-1,659	,294	,000*
	Püürük	Sengeser	1,451	,294	,000*
		Çingertme	-,207	,294	,761
	Çingertme	Sengeser	1,659	,294	,000*
		Püürük	,207	,294	,761

\* $p<0,05$

### 4.3.7. Güneydoğu Anadolu Yemekleri Duyusal Değerlendirme Bulguları

#### 4.3.7.1. Betimleyici bulgular

Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfak kültürüne ait olan “Omaç”, “Şiveydiz” ve “Cennet Çamuru” yemekleri araştırma kapsamında modernize edilerek 82 katılımcıdan (a) görünüş, (b) koku, (c) doku (d) tat ve (e) genel beğeni bağlamında değerlendirme yapmaları istenmiştir. Ortalama puanlardan hareketle Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemekleri arasında en beğenilen yemeğin, tüm duyuşal özellikler açısından da Cennet Çamuru olduğu görölmektedir. Bu yemeğinin genel beğeni ortalaması  $\bar{x}=8,26$ 'dır. Cennet Çamuru yemeği katılımcıların değerlendirdiği 21 yemek arasında genel beğenilirlik açısından da birinci sırada yer alarak, en çok beğenilen yemek olmuştur. Genel beğeni düzeyi açısından Cennet Çamuru'nun ardından ikinci sırayı alan Şiveydiz'de  $\bar{x}=7,82$  ortalama ile tadılan 21 yemek arasında en beğenilen üçüncü yemek olmuştur. Omaç ise bu bölge yemekleri arasında en az beğenilen yemek olmuştur. Omaç aynı zamanda  $\bar{x}=6,63$ 'lük puan ile katılımcıların tattığı 21 yemek arasında da en az beğenilen yemeklerden birisi olmuştur. Katılımcıların Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerinden algıladıkları duyuşal özellik boyutlarına göre verdikleri ortalama puanlar ve bu puanların standart sapma ve standart hata değerleri Çizelge 4.44'de gösterilmektedir.

Çizelge 4.44. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemekleri duyuşal değerlendirme betimleyici bulguları (n=82)

		Ort.	Std. Sapma	Std. Hata
Yemeğin Görüntüsü	Omaç	6,12	2,057	,227
	Şiveydiz	7,20	1,753	,194
	Cennet Çamuru	7,93	1,368	,151
	<b>Genel Ortalama</b>	7,08	1,893	,121
Yemeğin Kokusu	Omaç	6,20	2,111	,233
	Şiveydiz	7,66	1,509	,167
	Cennet Çamuru	8,01	1,117	,123
	<b>Genel Ortalama</b>	7,29	1,805	,115
Yemeğin Dokusu	Omaç	7,00	2,085	,230
	Şiveydiz	7,59	1,670	,184
	Cennet Çamuru	8,11	1,217	,134
	<b>Genel Ortalama</b>	7,57	1,748	,111
Yemeğin Tadı	Omaç	6,54	2,240	,247
	Şiveydiz	7,90	1,690	,187
	Cennet Çamuru	8,35	1,115	,123
	<b>Genel Ortalama</b>	7,60	1,901	,121
Genel Beğeni Düzeyi	Omaç	6,63	1,985	,219
	Şiveydiz	7,82	1,549	,171
	Cennet Çamuru	8,26	1,052	,116
	<b>Genel Ortalama</b>	7,57	1,712	,109

#### 4.3.7.2. Fark testi bulguları

Güneydoğu Anadolu Bölgesi mutfağına ait olup, modernize edilerek tekrar hazırlanmış üç yemek arasında katılımcıların algıladığı duyuşal özellikler açısından anlamlı farklılıklar olup olmadığı araştırılmıştır. ANOVA analizi bulguları incelendiğinde, yemeklere yönelik beğenilerin; yemeğin tüm duyuşal özelliklerine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır ( $p<0,05$ ). İlgili istatistikler Çizelge 4.45’de yer almaktadır.

Çizelge 4.45. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre ANOVA Testi bulguları (n=82)

Duyusal Unsurlar		Karelerin Ortalaması	Serbestlik Derecesi	Ortalamalar Karesi	F	Anlamlılık
Yemeğin Görünüşü	Gruplar arası	135,154	2	67,577	22,095	,000
	Grup İçi	743,220	243	3,059		
	Toplam	878,374	245			
Yemeğin Kokusu	Gruplar arası	152,203	2	76,102	28,613	,000
	Grup İçi	646,305	243	2,660		
	Toplam	798,508	245			
Yemeğin Dokusu	Gruplar arası	50,545	2	25,272	8,799	,000
	Grup İçi	697,915	243	2,872		
	Toplam	748,459	245			
Yemeğin Tadı	Gruplar arası	146,805	2	73,402	24,158	,000
	Grup İçi	738,354	243	3,038		
	Toplam	885,159	245			
Yemeğin Genel Beğeni Düzeyi	Gruplar arası	115,423	2	57,711	23,261	,000
	Grup İçi	602,902	243	2,481		
	Toplam	718,325	245			

Anlamli farklılıkların bulunduğu duyusal özellikler olan yemeğin görünüşü, kokusu, dokusu, tadı ve genel beğeni düzeyi açısından hangi yemekler arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu Tukey Post-Hoc testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde; yemeğin görünüşünün beğenilirlik açısından katılımcıların tüm yemekler arasında anlamlı fark algıladıkları anlaşılmaktadır ( $p < 0,05$ ). Üç yemeğin de betimleyici istatistikleri dikkate alındığında, katılımcıların algıladığı anlamlı farkın Cennet Çamuru ve Şiveydiz lehine olduğu görülmektedir. Katılımcılar görüntü açısından Cennet Çamurunu hem Şiveydiz hem de Omaç'a tercih etmekle birlikte Şiveydiz'i de Omaç'ın görüntüsüne göre istatistiksel olarak daha beğenilir bulmuştur ( $p < 0,05$ ). Anlamlı farklılıklar yemeğin dokusuna göre incelendiğinde ise katılımcıların üç yemek arasında algıladığı tek farklılığın Cennet Çamuru ve Omaç arasında olduğu anlaşılmaktadır ( $p < 0,05$ ). Betimleyici istatistiklerden de görüleceği üzere ortaya çıkan anlamlı fark belirgin bir şekilde Cennet Çamuru tatlısının lehinedir. Katılımcılar yemeğin dokusu noktasında gerek Cennet Çamuru ve Şiveydiz gerekse de Şiveydiz ve Omaç arasında anlamlı bir fark algılayamamıştır ( $p > 0,05$ ).

Katılımcıların Güneydoğu Anadolu Bölgesine ait üç yemeğin kokusu, tadı ve genel beğeni düzeyine yönelik algılarında fark olup olmadığı incelendiğinde ise ortak bir bulgu ortaya çıkmaktadır. Buna göre katılımcılar Cennet Çamuru ve Şiveydiz'i Omaç yemeğine göre



istatistiksel olarak daha olumlu algılamıştır ( $p<0,05$ ). Bu yemeklerin kokusu, tadı ve genel beğenilirliğine yönelik betimleyici istatistikler de dikkate alındığında, katılımcıların Cennet Çamuru ve Şiveydiz'e yönelik olumlu algılarının Omaç'a kıyasla yüksekliği de belirgin bir şekilde görülmektedir. Buna karşın katılımcılar her ne kadar en yüksek beğenilirliği tüm duyuşal özellikler açısından Cennet Çamuru'na göstermiş olsalar da, koku, tat ve genel beğeni düzeyi açısından Şiveydiz'i Cennet Çamuruna tercih ettiklerine yönelik istatistiksel olarak anlamlı bir bulgu ortaya çıkmamıştır ( $p>0,05$ ). İlgili bu fark testlerinden hareketle katılımcıların üç yemek arasında en yüksek beğenilirliği Cennet Çamuru'na verdikleri, Cennet Çamuru'nu görünüş açısından diğer tüm yemeklerden daha anlamlı olarak beğendikleri, ancak diğer dört kriter açısından da Cennet Çamuru ve Şiveydiz'i birbirine yakın olarak beğendikleri ve aralarında anlamlı bir fark algılamadıkları ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak Cennet Çamuru ve Şiveydiz bu bölge açısından öne çıkan iki yemek olurken, Omaç yemeği dört duyuşal özellik açısından da Cennet Çamuru ve Şiveydiz'den anlamlı bir şekilde daha az beğenilmiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine yönelik ilgili istatistikler Çizelge 4.46'da yer almaktadır.

Çizelge 4.46. Güneydoğu Anadolu Bölgesi yemeklerine göre Post-Hoc Testi bulguları (n=82)

Duyusal Unsurlar	Yemek Adları	Yemek Adları	Ort Farkı (I-J)	Std. hata	p-değeri
Yemeğin Görünüşü	Omaç	Şiveydiz	-1,073	,273	,000*
		Cennet Çamuru	-1,805	,273	,000*
	Şiveydiz	Omaç	1,073	,273	,000*
		Cennet Çamuru	-,732	,273	,021*
	Cennet Çamuru	Omaç	1,805	,273	,000*
		Şiveydiz	,732	,273	,021
Yemeğin Kokusu	Omaç	Şiveydiz	-1,463	,255	,000*
		Cennet Çamuru	-1,817	,255	,000*
	Şiveydiz	Omaç	1,463	,255	,000*
		Cennet Çamuru	-,354	,255	,348
	Cennet Çamuru	Omaç	1,817	,255	,000*
		Şiveydiz	,354	,255	,348
Yemeğin Dokusu	Omaç	Şiveydiz	-,585	,265	,071
		Cennet Çamuru	-1,110	,265	,000*
	Şiveydiz	Omaç	,585	,265	,071
		Cennet Çamuru	-,524	,265	,119
	Cennet Çamuru	Omaç	1,110	,265	,000*
		Şiveydiz	,524	,265	,119
Yemeğin Tadı	Omaç	Şiveydiz	-1,366	,272	,000*
		Cennet Çamuru	-1,817	,272	,000*
	Şiveydiz	Omaç	1,366	,272	,000*
		Cennet Çamuru	-,451	,272	,224
	Cennet Çamuru	Omaç	1,817	,272	,000*
		Şiveydiz	,451	,272	,224
Genel Beğeni Düzeyi	Omaç	Şiveydiz	-1,183	,246	,000*
		Cennet Çamuru	-1,622	,246	,000*
	Şiveydiz	Omaç	1,183	,246	,000*
		Cennet Çamuru	-,439	,246	,177
	Cennet Çamuru	Omaç	1,622	,246	,000*
		Şiveydiz	,439	,246	,177

\*p<0,05

#### 4.4. Korelasyon ve Regresyon Analizi Bulguları

82 katılımcının Türkiye'nin yedi bölgesine ait üçer yemekten oluşan toplam 21 yemeği denemesi sonucu ortaya çıkan 1722 gözleme dayanarak duyuşsal özellikler arasındaki ilişki

incelenmiştir. Yemeğin görünüşü, kokusu, dokusu, tadı ve genel beğenilirliği değişkenleri arasındaki ilişkilerin yönü ve kuvveti Pearson Korelasyon Analizi ile test edilmiştir. Değişkenler arasında ilişki olup olmadığı, ilişki var ise ne derecede ve ne yönde olduğunun öğrenilmesi ve bilinmesi, bilimin temel amaçlarını yerine getirme konusunda önemli bir husustur (Erkuş, 2013: 176). Değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için gerçekleştirilen testlerden birisi olan korelasyon analizi, ilişkinin düzeyini, derecesini, şiddetini, gücünü ve yönünü ortaya koyan bir analiz türüdür (Ural ve Kılıç, 2011: 247). Korelasyon analizi sonucunda elde edilen katsayı “r” ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değerler alır (Altunışık vd., 2012: 228). İyi bir kestirim değerine ulaşılabilmesi için iki değişken arasındaki korelasyon katsayısının yüksek olması (Alpar, 2012: 421) ve katsayısının en az 0,30 ve üzerinde olması beklenir (Şencan, 2005: 763). 0.70’den yüksek bir katsayı ise “yüksek” düzeyde bir ilişkinin varlığını işaret eder (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012: 185).

Gerçekleştirilen korelasyon analizi bulguları Çizelge 4.47’de yer almaktadır. Buna göre tüm değişkenlerin birbirleri ile olumlu yönde, yüksek sayılabilecek bir derecede ve anlamlı şekilde ilişkili olduğu görülmektedir ( $p < 0,01$ ). Değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde, görünüş değişkeninin en yüksek ilişkili olduğu değişkenin yemeğin kokusu olduğu ( $r = ,742$ ,  $p < 0,01$ ), koku ( $r = ,803$ ,  $p < 0,01$ ), doku ( $r = ,820$ ,  $p < 0,01$ ) ve tat ( $r = ,925$ ,  $p < 0,01$ ), değişkenlerinin ise en yüksek ilişkili olduğu değişkenin genel beğeni düzeyi değişkeni olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra en düşük derecedeki ilişkilerin görünüş değişkeninin doku ( $r = ,677$ ,  $p < 0,01$ ) ve genel beğeni değişkeni ( $r = ,677$ ,  $p < 0,01$ ) arasında olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 4.47. Korelasyon analizi bulguları (n=1722)

	$\bar{x}$	Std. Sapma	Görünüş	Koku	Doku	Tat	Genel
<b>Görünüş</b>	7,43	1,752	1	,742**	,677**	,608**	,677**
<b>Koku</b>	7,15	1,855	,742**	1	,743	,748**	,803**
<b>Doku</b>	7,13	1,958	,677**	,743**	1	,784**	,820**
<b>Tat</b>	7,02	2,110	,608**	,748**	,784**	1	,925**
<b>Genel</b>	7,22	1,885	,677**	,803**	,820**	,925**	1

Tepki Kategorileri: 1: Hiç beğenmedim ... 9: Çok beğendim

\*\* : % 0.01 düzeyinde anlamlılık (çift kuyruklu t-testi)

Araştırmanın bir diğer amacı çerçevesinde, katılımcıların deneyimlediği tüm yemeklerden hareketle algıladığı dört duyuşsal özellik olan görünüş, koku, doku ve tadın yemeklerden algılanan genel beğeni düzeyine etkisi araştırılmıştır. Bu etkinin analiz edilmesi için nedensel araştırma analizlerinden birisi olan doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrusal regresyon analizi bir bağımlı değişken ile bir bağımsız değişken arasındaki matematiksel bağıntıyı doğrusal olarak inceleyen bir analiz yöntemidir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 161). Regresyon analizleri sonucu ortaya çıkan modellerin anlamlılığı ve yeterliliği; (a)  $R^2$  değerinin sıfırdan yüksek olduğu durumda modelin bir bütün olarak anlamlılığına ilişkin F istatistiğinin anlamlılığı, (b) regresyon denkleminin standart hatasının büyüklüğü, (c) modele katılan her bir değişkenin t istatistiğinin anlamlılığı, (c) standartlaştırılmış regresyon katsayısının (Beta) anlamlılığı ve gücü ve (d) düzeltilmiş çoklu açıklayıcılık katsayısı ( $\Delta R^2$ ) istatistik değeri kriterlerin ele alınmasıyla ortaya koyulabilir (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 192-201; Alpar, 2012: 390-391). Buna ek olarak, regresyon analizlerin geçerli olması için bağımlı değişkeni açıklamaya çalışan değişkenlerin yukarıdaki kriterlere ek olarak çoklu bağıntı (doğrusal ve ardışık bağımlı) sorunu taşımamaları gerekmektedir (Özdamar, 2010: 526; Sekeran ve Bougie, 2013: 319). Bağıntı ya da çoklu bağıntı; bağımsız değişkenler arasında güçlü ilişkilerin ortaya çıkma durumuna işaret eder ve 0,90 ve üzeri korelasyon değerleri bağıntının bir göstergesi olabilir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 35). Bu noktada oluşturulan regresyon modellerinin çoklu bağıntı sorunları içerip içermediği; (a) değişkenlerin birbirleriyle olan korelasyonlarının yüksekliğinin 0,90 ve altında olması, (b) tolerans istatistik değerinin 0,10 ve üzerinde olması, (VIF) istatistik değerinin 5 ve altında olması, (c) varyans şişkinlik faktörünün 10'u aşmaması, (d) koşul indeks (CI) değerinin mümkünse 10'dan küçük, değilse 10-30 arasında olması ve (e) Durbin-Watson (DW) istatistik değerinin 1,5-2.5 aralığında olması kriterleri bağlamında araştırılır (Nakip, 2006: 340; Özdamar, 2010: 526-528; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 200-205; Kalaycı, 2014: 264; Alpar, 2012: 391; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 35).

Çizelge 4.48. Duyusal özelliklerin yemeğin genel beğeni düzeyine etkisi

	Standardize edilmemiş katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	t-değeri	p	Çoklu bağlantı istatistikleri		
	$\beta$	Std. Hata	Beta			Tolerans	VIF	CI
(Sabit)	,452	,067		6,749	,000			
Görünüş	,066	,013	,061	5,010	,000	,414	2,414	1,000
Kokusu	,162	,015	,159	11,059	,000	,297	3,370	10,081
Dokusu	,146	,014	,151	10,705	,000	,308	3,244	14,351
Tadı	,581	,012	,650	47,185	,000	,324	3,083	17,317

Bağımlı değişken: Genel Beğeni Düzeyi;

R: 0,946; R<sup>2</sup>:0,894; Düzeltilmiş R<sup>2</sup>: 0,894; D-W: 1,967; Model için p<0,01

Gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Çizelge 4.48’de yer almaktadır. Buna göre gerçekleştirilen ANOVA testi F istatistiği ve bu istatistiğin anlamlılığından hareketle öncelikle dört bağımsız ve bir bağımlı değişkenlerden kurulan modelin geçerliliği kontrol edilmiş ve kurulan modelin bir bütün olarak anlamlı ve geçerli olduğu görülmüştür (F<sub>4;1717</sub>=3633,010,p≤0,001). Modelin geçerliliğinin ardından bağımlı değişkeni açıklamaya çalışan değişkenler açısından çoklu bağıntı (doğrusal ve ardışık bağımlı) sorunu olup olmadığı incelenmiştir. Öncelikle bağımsız değişkenlerin birbirleri arasındaki korelasyon değerleri incelenmiştir. Çizelge 4.48’deki bağıntı istatistikleri incelendiğinde; bağımsız değişkenlerin dördünün de Tolerans istatistiklerinin 0,100’ün üzerinde olduğu, VIF istatistiğinin tüm değişkenler için 5’in altında olduğu, CI değerinin dört bağımsız değişken için de 30’dan küçük olduğu ve DW istatistiğinin, 1,5-2,5 aralığında olduğu anlaşılmaktadır.

Bu bulgulardan hareketle, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında çoklu bağıntı sorununun tespit edilmediği söylenebilir. Modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunun ve çoklu bağıntı sorunu içermediğinin tespit edilmesinin ardından, yemeklere ilişkin duyusal özellik boyutlarının (bağımsız değişkenler) genel beğeni düzeyine (bağımlı değişken) etkisi incelenmiştir. Çizelge 4.48’deki ilişki ve açıklayıcılık katsayıları incelendiğinde öncelikle dört bağımsız değişkenin de bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmektedir (p≤0,01). Bu dört bağımsız değişken, katılımcıların yemeğe ilişkin genel beğeni düzeylerinin %89,4’ünü ( $\Delta R^2$ ) açıklamaktadır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende ortaya çıkarabileceği değişimlerin tahmini gücü standartlaştırılmış regresyon katsayısı (Beta) ile incelenmiştir. Buna göre genel beğeni düzeyi üzerinde; görünüşün, 061;

kokunun, 159; dokunun, 151 ve tadın, 650'lik olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu bulgulardan hareketle, katılımcıların yemeğe ilişkin genel beğeni düzeyi üzerinde en yüksek düzeyde olumlu etkiyi “tat” değişkeninin yaptığı ve bu değişkenin kuvvetinin diğer değişkenlerden belirgin bir şekilde yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yemeklere ilişkin tat algılarında meydana gelecek bir birimlik olumlu artışın, yemeklerden algılayacakları genel beğeni düzeylerinde, 650'lik bir artışa neden olabileceği söylenebilir. Sonuç olarak, katılımcıların yemeklerden duydukları genel beğenileri için tüm duyuşsal özellikleri anlamlı ve önemli buldukları, bununla birlikte “tat” duyusunun majör bir değişken olduğu anlaşılmaktadır.





## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Piştirme yöntemleri, malzeme çeşitliliği ve araç-gereç çeşitliliği gibi çeşitli unsurlar açısından modernize edilerek yeniden hazırlanan Türk mutfağına özgü yöresel yemeklerden duyulan beğeniye duyusal analiz kapsamında inceleyen bu araştırma hem gastronomi ve turizm alanyazını için hem de uygulama alanı olan restoran ve otel işletmeleri için bir dizi çıktı ve öneri ortaya koymaktadır. Araştırmaya katılanların duyusal analizleri çerçevesinde görüşlerini belirtmeleri amaçlandığı için araştırmada deneysel bir tasarım kullanılmıştır. Yarı deneysel olarak kabul edilebilecek bu tasarım bağlamında Türkiye'nin her bir coğrafi bölgesine ait üçer yemek olmak üzere toplam 21 farklı yöresel yemek hem geleneksel hem de modernleştirilmiş anlamda hazırlanmıştır. Deneysel araştırmalarda gözlenmek istenen durum, doğrudan araştırmacının kontrolü altında, araştırmacı tarafından üretilir (Karasar 2014: 87) ve “değişimleme ve denetim” araştırmacının kontrolü altındadır (Erkuş, 2013: 94). Buradan hareketle bu araştırmanın, gastronomi araştırmaları kapsamında geçmişe yönelik deneyimlerden yola çıkılarak Kritik Olay Tekniği ile gerçekleştirilen çalışmalara nazaran daha güvenilir ve geçerli sonuçlar üreteceğinden hareketle, deneysel araştırmaların kullanılmasının yolunu açabilme açısından alanyazına katkı sunabileceği ileri sürülebilir. Gerçekleştirilen gastronomi araştırmalarına yönelik alanyazın taramasında, bu araştırmadakine benzer bir yemek ve coğrafi bölge çeşitliliğine rastlanmamıştır. Alan yazındaki araştırmalar daha ziyade peynir (Üner, 2019), zeytin ve zeytinyağı (Durlu-Özkaya, 2001), unlu mamuller (İlhan, 2013), işlenmiş et ürünleri (Şakalar, 2008), poğaç, ekmek, bisküvi vb. (Basman, 1998), şarap (Canatar, 2017), soslar (Levent, 2017) üzerine odaklanmıştır.

Bu araştırmada gastronomi, gıda mühendisliği ve gıda hijyeni ve teknolojisi alanında doktora derecesine sahip dört akademisyen ile doktora eğitimi devam eden dört akademisyenden ve yukarıda sayılan bilim alanlarına yönelik herhangi bir uzmanlığı bulunmayan 82 kişiden veri toplanmıştır. Her iki örneklem gurubundan veri toplanmasının amacı benzer şekilde katılımcıların modernize edilmiş yöresel yemeklerden duydukları beğeni algılarını öğrenmektir. Uzman panelistlerden toplanan veriler sadece bir noktada tüketici grubundan farklılaşmaktadır. Bu farklılık da araştırma kapsamında hazırlanan 21 yemeğe yönelik Eşleştirilmiş Kıyaslama ve Hedonik Skala (beğeni) Testleri aracılığıyla uzman panelistlerden geleneksel ve modernize yemekten hangisini tercih ettiğini gösteren analizlerden kaynaklanmaktadır. Tüketici grubuna geleneksel yemeği mi yoksa modernize



yemeği mi daha çok beğendiği sorulmamış, doğrudan modernize yemeğe yönelik duysal beğeni değerlendirmeleri araştırılmıştır. Uzman panelistlerden karşılaştırmaya dayalı bir değerlendirme yapmalarını istemenin temel nedeni aslında deneysel olarak hazırlanan 21 modern yemeğin gerçekten modern olarak algılanıp algılanmadığını öğrenerek, bir nevi geçerlilik analizi yapmaktır. Eğer uzman panelistler modernize olduğu düşünülerek hazırlanan yemekleri geleneksel olan versiyonlarından daha az tercih etmiş ya da beğenmişse bu durum araştırmanın temel varsayımı olan “modernize yöresel yemekler” varsayımını çökertecektir.

Uzman panelistlerin 21 yöresel yemeğin hem geleneksel hem de modernize versiyonlarını ayna anda denemeleri üzerinden gerçekteştirilen Eşleştirilmiş Kıyaslama Testi ve Hedonik Skala (beğeni) Testi sonuçlara göre tüm coğrafı bölgeler için modernize yemeklerin daha yüksek oranda tercih edildiği ve daha fazla beğenildiği görölmektedir. Marmara ve Akdeniz Bölgesine ait modernize yemekler, tüm duysal özellikler bağlamında geleneksel yemeklere nazaran baskın bir şekilde beğenilmiştir. Diğer bölgelerde ise her ne kadar tüm modernize ürünler, geleneksellere oranla daha yüksek oranda beğenildiyse de bazı bölgelerdeki yemekler çeşitli duysal özellikler açasından daha düşük beğenide kalmıştır. Örneğin, Ege Bölgesinde Gerdan tatlısı dışındaki yemekler, İç Anadolu Bölgesindeki Bici Aşı, Karadeniz Bölgesindeki Kıvratma, Doğu Anadolu Bölgesindeki Püşürük ve Sengeser ve Güney Doğu Anadolu Bölgesindeki Omaç yemeklerinin modernize versiyonları çeşitli duysal özellikler açasından geleneksel yemeklere yakın algılanmış, hatta bazı açalardan geleneksel yemekler daha yüksek oranda tercih edilmiştir. Ancak genel beğeni düzeyi anlamında bakıldığında tercih edilme anlamında tüm coğrafı bölgelerin modernize yemeklerinin çok daha yüksek oranda tercih edildiği görölmektedir.

Uzman panelistlere yönelik gerçekteştirilen ikinci analiz olan Hedonik Skala (beğeni) Testi bulguları da Eşleştirilmiş Kıyaslama Testi bulgularını doğrular niteliktedir. Uzman panelistlerin bu kez tercih belirtme yerine ortalama puan atayarak beğenilerini ortaya koyduğu bulgular incelendiğine, 21 yemek bir bütün olarak alındığında modernize yemeklerin geleneksel yemeklere kıyasla daha yüksek beğenilirliğe sahip olduğu ve iki yemek türü arasındaki beğenilirliğin modernize yemekler lehine anlamlı şekilde farklılaştığı görölmektedir. Bu bulgu panelistlerin Eşleştirilmiş Kıyaslama Testi bulgularını doğrulamaktadır. Uzman panelistlerin Hedonik Skala Testi yanıtları coğrafı bölgeler bağlamında da analiz edilmiştir. Buna göre 7 coğrafı bölgede de modernize yemekler,

geleneksel yemeklerden daha yüksek puan alarak daha fazla beğenilmiştir. Geleneksel ve modernize yemeklere yönelik beğenilerin arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı incelendiğinde yalnızca Ege Bölgesi ve Doğu Anadolu Bölgesi yemeklerinin geleneksel ve modernize tabakları anlamında istatistiksel olarak anlamlı farkın algılanmadığı, diğer geriye kalan 5 bölge için ise iki yemek türü arasındaki beğenilirliğin modernize yemekler lehine anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Örnek vermek gerekirse, Akdeniz Bölgesi yemeklerinin tümünün (Cive, Frigya Dolması ve Şilofta) modernize tabakları, geleneksel tabaklara göre anlamlı şekilde daha olumlu algılanmıştır. Marmara Bölgesinde Ballı Mahmudiye; İç Anadolu Bölgesinde Şibit ve Kaşık Atması; Karadeniz Bölgesinde Kaypancak ve Topalak; ve Güney Doğu Anadolu Bölgesinde ise Cennet Çamuru yemeklerinin modernize tabakları, geleneksel tabaklara kıyasla istatistiksel olarak daha olumlu algılanmıştır. Dolayısıyla bu yemeklerin uzman panelistler gözünden ön plana çıkan yemekler olduğu söylenebilir.

Uzman panelistlere yönelik gerçekleştirilen son analiz kalite kriterleri bağlamında modernize edilmiş yemeklerin “Genel Duyusal Değerlendirme” analizi olmuştur. Uzmanlar beğenilerini 4 duyusal özellik olan; görünüş, koku, doku ve lezzet olmak üzere 4 boyut için ayrı olmak üzere ifade etmişlerdir. Elde edilen bulgular incelendiğinde, 7 farklı coğrafi bölgeye ait olan 21 modernize yemek bir bütün olarak değerlendirildiğinde, yemeklerin en beğenilen duyusal özelliklerinin şekil, çiğnenebilirlik ve tat olmuştur. Modernize yemeklerin duyusal analiz kalite kriterlerine göre beğeni durumları coğrafi bölgeler kapsamında incelendiğinde Eşleştirilmiş Kıyaslama Testi ve Hedonik Skala (beğeni) Testi bulgularına benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır. Buna göre; Marmara Bölgesi’nde Zeytinyağlı ve Ballı Mahmudiye yemeklerinin modernize tabakları, İshakiye Helvası’na kıyasla çok daha fazla beğenilmiştir. İshakiye helvası görünüş ve lezzet açısından daha az beğenilmiştir. Ege Bölgesi açısından üç modernize yemek de çeşitli duyusal özelliklerden dolayı kısmen düşük beğeni almakla beraber Ekmek Dolması ve Gerdan Tatlısı, Kirde Kebabı’na nazaran daha çok beğenilmiştir. Akdeniz bölgesinde Frigya Dolması ve Şilofta, Cive yemeğinin modernize versiyonuna oranla çok daha beğenilmiştir. Cive yemeği birçok duyusal kalite kriteri açısından düşük puan almıştır. İç Anadolu bölgesi yemeklerinde en çok beğenilen yemek Şibit Tatlısı iken, Kaşık Atması ve Bici Aşı yemekleri çeşitli duyusal özellikler açısından düşük puan almıştır. Karadeniz bölgesi yemeklerinin modernize versiyonlarının ortalama beğeni puanları incelendiğinde üç yemeğin de yüksek derecede beğenildiği görülmekte, yalnızca Kıvratma yemeği ağızda

bıraktığı his kriteri açısından kısmen düşük puan aldığı anlaşılmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi yemekleri incelendiğinde Çingertme yemeğinin üç yemek arasında belirgin olarak en beğenilen modernize yemek olduğu, buna karşın Püşürük ve Sengeser'in çeşitli duysal özellikler açısından düşük puanlar aldığı görülmektedir. Son olarak Güney Doğu Anadolu Bölgesi modernize yemekleri incelendiğinde Cennet Çamuru'nun çok baskın bir şekilde ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak uzman panelistler, 7 farklı coğrafi bölgeye ait olan 21 yemeğin modernize tabaklarını üç farklı duysal analiz türü neticesinde de daha olumlu algıladıkları ve gerçekleştirilen üç farklı analiz neticesinde ortaya çıkan bulguların birbiriyle benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Araştırmada veri toplanan bir diğer grup ta 82 kişilik tüketici grubudur. Bu grup eğitimsiz panelistler olarak da adlandırılmaktadır. Uzman panelistlerin aksine tüketici grubundan yalnızca yemeklerin modernize edilmiş tabaklarını duysal analizler ile değerlendirmeleri istenmiştir. 7 farklı coğrafi bölgeden 21 yemeği deneyimleyen katılımcılar genel beğeni durumu açısından 21 yemeğin 14'üne dokuz puan üzerinden 7 ve üzerinde beğeni puanı vermiştir. Yemekler en beğenilen duysal özellikler açısından incelendiğinde, "yemeklerin görüntüsü" olmuştur. Hiçbir yemek, herhangi biri duysal özellik bakımından 5 puan'ın altında bir beğeni almamıştır. En düşük beğeni yemeğin dokusu açısından şilofta için (5,46) ve yemeğin tadı için Sengeser'e (5,72) verilmiştir. En beğenilen yemekler genel beğeni düzeyi açısından sırasıyla; Cennet Çamuru, Çingertme, Şiveydiz, Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı, Frigya Dolması, Şibit Tatlısı ve Püşürük olarak görünmektedir. Buna ek olarak, Cive, Gerdan Tatlısı, Topalak, Ekmek Dolması, Kaypancak, Ballı Mahmudiye ve Kaşık atması da 7.00 puan ve üzerinde beğeni almıştır. Bu bulgular uzman panelist grubun modernize edilmiş yemeklere yönelik "Genel Duyusal Değerlendirme" analizi ile büyük benzerlik taşımaktadır. Uzmanlar ve tüketiciler hem benzer yemekleri beğenmiş hem de benzer duysal özelliklerin (görünüş ve doku gibi) altını çizmiştir. Tüketici grubunun bölgelere göre yaptığı değerlendirmelerde fark testleri aracılığıyla ortaya çıkan bulgular da; Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı, Frigya Dolması, Cive, Şibit Tatlısı, Püşürük, Çingertme, Cennet Çamuru ve Şiveydiz yemeklerini diğer yemeklere göre ön plana koymaktadır. İlginç bir bulgu olarak katılımcılar Ege ve Karadeniz yemekleri arasında herhangi birisini diğerlerine göre istatistiksel olarak daha tercih edilebilir olarak görmemişlerdir. Bu analizlere ek olarak tüketici grubundan elde edilen veriler ışığında, algılanan duysal özellik boyutlarının yemeklere yönelik genel beğeni düzeyine etkisi de analiz edilmiştir. 21 yemeğe yönelik değerlendirmeler bir bütün

olarak ele alındığında, tüm duyuşsal analiz kriterlerinin anlamlı bir etkisi olmakla birlikte “tat” duyuşunun genel beğeni düzeyine etki eden en önemli değişken olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak, erek uzman panelist gerekse de tüketici grubunun duyuşsal analiz bulguları neticesinde yukarıda bahsedilen ortak olarak yüksek derecede beğenilen ve bölgeler açısından ön plana çıkan yemeklere ilişkin reğetelerin restoran ve otel mutfakları tarafından dikkate alınarak menülere dâhil edilmesi önerilmektedir. Mutfak şeflerinin düşük beğeni alan ya da bölgesel olarak belirgin bir şekilde ön plana çıkmayan yemeklere yönelik olarak farklı pişirme teknikleri, gıda içerikleri ya da sunum teknikleri uygulayarak reğetelerde değişiklikler yapması önerilebilir. Bunun yanı sıra ileride benzer araştırma tasarımları ile çalışmalar gerçekleştirmek isteyen araştırmacıların bu yemeklerin reğetelerinde değişiklikler yaparak yeni çalışmalar tasarımları da alanyazın için katkı sağlayıcı olacaktır. Bu araştırmada ele alınmayan fiyat değişkeni de dikkate alınarak menü tercih araştırmaları da gerçekleştirilebilir. Ayrıca tüketicilerin tat algısının yemeklerin beğenilirliği açısından etkisi göz önüne alındığında deneysel araştırmalar yapan akademisyenlerin yemeğın tadını manipüle edici araştırmalar tasarlaması ve neden sonuç ilişkilerini yemeğın tadına etki eden bileşenler çerçevesinde ele alması önerilmektedir. Şeflerin ise yemeklerin lezzetine odaklanmanın ne kadar önemli olduğunu anlayarak, yemekleri daha lezzetli hale getirebilmek için özgün ve yeni arayışlar içinde olmaları önerilmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için ise elbette ön koşul ülkemizin sahip olduğu yöresel yemek kültürü ve lezzet çeşitliliğini çok iyi araştırması gerekmektedir.



## KAYNAKLAR

- Acar, A. (2014). *Yerli ve Yabancı Fastfood Ürünlerini Gençlerin Tercih Nedenlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Çalışması: Muğla Sıtkı Koçma Üniversitesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 9.
- Afuah, A. (2009). *Strategic Innovation*, New York: Routledge, 109.
- Ahmet Vefik Paşa, (2000). *Lehçe-i Osmanî*. (2.Baskı). Ankara: TDK Yayınları, 1432.
- Ahn Y. Y, Ahnert S.E., Bagrow JP, Barabási A.L.. (2011). “Flavor network and the principles of food pairing”. *Scientific reports*. 1:196.
- Ahn, Y. Y., Ahnert, S. E., Bagrow, J. P., Baraba, A. L. (2011). “S of Food Pairing”. *Scientific Reports*, 1-8.
- Ahnert S.E. (2013). “Network analysis and data mining in food science: the emergence of computational gastronomy”. *Flavour*, 2(4):1-4.
- Ahvenainen, R. (2003). “Active and Intelligent Packaging: an Introduction”. R Ahvenainen (Ed), *Novel Food Packaging Techniques*. Cambridge, UK. Woodhead Publishing Limited; 11.
- Akan, L. S. (2005). *Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerinde Bir Araştırma*. Yüksek lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 54.
- Akgündüz, A. (1990). *Osmanlı Kanunnameleri ve Hukuki Tahlilleri*. (2. Baskı). İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı, 192.
- Akın, G., Özkoçak, V., ve Gültekin, T. (2015). “Geçmişten Günümüze Geleneksel Anadolu Mutfak Kültürünün Gelişimi”. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi*, 30, 33-52.
- Akkaya, A. (2017). *Depolama İşleminin Baklavanın Duyusal Kalitesi Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, 31-33.
- Akkaya, A., Koç, B. (2017). “Kırmızın Türkiye’de İçecek Olarak Değerlendirilmesi Bakımından Gastronomi İndeksinin Oluşturulması”, *The Journal of Academic Social Science*, 5(59), 354-368.
- Aksoy, M. ve Üner, E. H. (2016). “Rafine Mutfağın Doğuşu ve Rafine Mutfağı Şekillendiren Yenilikçi Mutfak Akımlarının Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri”. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 1-17.
- Aktaş, A. ve Bahattin Ö. (2007). *Otel İşletmelerinde Mutfak Yönetimi*. (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 25.
- Albrow, M. (1996). *The Global Age*. (1.Baskı). Stanford: Stanford University Press, 1-256.

- Alonso, M. A. S., Gallego P. A. M., and Mangin J.-P. L. (2005). "Testing a model of perceived food quality determinants". *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 17(1): 9-33.
- Alpar, R. (2012). *Uygulamalı istatistik ve geçerlik-güvenirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpargu, M. (2008). *12. Yüzyıla Kadar İç Asya'da Türk Mutfak Kültürü, İçinde: Arif Bilgin ve Özge Samancı, Türk Mutfağı*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 18-24.
- Alsaffar, A. A., Kalyoncu, Z. B. (2015). *Pişirme Yöntemleri*. (1. Baskı). Ankara: TRAMEP Yayıncılık, 52.
- Altuğ, T. (1993). *Duyusal Test Teknikleri*. (1. Baskı). İzmir: Ege Üniversitesi Yayınevi.
- Altuğ Onoğur, T., ve Elmacı, Y. (2011). *Gıdalarda Duyusal Değerlendirme*. (2.Baskı).İzmir: Sidaş Yayınları, 11.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Yayıncılık.
- Amerine, M.A., Pangborn, R.M., and Roessler, E.B. (1965). *Principles of Sensory Evaluation of Food*, New York: Academic Press, 399.
- Anderson, P. (2003). *Tarihten Siyasete Eleştiri Yazıları*. (Çev. S. Coşar). İstanbul: İletişim Yayınları, 78.
- Anonim. (2011). *Türk Mutfağına Özgü Sebze Yemekleri*. (1.Baskı). Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 61.
- Arboleya, J. C., Lasa, D., Olabarrieta, I., Martinez de Marañon, I. (2010). *New Trend For Food Product Design. Functional Food Product Development*. Oxford: Willey-Blackwell Publishing, 227-243.
- Arıkan, C. L. (2008). *Evaluating the Dynamics of Innovation in Turkey: The Impact of Innovation on Business Performance*, Doktora Tezi, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 4.
- Arlı, M. (1982). *Türk Mutfağına Genel Bir Bakış*. (1.Baskı). Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, 19.
- Armbruster, H., Bikfalvi, A., and Kinkel, S. (2008). "Organizational Innovation: The Challenge of Measuring Non-Technical Innovation in Large-Scale Surveys". *Technovation*, 28, 645.
- Armington, J., Krauskopf, J. (1978). *Visual Psychophysics and Physiology: A Volume Dedicated to Lorrin Riggs*, New York: Academic Press.
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı Turistlerin Yiyecek İçecek İşletmeleri, Personeli ve Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi: Alanya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 34.

- Artan, T. (2006). Osmanlı Elitinin Yemek Tüketiminin Bazı Yönleri. *Yemek ve Kültür Dergisi*, 6, 36-62.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivalleri Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 40.
- Ateş, M. R. (2007). *İnovasyon Hayat Kurtarır*. İstanbul: Doğan Kitapçılık A.Ş., 24.
- Avermaete, T., Viaene, J., Morgan, E. J., and Crawford, N. (2003). "Determinants of innovation in small food firms", *European Journal of Innovation Management*, 6, 8-17.
- Aydemir, B., Özdemir, S. S. (2014). "Yerel Yiyecek-İçecek Girişimlerinin Yavaş Yemek Hareketi Açısından Değerlendirilmesi: Aydın Yenipazar Örneği". *The Journal of Electronic Defence (JED)*, 9 (2), 323-336.
- Aytimur, R. (2015). *Slow Food Hareketi'nin Beslenme Alışkanlıkları ve Sağlıklı Beslenmeye Etkisi Üzerine Bir Uygulama Çalışması: Halfeti ve Seferhisar Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin, 18-19.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T., ve Bedestenci, Ç. (2004). *Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü Teorik ve Ampirik Yaklaşımı*. İstanbul: Alfa Akademi Basım Yayım Dağıtım Ltd. Şti, 59.
- Baker, G. A., Amerine, M. A., and Pangborn, R. M. (1954). "Organoleptic ratings and analytical data for wines anal orthogonal factors". *Food Research*, 19(6), 575-580.
- Balazs, K. (2001). "Some Like it Haute: Leadership Lessons from France's Great Chefs". *Organizational Dynamics*, 30(2): 134-148.
- Balazs, K. (2002). "Take One Entrepreneur: The Recipe for Success of France's Great Chefs". *European Management Journal*, 20(3), 247-259.
- Balazs, S. (2012). *Sensory Evaluation in Food Industry*, TÁMOP-4.1.1.C-12/1/KONV-2012-0014. Élelmiszerbiztonság és gasztronómia vonatkozású egyetemi együttműködés, DE-SZTE-EKF-NYME „projekt segítségével jött létre, 2.
- Balcı, A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Ballester, J., Dacremont, C., Le Fur, Y., and Etiévant, P. (2005). "The role of olfaction in the elaboration and use of the Chardonnay wine concept", *Food Quality and Preference*, 16(4), 351-359.
- Baran, Z., Batman, O. (2013). "Destinasyon Pazarlamasında Mutfak Kültürünün Rolü: Sakarya Örneği", 14. *Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, Mersin, 1355-1367.
- Barham, P. (2013). "Physics in the Kitchen". *Flavour Journal*, 2(5), 1-4.
- Barkan, L. (1979). İstanbul Saraylarına Ait Muhasebe Defterleri. *Belgeler*, 9 (13). 196-228.



- Basman, A. (1998). *Bazı unlu mamüllerde prosesin besinsel lif içeriğine etkisi*, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Baş, T. ve Akturan U. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*, İstanbul: Seçkin Yayınevi.
- Baten, W. D. (1946). "Organoletic tests pertaining to apples and pears", *Food Research*, 11, 84-94.
- Batu, A. (2017). "Moleküler Gastronomi Bakış Açısıyla Gıdaların Tat ve Aroma Algıları". *Aydın Gastronomy*, 1(1), 25-36.
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernite ve Hoşnutsuzlukları*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 133.
- Bayrakal, G. M. (2016). *Taze Et Ürünlerinin Raf Ömürlerinin İzlenebilirliğinde Biyo-İndikatörlerin Akıllı Ambalajlama Sistemi İçerisinde Kullanımı*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 43-48.
- Baysal, A. (1993). *Türk Yemek Kültüründe Değişmeler, Beslenme ve Sağlık Yönünden Değişmeler, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. (1. Baskı). Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, 12.
- Baysal, A. (1997). *Türk Mutfağında Mercimek ve Nohut Yemekleri, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*. Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları.
- Baysal, A. (2012). *Türk Mutfağı, Özellikleri, Etkileşimleri, Beslenme Antropolojisi-I*, Ankara: Hatipoğlu Yayınları:160, 123.
- Baysal A., Merdol T.K., Sacır F.H., Taşçı N.C., ve Başoğlu S. (1998). *Türk Mutfağından Örnekler*.(2.Baskı). Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, 1-11.
- Baysal, A. (2000). "Türk ve Çin Mutfaklarının Karşılaştırılması", *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Kamil Toygar (Editör), Ankara. Takav Matbaası, 29.
- Beal, S. (1881). *Buddhist Records of the Western World*. (2. Edt). London, 90.
- Beauchamp, G. K., Bartoshuk, L. (1977). *Tasting and Smelling: Handbook of Perception and Cognition*, (2nd ed.). San Diego: Academic Press.
- Beaugé, B. (2012). "On The Idea Of Novelty In Cuisine: A Brief Historical Insight". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1(1), 5-14.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*, London: Sage, 260.
- Bell, D. (1976). *The Coming of Post-Industrial Society, A Venture in Social Forecasting*. Harmondsworth: Penguin, Peregrine Books, 6.
- Berman, M. (1982). *All That is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity*. New York: Simon and Schuster, 131.
- Bertozzi, L. Panari, G. (1993). "Cheeses with appellation d'Origine Contrôlée (AOC): Factors that affect quality", *International Dairy Journal*, 3(4-6), 297-312.

- Bertozzi, L. (1995). "Designation of origin: Quality and specification", *Food Quality and Preference*, 6(3), 143-147.
- Bertrand, J. E. (1780). *Descriptions des arts et metiers*. (12. Edt). Neuchatel, 374.
- Beşirli, H. (2013). "Yemek, Mutfak ve Toplumsal Eşitsizlikler". *Yemek ve Kültür Dergisi*, 32, 122-131.
- Bey, T. (1977). *Tarih-i Ebü'l Feth*. İstanbul: Fetih Cemiyeti Yayınları, 143.
- Biçkes, D. M., Özdevecioğlu, M. (2016). "İşletmelerde Örgütsel Öğrenmenin Finansal Performans Üzerindeki Etkisi ve İnovasyonun Aracılık Rolü". *The Journal of Academic Social Science*, 4(25), 8-28.
- Bilgin, A. (2004). *Osmanlı Saray Mutfağı (1453-1650)*. İstanbul: Kitabevi, 133.
- Bilgin, A. (2008). "Klasik Dönem Osmanlı Saray Mutfağı", Arif Bilgin ve Özge Samancı (Editörler), *Türk Mutfağı*. Ankara. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 71-83.
- Bilgin, A. (2011). "Osmanlı Döneminde İstanbul Mutfak Kültürü". *Akademik Araştırmalar Dergisi*, 1 (47-48), 229-245.
- Blumenthal H. (2008). *The big fat duck cookbook*. Bloomsbury Publishing PLC.
- Boggs, M. M., Hanson, H. L. (1949). "Analysis of foods by sensory difference tests". *Advances in Food Research*, 2, 219-258.
- Brey, B. (2003). "Theorizing Modernity and Technology", Thomas Misa, Philip Brey and Andrew Feenberg (Eds.), *Modernity and Technology*, MIT Press, pp.33-71.
- Brown, A. (2008). *Understanding Food, Principles and Preparation*.(3rd Ed.) Belmont, CA: Thompson-Wadsworth.
- Buckingham, J. S. (1827). *Travels in Mesopotamia. Including a journey from Aleppo to Baghdad*. (2. Edt). London, 269.
- Burke, R., This, H., and Kelly, A. L. (2016). "Molecular Gastronomy: An Introduction". *The Journal of Food Science*, 1.
- Bürger, P. (1984). *Theory of the Avant-Garde (trans: Shaw, M.)*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cahen, C. (1968). *Pree-Ottoman Turkey: a general survey of the material and spritual culture and history*. New York: Taplinger Publishing Company, 158.
- Camison-Zornoza, c., Lapedra- Alcami, R., Segerra-Cipres, M., Boronat-Navarro, M. (2004). "A Meta-Analysis of Innovation and Organizational Size". *Organization Studies*, 25(3), 331-361.

- Can, F. (2007). *Dünyada ve Türkiye’de Araştırma Geliştirme Faaliyetlerine Yönelik Vergisel Teşvikler*, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon, 7.
- Canatar, M. (2017). *Küpte şarap: Ketengömlek üzümünden antik dönem yöntemiyle organik beyaz şarap üretimi*, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Carbonell-Barrachina, A. A. (2007). “Application of Sensory Evaluation of Food to Quality Control in the Spanish Food Industry”, *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 57 (4), 71-76.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*, Information Age vol. 1. Oxford and Cambridge: Blackwell, 28-77.
- Caul, J. F. (1957). “The profile method of flavor analysis”, *Adv Food Research*, 7, 1-40.
- Cayot, N. (2007). “Sensory quality of traditional foods”, *Food Chemistry*, 101(1), 154–162.
- Cevizci, A. (2005). *Paradigma Felsefe Sözlüğü*. (6.Baskı). İstanbul: Paradigma Yayınları, 1178.
- Cevizci, A. (2006). *Felsefe Sözlüğü*, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 70.
- Ceyhun-Sezgin, A., Şeren-Karakuş, S., ve Şanlıer, N. (2015). “Türk Mutfağında Yer Alan Zeytinyağlı Sebze Yemeklerinden Örnekler”, *The Journal of Academic Social Science*, 3 (13), 226-239.
- Chailland, G. (2001). *Göçebe imparatorluklar: Moğolistan’dan Tuna’ya*, (Çev: Engin Sunar), İstanbul: Doğan Kitapçılık, 25.
- Chavijo, G. (1928). *Embassy to Tamerlane 1403-1406*. London, 286.
- Choi, S. E. (2013). *Sensory Evaluation*, In S. Edelstein (Ed.), *Food Science: An Ecological Approach*. (ISBN:978-1-4496-9477-7) Sudbury, MA: Jones and Bartlett Publisher, 89.
- Chuang, L. M. (2005). “An Empirical Study of the Construction of Measuring Model for Organizational Innovation in Taiwanese High-Tech Enterprises”. *Journal of American Academy of Business*, 6(1), 299-304.
- Churchill, G. A., and Nielsen, A.C. (1998). *Marketing research*. (3rd. ed.). New York: Dryden Press.
- Ciğerim, N. (1999). “Kapadokya Yöresi Mutfağı, 2000’li Yıllara Girerken Kapadokya’nın Turizm Değerlerine Yeniden Bakış”. Hafta Sonu Semineri VI, Nevşehir.
- Ciğerim, N. (2000). *Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış*. (1.Baskı).Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, 49–61.

- Clark, P. P. (1975). "Thoughts For Food". *I: French Cuisine And French Culture, French Review*, 32-41.
- Coles, R. (2003). "Introduction". R. Coles, D. McDowell ve M.J. Kirwan (2nd ed). *Food Packaging Technology*. Oxford, UK. Blackwell Publishing Ltd; 9.
- Cömert, M. (2014). "Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Cömert, M., Çavuş, O. (2016). "Moleküler Gastronomi Kavramı". *Journal of Turism and Gastronomy Studies*, 4(6), 118-131.
- Cracknell, H. L., Kaufman, R. J. (1999). *Practical Professional Cooking*. (3. Baskı). United Kingdom: Delmar Cengage Learning.
- Cracknell H.L. and Nobis G. (1989). *Principles of Nouvelle Cuisine*. The New Catering Repertoire, London: Palgrave Press, 27.
- Cunbur, M. (1982). *Mevlana'nın Mesnevi'sinde ve Divan-ı Kebir'inde Yemekler*. Ankara: Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, 76.
- Çakmak, A. (2005). *Türkiye Selçukluları'nda Zirai Hayat*. İstanbul, 87.
- Çavuşgil, S. T., Calantone, R. J., and Zhao, T. (2003). "Tacit Knowledge Transfer and Firm Innovation Capability". *Journal of Business and Industrial Marketing*, 18(1), 6-21.
- Çelikoğlu, O. (2015). "Eğitimde Girişimcilik ve İnovatif Öğretim Liderleri Yetiştirmek". *The Journal of Academic Social Science*, 3(20), 247-259.
- Çetin, A. (2008). *Karahanlı-Selçuklu-Memluk çizgisinde Türk mutfağı. Türk mutfağı*. (1. Baskı). (Ed: A. Bilgin, Ö. Samancı). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü, 27-36.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Dalby, A. (2004). *Tehlikeli Tatlar. Tarih Boyunca Baharat*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 80.
- Damanpour, F. (1992). "Organizational Size and Innovation". *Organization Studies*, 13 (3), 377.
- Damanpour, F., Walker, R. M., and Avelaneda, C. N. (2009). "Combinative Effects of Innovation Types and Organizational Performance: A Longitudinal Study of Service Organizations". *Jornal of Management Studies*, 46(4), 650-675.
- Davidson, A. (2006). *The Oxford Companion to Food*. (2.Basım). Oxford: Oxford University Press, 228.
- Davis, B., Lockwood, A. (1994). "A Overview of the Scope and Structure of the Hotel and Nostalgia Foods in Post-Soviet Russia". R. Wink (Edt.), *Food and Beverage Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann Publication.

- Davutoğlu, A. (1994). *Civilizational Transformation and the Muslim World*, Kuala Lumpur: Mahir Publicationals, 1.
- Demir, M. ve Demir, Ő. Ő. (2015). *Otel işletmelerinde yenilik yonnetimi: ilkeler ve onnekler*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Demir Kılıç, A. (2016). *Sexual Politics and Modernity In The Poetry of D. H. Lawrence and Philip Larkin*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 16.
- Demirdöğen, O., Tatlı, Y., ve Korucuk, S. (2016). "Gıda Sektöründe İnovasyon: Gümüşhane İli Yöresel Ürünleri Üzerine Bir Uygulama". *Akademik Bakış Dergisi*, 57, 115-124.
- Denton, D. K. (1999). "Gaining competitiveness through innovation". *European Journal of Innovation*, 2, 82-85.
- Dernschwam, H. (1987). *İstanbul ve Anadolu'da Seyahat Günlüğü*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 176.
- Deroy, O., Michel, J., Piqueras-Fizman, B. ve Spence, C. (2014). "The Plating Manifesto (I): from Decoration to Creation". *Flavour Journal*, 3(6), 1-10.
- Deutsch, K. (1961). "Social Mobilization and Political Development", *American Political Science Review*, LV(3), 493-514.
- Dodgshun, G., Peters, M. (2004). *Cookery for the Hospitality Industry*. New York: Cambridge University Press.
- Doğanbey, N. (1988). *Türk mutfak kültürü. İkinci Milletlerarası Yemek Kongresi*. (Düz: F. Halıcı). Konya: Kültür ve Turizm Vakfı Yayınları, ss. 127-132.
- Doğdubay, M. ve Giritlioğlu, İ. (2008). "Mutfak Turizmi". Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt (Eds.), *Turistik Ürün ÇeŐitlendirmesi*. Ankara: Nobel Basım Yayıncılık, s.433-456.
- D'Ohsson, I. (1971). *18.yüzyıl Türkiyesinde Örf ve Adetler*. İstanbul: Tercüman 1001 Temel Eserler, 31.
- Domanpour, F. (1996). "Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models". *Management Science*, 42 (5), 693-716.
- Dougall, D.B.(1983). *The sense of smell*, in *Sensory Analysis of Foods*, 2nd Ed., J.R. Piggott, ed., London: Elsevier, p.25.
- Drummond, J. C., Wilbraham, A. (1991). *The Englishman's Food: Five Centuries of English Diet*. (2. Baskı). Londra: Pimlico, 214.
- Dumas, A. (1978). *Dumas and Food*. Londra, 208.

- Durand, R., Rao, H., and Monin, P. (2007). "Code And Conduct In French Cuisine: Impact Of Code Changes On External Evaluations". *Strategic Management Journal*, 28(5), 455-472.
- Durlu Özkaya, F. (2001). *Salamura beyaz peynirden izole edilen bazı laktokok, enterekok ve laktobasil suşlarının proteolitik aktivite, bakteriyosin etkenliği ve biyogen amin oluşumu açısından karşılaştırılması*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Durlu-Özkaya, F. (2009). "Türk mutfağında zeytinyağı", ed. Fahrettin Göğüş, Mücahit Taha Özkaya, Semih Ötleş, *Zeytinyağı*, Bölüm 11. 252-263, Ankara: Eflatun Yayınevi.
- Durlu Özkaya, F. Aksoy, M., Özel, K. ve Sezgi, G. (2018). *Moleküler Gastronomi*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 2-79.
- Durlu Özkaya, F., Cömert, M. (2017). *Türk Mutfağında Yolculuk*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 7-36.
- Durlu Özkaya, F., Özkaya, M. T.(2017). "Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü".*Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Teknolojisi*.(1.Baskı). Ankara: Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, 395.
- Durlu Özkaya, F., Üner E. H. (2018). *Kars Kaşarında Duyusal Analiz*. D. Nizam ve F. Tatari (Editörler). Türkiye’de ve Dünyada Yerel-Geleneksel Peynirler: Kars Kaşarı Coğrafi İşareti. (1.Baskı). İstanbul: Opus Yayınları, 183.193.
- Dündar, A. (2015). "Gastronomide Yeni Akımlar". Hakan Yılmaz, Alev Dündar (Eds.), *Gastronomi Tarihi*, Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayınları, 176-178.
- Düzgün, E. Durlu Özkaya, F. (2015). "Mezopotamya’dan Günümüze Mutfak Kültürü", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(1) 41-47.
- Dyne, L. V., Graham, J. W., and Dienesch, R. M. (1994). "Organizational Citizenship Behavior: Construct Redefinition, Measurement, and Validation". *The Academy of Management Journal*, 37 (4), 765.
- Dzung, N. Dzuan, L. Tu, H. D. (2003). "The Role of Sensory Evaluation in Food Quality Control, Food Research and Development: A Case of Coffe Study",*Ho Chi Minh City University of Technology*, Vietnam, 1-6.
- D’Ohsson, D. M. M. (1977).*18. Yüzyıl Türkiye’sinde Örf ve Adetler*, (Çev. Zerhan Yüksel), İstanbul: Kervan Kitapçılık, 27.
- Ebeler, S. E. (2004).*Sensory Analysis and Analytical Flavor Chemistry: Missing Links, Handbook of Flavor Characterization*, ed. Kathryn D. Deibler, Jeannine Delwiche, 41.
- Eflaki, A. (1995). *Ariflerin Menkibeleri*. (1.Baskı). Haz: Tahsin Yazıcı, İstanbul: Kabalcı Yayınları, 1432.

- Ekin, Y. (2011), *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Fil Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya, 24.
- Elçi, Ş. (2006). *İnovasyon- Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*. (1.Baskı). İstanbul: Nova Yayınları, 4.
- Emeksizoglu, B. (2008). *Innovation in Manufacturing Industry, Obstacles, Sources and Incentives Regarding Innovation in Turkey*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Enstitüsü, İstanbul, 7.
- Erden, M. Y. (2015). *Marka Yaratma Süreci ve Yenipazar İlçesi İçin Bir Model Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 44.
- Eren, H. (1999). *Türk Dilinin Etiolojik Sözlüğü*, Ankara, 333.
- Erhardt, J. P. (1978). "The role of sensory analyst in product development", *Food Technology*, 32 (11), 57.
- Ergin, O. N. (1936). *Türkiye'de Şehirciliğin Tarihi İnkişafı*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları, 35.
- Erkuş, A. (2013). *Davranış bilimleri için bilimsel araştırma süreci*. Ankara: Seçkin Kitapevi.
- Ertaş, Y. Karadağ, M. G. (2013). "Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri", *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Ertop, M. Hendek, M. (2013). *Tahıl ve Fırıncılık ürünlerinin Mikrotekstürel Yapı Analizinde Mikroskopi ve Diğer Görüntüleme Tekniklerinin Kullanımı*, ss.127.
- Etaio, I., Albisu, M., Ojefa, M., Gil, P. F., Salmeran, J., and Elortondo, P. (2010). "Sensory quality control for food certification: a case study on wine. Method development", *Food Control*, 21, 533-541.
- Fahriye, A. (1982). *Ev Kadını*. İstanbul: Mahmutbey Matbaası, 93.
- Fauchart, E., and Von Hippel, E. (2008). "Norms-based intellectual property systems: The case of French chefs". *Organization Science*, 19, 187-201.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 144.
- Fedayi, C. (2010). "Modernleşme, Toplumsal Hafıza ve Yahya Kemal", *Muhafazakâr Düşünce*, 6(24), 149-148.
- Fegerberg, J. (2005). "Innovation: A Guide to the Literature". Jan Fagerberg, David C. Mowery, Richard R. Nelson (Eds.), *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford. Oxford University Press, 1.
- Ferguson, P. P. (1998). "A Cultural Field in the Making: Gastronomy in 19th-Century France 1". *American Journal of Sociology*, 104(3), 597-641.

- Ferguson, P. P. (2004). *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. Chicago: University of Chicago Press, 47.
- Feria-Morales, A. M. (2002). "Examining the case of green coffee to illustrate the limitations of grading system/experts tasters in sensory evaluation for quality control", *Food Quality and Preference*, 13(6), 355–367.
- Fine, G. (1992). "The Culture of Production: Aesthetic Choices and Constraints in Culinary Work". *The American Journal of Sociology*, 97(5): 1268-1294.
- Fisher, C. G. (1985). "Topkapı Sarayı in the Mid-Seventeenth Century: Bobovi's Description". *Archivum Ottomanicum*, 10, 30.
- Fischler, C. (1993). *L'Homnivore*. Paris: Odile Jacob Press, 254.
- Flandrin, J. L., Montanaeri, M. (1999). *Food: A Culinary History from Antiquity to the Present*. New York: Columbia University Press, 436.
- Flynn, M., Dooley, L., O'Sullivan, D., and Cormican, K. (2003). "Idea Management for Organisational Innovation". *International Journal of Innovation Management*, 7(4), 417-442.
- Forster, S. (1968). *The Turkish Letters of Ogier Ghiselin de Busbecq*. London: Eland Yayıncılık, 52.
- Freeman, C. (1982). *The Economics of Industrial Innovation*. (2.Baskı). Cambridge: MIT Press, 190.
- Fu, H., Liu Y., Adria, F., Shao, X., Cai, W. Ve Chipot, C. (2014). "From Material Science to Avant-Garde Cuisine". *The Art of Shaping Liquids into Spheres*, 118 (40), 11747-11756.
- Ganter, H. D. (2004). "Changes in Work Organisation in French Top-Quality Restaurants". *Business History*, 46(3), 439-460.
- Genç, R. (2008). "XI. Yüzyılda Türk Mutfağı", İçinde: *Yemek Kitab: Tarih-HalkbilimEdebiyat*, Haz: Sabri Koz, İstanbul, Kitabevi Yayınları.
- Gezmen-Karadağ, M., Çelebi, F., Ertas, Y. ve Şanlıer, N. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler: Besin Ögeleri Açısından Değerlendirilmeleri*. (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 237.
- Giddens, A. (1994). *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*, Cambridge: Polity Press, 78.
- Giddens, A. (2010). *Modernite ve Bireysel Kimlik*, İstanbul: Say Yayınları, 14-17.
- Gillespie, C. H. (1993). *Gastrosophy: A Medium for the Transmission of Professional Gastronomy*, MSc of Thesis, University of Strathclyde, Glasgow, 141.
- Gillespie, C. H. (1994). "Gastrosophy and Nouvelle Cuisine: Entrepreneurial Fashion and Fiction". *British Food Journal*, 96(10), 19-23.



- Girgin, O. (2008). *Modernliğin Bugünü: Modernist, Postmodernist ve Alternatif Yaklaşımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi, Kütahya, 5.
- Godshall, M. A. (1997). "How Carbohydrates Influence Food Flavor", *Food Techical*, 51(1), 62-67.
- Goldsmith, R.E., and Foxall, G.R. (2003). "The measureent of innovativeness". *The International Handbook on Innovation*, 321-330.
- Gomez, M. L., and Bouty, I. (2011). "The emergence of an influential practice: Food for thought". *Organization Studies*, 32(7), 921-940.
- Gorman, T. (2007). *Innovation: Create An Idea Culture, Redefine Your Business, Grow Your Business*. F + W Publications, 8.
- Gökçe, N. (2016). *Türkiye’de Yöresel Mutfaklar, Yöresel Mutfaklar*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 7.
- Gökyay, O. S. (1980). "Kaygusuz Abdal’ın Sımatiyeleri", *Türk Folklorü Dergisi*, 13(14), 3-6.
- Gönül, M. (1983). *Duyusal Değerlendirmede Sonuca Güveni Etkileyen Faktörler*, İzmir: Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Yayınları, 6-287.
- Grafton, A. (2004). *Yeni Dünyalar, Eski Metinler: Geleneğin Gücü ve Keşiflerin Yarattığı Şaşkınlık* (Çev: F. Savcı), İstanbul: Kitap Yayınevi, 279.
- Grefe, C. (1994). *Hamburger Çağı*. (Çev: O. Duman), İstanbul: İletişim Yayınları, 148.
- Grelot, G. (1683). *A Late Voyage to Constantinople*. Londra, 194.
- Guine, R. P. F., Diasb, A., Peixotob, A., Matosb, M., Gonzagab, M., and Silvab, M. (2012). "Application of molecular gastronomy principles to the development of a powdered olive oil and market study aiming at its commercialization". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1: 101–106.
- Güldemir, O. (2014). Orta Asya’dan Cumhuriyet Dönemine Türk Mutfağındaki Yemeklerin Değişimi: Yazılı Kaynaklar Üzerinden Bir Değerlendirme, VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın, 346-358.
- Güler, S. (2010), "Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (26),24-30.
- Güler, S., ve Olgaç, S. (2010). "Lisans Düzeyinde Eğitim Gören Öğrencilerin Türk Mutfağının Tanıtım ve Pazarlanmasına İlişkin Görüşleri: Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu Örneği". *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28, 227-238.
- Güleş, H. K., Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik-İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*. Ankara: Nobel Yayınları, 42.

- Gürsoy, D. (2004). *Tarihin Süzgecinde Mutfak Kültürümüz*, İstanbul: Oğlak Yayıncılık, 79-92.
- Gürsoy, D. (2011). *Kuzeyden Güneye Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız*. (4. Baskı). İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Habermas, J. (1983). *Modernity: An Incomplete Project*, in Foster, H. (ed.), *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Washington: Port Townsend, 6.
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Halıcı, N. (2003). *Yemek kitabı; Türk halk mutfağı*. (2.Baskı). İstanbul Kitabevi Yayınları, 36.
- Halıcı, N. (2009). *Türk mutfağı*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık, 40.
- Harper, R. (1950). "The relationship between the mechanical properties of Cheshire cheese and gardsers' judgements". *Dairy Ind.* 15, 407.
- Hatipoğlu, A., ve Batman, O. (2014). "Osmanlı Saray Mutfağı'na Ait Gastronomik Unsurların Günümüz Türk Mutfağı İle Kıyaslanması". *Journal of Travel and Hospitality Management*, 11(2), 62-74.
- Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford and Cambridge: Blackwell, 36-123.
- Hinreiner E.H. (1956). "Organoleptic Evaluation by Industry Panels- the cutting bee". *Food Technology*, 31 (11), 62-67.
- Ho, H. Le, N. H. (2014). The effect of the perception of food quality and risks on Vietnamese Consumer Satisfaction and Consumption, Summer Program in Sensory Evaluation, 4th International Symposium, 25-27 July, Vietnam, 4, 1-15.
- Horner Bracket, R. A. (2011). *Savoring Ideology: An Ethnography of Production and Consumption in Slow Food's Italy*, Doktora Tezi, The University of Iowa, İtalya, 26.
- Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., Zahra, S. A. (2002). "Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale". *Journal of Business Venturing*, 17 (3), 253-273.
- Hornsey, T., Dann, D. (1984). *Manpower Management in The Hotel and Catering Industry*. California: Batsford Publisher.
- Hunter, L. (1980). "Cookery Books: A Cabinet of Rare Devices and Conceits", *Petits Propos Culinaire*, 30.
- Işık, C., Türkmenadağ, T. (2016). "Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi". *Turizm Fakültesi Dergisi*, 70-99.
- Işın, P. M. (2008). "Havyar Hikayesi", *Metro Gastro Dergisi* (Eylül-Ekim, 2008), 47, 100-106.

- Işın, P. M. (2010). *Osmanlı Mutfak Sözlüğü*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 170.
- Işın, P. M. (2017). *Avcılıktan Gurmeliğe Yemeğin Kültürel Tarihi*. Yapı Kredi Yayınları, 21-378.
- Ivanovic, S., Mikinac, K., and Perman, L. (2011). “Molecular Gastronomy in Function of Scientific Implementation in Practice”. *UTMS Journal of Economics*, 2(2), 139-150.
- İbn Battuta, (Ebu Abdullah Muhammed İbn Battuta Tanci), (2004). *Seyahatname*, Haz: A. Sait Aykut, İstanbul: YKY Yayınları, Cilt:1, 407.
- İbn Bibi, (1996). *el-Evamrü'l-Ala'ıye fi'l-Umuri'l-Ala'ıye* (Selçukname), Çev: Mürsel Öztürk, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, Cilt:1, 283.
- İlhan, S. (2013). *Keçiboynuzu katkılı unlu mamüller üretimi*, Mersin Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- İnternet: ABS-CBN, (2016). “Alabang eats: Enderun brings progressive cuisine to the South”, Web: <https://news.abs-cbn.com/life/12/29/16/alabang-eats-enderun-brings-progressive-cuisine-to-the-south>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Adam Chef, (2009). “Molecular Gastronomy V's Progressive Cuisine”, Web: <https://forums.egullet.org/topic/130365-molecular-gastronomy-vs-progressive-cuisine/>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Akyos, M. (2006, Kasım). “Firma Düzeyinde Yenilikçilik (Yenilik) ve Bilgi Yönetimi”. Web: [http://www.sistes.org/know\\_info1.htm](http://www.sistes.org/know_info1.htm), Erişim:09 Kasım 2017.
- İnternet: Broening, J. (2011). “Chef Ian Kleinman’s “techno-emotional cuisine” of dreams”, Web: <https://www.denverpost.com/2011/03/21/chef-ian-kleinmans-techno-emotional-cuisine-of-dreams/>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Drucker, P. F. (1985, Ağustos). “The Discipline of Innovation”. *Harvard Business Review On Point Article*, Web: <http://www.engr.pitt.edu/mac/images-t/articles%20and%20docs/DisciplineofInnovation.pdf>, Erişim Tarihi: 09 Kasım 2017.
- İnternet: (2017, Haziran). “Food Pairing & Sensory Analysisi-Boundless Fascination?”. *DLG Expert Report*, Web: <https://www.dlg.org>, Erişim Tarihi: 26.06.2018.
- İnternet: Durlu Özkaya, F. (2007). “Zeytin hakkında her şey”. E-kitap, Web: <http://www.keyifdunyasi.com/downloads.php>, Erişim Tarihi: 05.07.2018.
- İnternet: Enamourezi J. (2018). “Progressive Cuisine”, Web: <https://www.burpple.com/list/515575/progressive-cuisine>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Handleman, C. (2008). “Techno-Emotional”, Web: <https://notfinedining.wordpress.com/2008/10/30/techno-emotional/>, Erişim Tarihi: 11.12.2018.
- İnternet: <http://www.foodpairing.com>, Erişim Tarihi: 25 Haziran 2018.

- İnternet: Reatars, (2013). “The chef who believes in ‘progressive’ cuisine”, Web: <https://gulfnews.com/food/the-chef-who-believes-in-progressive-cuisine-1.1244494>, Erişim Tarihi: 11.12.2018.
- İnternet: Samancı, Ö. (2018, Ocak), “Geçmişten Günümüze Türk Mutfağı”. Web: <http://www.gurmeuide.com/content.asp?ctID=102&RecID=186>. Erişim Tarihi: 29.01.2018.
- İnternet: Sensoryvalue, (2018). “Techno-Emotional Cuisine and Its Presentation”, Web: <http://www.sensoryvalue.com/en/techno-emotional-cuisine-and-its-presentation/>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Sharma, S. (2016). “With ‘Progressive Indian Cuisine’, Chef Gaggan Anand Is Changing How The World Eats Indian Food”, Web: <https://www.scoopwhoop.com/Chef-Gaggan-Anand/#.geqibuwy2>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İnternet: Türkmen, A. B. (2015, Kasım). “Topyekûn ve Bütünsel Bir Özgürlük Talebi: Veganlığın Felsefesi”. *Gaiga Dergisi*. Web: <https://gaiadergi.com/topyekun-ve-butunsel-bir-ozgurluk-talebi-veganligin-felsefesi/>. Erişim: 23 Kasım 2017.
- İnternet: Zeamer, V. (2017). “At Mugaritz, Going Beyond The Pleasure Principle to Create “Techno-Emotional” Cuisine”, Web: <https://thisismold.com/process/cook/at-mugaritz-going-beyond-the-pleasure-principle-to-create-techno-emotional-cuisine#.XBDIJugzbIV>, Erişim Tarihi: 12.12.2018.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 118.
- İrem, N. (2008). “Cumhuriyet Modernleşmesinin Sınırları ve Bir Sınır Dili Olarak Muhafazakâr Modernite”. *Muhafazakâr Düşünce*, 5(18), 11-32.
- İzgi, Ö. (1986). *Kutluk Bilge Kül Kağan, Böğü Kağan ve Uygurlar*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Jain, A., Rakhi, N. K., Bagler, G. (2015a). “Analysis of Food Pairing in Regional Cuisines of India”. *Plos One*, 2(2015), 1-19.
- Jain A, Rakhi N, Bagler G. (2015b). “Spices form the basis of food pairing in Indian cuisine”. 1–30.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Verso, Durham: Duke University Press, 1-441.
- Jones, F. N. (1958). *Prerequisites for Test Environment, Flavor Research and Food Acceptance*. Reinhold Publishing Corporation, New York, N. Y. 107-111.
- Jones, P. (2005). “The role of the chef in flight catering”. *Tourism and Hospitality Research*, 5(3), 269-271.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikler*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Kanber, S. (2010). *İmalat Sanayinde İnovasyon: Sanayi Kuruluşlarında İnovasyon Aktivitelerinin İnovasyon Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, 1.
- Kanık, İ. (2012). *Seyirlik Yemek: Moderniteden Postmoderniteye Yemeğin Sinematografisi*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 86-94.
- Karabudak, E. (2008). *Vejetaryen Beslenmesi*. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayın No: 726, 7.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Karataş, A., Karabağ, Ö. (2013). “Cittaslow Hareketinde Çevre Eğitiminin Önemi”. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (29), 1-22.
- Kaşgarlı M. (2005). *Divânü Lûgati't-Türk*, (Çev: Seçkin Erdi ve Serap Tuğba Yurtsever), İstanbul: Kabcacı Yayınevi, 452.
- Kaya, D. (2011). *Hızlı Yiyecek Tüketicilerinin Hızlı Yiyecek Tüketme Nedenleri*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin, 16.
- Kayapınar, M. A. (2013). “Modern Siyaset Tasavvurunun Mekanizmacı Arkaplanı”, *Divan Disiplinlerarası Çalışmalar Dergisi*, 18(35), 1-42.
- Kazıcı, Z., ve Şeker, M. (1981). *İslam Türk Medeniyeti Tarihi*, İstanbul: Çağrı Yayınları, 256.
- Kemer, A. K. (2011). *Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 6.
- Kerry, J.P., O’Grady, M.N., Hogan, S.A. (2006). “Past, current and potential utilisation of active and intelligent packaging systems for meat and muscle-based products: A review”. *Meat Science*, 74, 113–130.
- Kesici, M. (2012). “Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kets de Vries, M. (2001). *The Leadership Mystique*, London, Prentice-Hall.
- Kınıkoğlu, M. (2015). *Vegan Beslenme*. (1. Baskı). İstanbul, Oğlak Yayıncılık, 17.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E., ve Sarıışık, M. (2014). “Türk Mutfak Kültürünün Tarihsel Gelişiminde Yaşanan Değişimler”. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 191-210.
- Kilcast, D. (1999). *Sensory techniques to study food texture*, In Food Texture: Measurement and Perception, Ed. A J Rosenthal, Gaithersburg, MD., Aspen, 30–64.
- Klaus, G. G., Soren, B. Lone, B., Elin, S., and Niels, A. N. (1996). *A survey of Danish consumers' purchase of seafood*, Aarhus School of Business. MAPP-report.

- Knight, K. E. (1967). "A Descriptive Model of the Intra-Firm Innovation Process". *The Journal of Business*, 40(4), 478-496.
- Korkmaz, E. (2010). Geçmişten Günümüze Restoranlar: Türkiye’de Restorancılığın Gelişimi, V. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir, 120-130.
- Kortepeter, C. M. (1991). *The Ottoman Turks: Nomad Kingdom to World Empire*. İstanbul: İsis Press, 6.
- Köymen M. A. (1982), *Selçuklular Zamanında Beslenme Sistemi*, Türk Mutfağı Sempozyum Bildirileri, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Közleme, O. (2012). *Türk Mutfak kültürü ve Din*. İstanbul: Rağbet Yayınları, 13.
- Kruger, L. (1996). *Pain and Touch*, San Diego: Academic Press.
- Kuczmarski, T. D. (2003). "Why is innovation? Why aren't companies doing more of it?". *Journal of Consumer Marketing*, 20, 536-541.
- Küçükaltan D., Asatekin G., Oyman M., Bahçe A. S., Gökalp E. vd. (2010). *Kültürel Miras Yönetimi*. (Ed: M. Çakır). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 164.
- Lash, S., and Urry, J. (1994). *Economies of Signs and Space*, London: Sage, 252-277.
- Lee, M., Ulgado, F. M. (1997). "Consumer Evaluations of Fast-Food Services: A Cross-National Comparison". *The Journal of Services Marketing*, 11 (1), 39-52.
- Lane, C. (2010). "The Michelin-starred restaurant sector as a cultural industry: a cross-national comparison of restaurants in the UK and Germany". *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research*, 13(4): 493-519.
- Leonard-Barton, D. (1992). "Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development". *Strategic Management Journal*, 13, 112.
- Levent, O. (2007). *Malatya kayısılarından elde edilen kayısı soslarının fiziksel, kimyasal, uçucu organik bileşikler ve reolojik özellikleri üzerine proses koşullarının etkisi*, İnönü Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Malatya.
- Levinson, D., Christensen, K. (2002). *Encyclopedia of Modern Asia*. (6. Edt). New York: Scribner, 186.
- Levy, P. (1984). *The Official Foodie Handbook*, London: Ebury Press.
- Linden, E., McClements, D.J., and Ubbink, J. (2008). "Molecular Gastronomy: A Food Fad or an Interfare for Science-Based Cooking?". *Food Biophys*, 3, 246-254.
- Liu, C.M., Chen, K. J. (2000). "A Look at Fast Food Competition in The Philippines". *British Food Journal*, 102 (2), 122-133.

- Looney, J. W. (2009). *Assesment and Innovation in Education*. (1.Baskı). Paris: OECD Publishing, 5.
- Lucraft, F. (1999). "Food and Eating in the Bronte Novels", *Petits Propos Culinaires*, 62, 30.
- Machet, J. J. (1803). *Le confiseur moderne*. Paris, 86.
- Manne, T. H., Stiner, M. C., Bicho, N. F. (2005). "Evidence for Bone Grease Rendering During the Upper Paleolithic at Vale Boi", *Proceeding of the IV Congress de Arqueologia Peninsular*, 145-158.
- Manuel, O. (2005). *Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. (3.Baskı). İngiltere: OECD Publishing, 49.
- Mark, G. R., ve Surina, A. (2005). *Food Culture in Russia and Central Asia*, London: Greenwood Press, 97.
- Maviş, F. (2003). *Endüstriyel Yiyecek Üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık, 58.
- Maviş, F. (2005). *Menü Planlama Tekniği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- MEB, (2012). *Duyusal Analiz 541GI0094*, Duyusal Test Teknikleri, Ankara, 4.
- McAdam, D. (1995). "Initiator' and 'Spin-off' Movements: Diffusion Processes in Protest Cycles". Mark Traugott. Durham (Eds.), *Repertoires and Cycles of Collective Action*. N.C. Duke University Press, 217.
- McCormick, P. J. (1990). *Modernity, Aesthetics, and the Bounds of Art*, London: Cornell University Press, 307.
- McWilliams M. (2008). *Foods: Experimental Perspectives*. (6th Ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice-Hall.
- MEGEP (2010). *Duyusal Test Teknikleri*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Meilgaard M., Civille G.V., Carr B.T. (1999). *Sensory Evaluation Techniques*, (3rd edn.) CRC Press, Boca Raton, FL.
- Meilgaard, M. (2007). *Sensory Evaluation Techniques*, CRC Press, 3.
- Menon, L. C. B. (1756). *François Foppens*. Brüksel, 7.
- Mentor, P. (2009). *İnovasyon Yapmak*. (Çev: Melis İnan).İstanbul: Optimist Yayınları, 9.
- Merçil, E. (2000). *Türkiye Selçukluları'nda Meslekler*, Ankara: TTK Yayınları, 50-67.
- Merdol Kutluay, T. (1998). *Tarihten günümüze toplumlar ve beslenme alışkanlıkları. Türk Mutfağı Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, 98-143.

- Merdol Kutluay, T. (2012). *Tarih Öncesi ve Sonrası Dönemlerde Beslenme Uygulamalarında Oluşan Değişimlere Genel Bir Bakış, Beslenme Antropolojisi*, Ankara: Hatipoğlu Yayınları, 160.
- Merriman, J. (1996). *A History of Modern Europe*. (2. Edt). New York: WW. Norton, 670.
- Mevlana, (1960). *Divanı Kebir*, Haz: Abdülbaki Gölpınarlı, İstanbul: İş Bankası Yayınları, Cilt 5, 168-233.
- Mielby, L.H., Frost, M.B. (2010). “Expectations and surprise in a molecular gastronomic meal”. *Food Quality and Preference*, 21 (2): 213–224.
- Morgan, C. (2012). “Modeling Modes of Hunter-Gatherer Food Storage”, *Amerikan Antiquity*, 77(4), 714-736.
- Moritson, O. G., Risbo, J. (2013). “Gastrophysics-Do We Need It?”. *Flavour Journal*, 2(3), 1-2.
- Moryson, F. (1908). *An Itinerary Containing His Ten Yeeres Travell through the Twelve Dominions of Germany, Bohmerland, Sweitzerland, Netherland, Denmarke, Poland, Italy, Turkey, France, England, Scotland&Ireland*. (4.Edt). Glasgow: James MacLehose and Sons, 98.
- Mustafa Ali. (1996). *Halatü'l-Kahire Mine'l-Adati'z-Zahire*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 232.
- Mutluer, N. (2012). *Saray Mutfağı*. İstanbul: Kesişim Yayınları, 12.
- Myhrvold, N. (2013). “The Art in Gastronomy: A Modernist Perspective”. *The Journal of Food and Culture*, 11 (1), 13-23.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler, SPSS destekli uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Naktiyok, A. (2007). “Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 211-230.
- Nasrallah, N. (2007). *Annals of the Caliph's Kitchens*. Ibn Sayyar al-Warrağ's Tenth-Century Baghdadi Cookbook, Leiden: Brill, 558.
- Nesbitt, M., Simpson, J., Svanberg, I. (2010). *History of Rice in Western and Central Asia*. Enfield: Science Publishers, 336.
- Newman, P., Jennings, I. (2008). *Cities Sustainable Ecosystems, Principles and Practices*. Washington, USA: Island Press, 195.
- Norman, J. (1993). “Too Many Cooks...”, *The Guardian*, 2, 14.
- Novero, C. (2010). *Antidiets of the Avant-Garde: From Futurist Cooking to Eat Art*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 12.



- Oberling, G. Smith, G. M. (2001). *Osmanlı Sarayında Yemek Kültürü*, İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları, 28.
- Ojeda, M. Etaio, I. Gil, M. P. F. Albisu, M. Salmeron, J. (2015). "Sensory quality control of cheese: Going beyond the absence of defects", *Food Control*, 51, 371-380.
- Olafsdottir, G. Martinsdottir, E. Oehlenschlager, J. et al. (1997). "Methods to Evaluate Fish Freshness in Research and Industry", *Trends in Food Science & Technology*, ss.258-265.
- Ongan, D., Ersoy, G. (2011). "Vejetaryen Sporcular: Özel Gereksinimleri". *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 261-270.
- Onoğur, T., Elmacı, Y. (2015). *Gıdalarda Duyusal Değerlendirme*, Yayın No: 010-2B. İzmir, ss.9-77.
- Opazo, M. P. (2012). "Discourse as driver of innovation in contemporary haute cuisine: The case of elBulli restaurant". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 1, 82-89.
- Ottensbacher, M. C. and Gnoth, J. (2005). "How to develop successful hospitality innovation". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 46(2): 205-222.
- Oxford English Dictionary. (2002). Oxford University Press.
- Öcal, S. (1985). "Eski Türklerde Yiyecekler", *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 35, 161-213.
- Ögel, B. (1978), *Türk Kültür Tarihine Giriş, Türklerde Yemek Kültürü*, Kültür Bakanlığı Yayınları, İstanbul-Ankara, 1-379.
- Önçel, S. (2015). "Türk Mutfağı ve Geleceğine İlişkin Değerlendirmeler". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 33-44.
- Özcan, A. (1982). "Fatih'in Teşkilat Kanunnamesi ve Nizam-ı Alem İçin Kardeş Katli Meselesi". *Tarih Dergisi*, 45.
- Özçandır, S., Yetim, H. (2010). "Akıllı Ambalajlama Teknolojisi ve Gıdalarda İzlenebilirlik". *Electronic Journal of Food Technologies*, 5 (1), 1-11.
- Özçelik, A. Ö., Akan, L. S. ve Sürücüoğlu, M. S. (2007). "An evaluation of fast food preferences according to gender". *Humanity & Social Sciences Journal*, 2 (1), 43-50.
- Özdamar, K. (2010). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi 1*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdemir, T. (2000). *İstatistiksel Kalite Kontrol*, Ankara: A. Ü. F. F. Döner Sermaye İşletmesi Yayınları, 12-16.
- Özdoğan, O. N. (2014). *Yiyecek İçecek Endüstrisinde Trendler, Kavramlar, Yaklaşımlar, Başarı Hikâyeleri*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 214.

- Özel, K., Durlu Özkaya, F. (2016). “Moleküler Gastronomide Zeytinyağı”. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 49-59.
- Özkan, Ö. (2007). *Divan Şiirinin Penceresinden Osmanlı Toplum Hayatı*. İstanbul: Kitabevi, 630.
- Özleyen, G. (2005). *Fastfood İşletmelerde Tüketici Davranışları Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu, 11.
- Özmen, Ş. Y., Birsen, H., Birsen, Ö. (2016). “Yavaş Hareketi: Çevreden Kültüre Hayatın Her Alanında Küreselleşmeye Başkaldırı”. *İnönü Üniversitesi İletişim Elektronik Dergisi*, 21-37.
- Öztürk, N. (1999). “Osmanlı Dönemi Yemek ve İkram Kültürü”, İçinde: Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Haz: Kamil Toygar, Ankara: THKATV Yayınları, 34.
- Öztürk, N. (1999). *Osmanlı Yemek ve İkram Kültürü, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Yayın No: 23, 29.
- Özyalvaç, A. N. (2013). “Mimarlıkta Modernite Kavramı ve Türkiye”, *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 1, (Bahar), 294-306.
- Pangborn, R. M. (1964). “Sensory Evaluation of Foods: A Look Backward and Forward”. *Food Technology*, 18 (9), 63-67.
- Parr, W. V. Green, J. A. White, K. G. Sherlock, R. R. (2007). “The distinctive flavour of New Zealand Sauvignon blanc: Sensory characterisation by wine professionals”, *Food Quality and Preference*, 18(6), 849–861.
- Pedersen, T., Meyer, C., Nursten, H., Redzepi, R. (2006). “Gastronomy: the Ultimate Flavour Science?”. *Flavour Science: Recent Advances and Trends*, 611-616.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, 19.
- Pereira de Abreu, D. A., Cruz, J. M., Paseiro Losada, P. (2011). “Active and intelligent packaging for the food industry”. *Food Reviews International*, 28, 146–187.
- Peryam, D. R. Pilgrim, F. J. Peterson M.S. (1954). *Food Acceptance Testing Methodology*, Natl. Acad. Sci- Natl. Res. Council., Washington, D.C.
- Pimentel, T.C. Cruz, G. Deliza, R. (2016). “Sensory Evaluation: Sensory Rating and Scoring Methods”, *The Encyclopedia of Food and Health*, 4, 744-749.
- Polo, M. (1871). *The Book of Ser Marco Polo, the Venetian*. (2. Edt). London, 392.
- Price, S. (1997). “The Fasces of The Fast Food Market? The Potential for Consortia in Pizza Home Delivery”. *International Journal of Hospitality Management*, 9(3), 101-109.

- Püsküllüoğlu, A. (2002). *Türkçe Sözlük*. (4.Baskı). İstanbul.
- Quintavalla, S., Vicini, L. (2002). “Antimicrobial food packaging in meat industry”. *Meat Science*, 62, 373–380.
- Rao, H., Monin, P., and Durand, R. (2003). “Institutional change in Toque Ville: Nouvelle cuisine as an identity movement in French gastronomy”. *American Journal of Sociology*, 108(4), 795–843.
- Raviv, Y. (2013). “Food and the Avant-Garde: Eating Art, Interpreting Food”. *Encyclopedia of Food and Agricultural Ethics*, doi: 10.1007/978-94-007-6167-4\_388-4.
- Reindel-kiel, H.(2006), “Soframız Nur Hanemiz Mamur-Osmanlı Maddi Kültüründe Yemek ve Barınak”. S. Faroqhi ve C. K. Neuman (Eds.), *17. Yüzyıl Ortalarında Osmanlı Sarayında Resmi Ziyafetler*. İstanbul: Kitap Yayıncılık, s. 55-109.
- Ritchie, C. (1981). *Food in Civilization: How History Has Been Affected by Human Tastes*. New York: Beaufort Books, 53.
- Ritzer, G. (1996). *The McDonaldization of Society. An Investigation Into The Changing Character of Contemporary Social Life*. New Delhi: Pine Forge Pres, 41-142.
- Robertson, G.L. (2012). *Food Packaging: Principles and Practice*. (3rd ed). New York: CRC Press Taylor&Francis Group, LLC, 2-4.
- Roffle, I. (1999). “Innovation and creativity in organizations: a review of the implications for training and development”. *Journal of European Industrial Trainig*, 23, 224-237.
- Ruiz, J., Calvorra, J., Sanchez del Pulgar, J. ve Roldan, M. (2013). “Science and Technology for New Culinary Techniques”. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 66-79.
- Russ, J. (2011). *Avrupa Düşüncesinin Serüveni-Antik Çağlardan Günümüze Batı Düşüncesi* (Çev:Özcan Doğan), Ankara: Doğu-Batı Yayınları, 116.
- Şakalar, E. (2008). *A molecular genetic approach to the quantitative analysis of processed meat by real-time PCR techniques and rapid identification of the species origin of meats in foodstuff by multiplex PCR*, Fatih Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Salman, H. (2006). XIII-XV. *Asırlar Arasında Orta Asya’da Yetişen Meyveler ve Ekonomik Değerleri*. İstanbul: Meyve Kitabı, 507.
- Samancı, Ç. (2015). “Orta Çağ ve Rönesans Döneminde Mutfak Kültürü”. Hakan Yılmaz ve Alev DüNDAR (Edt.), *Gastronomi Tarihi*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Yayını, 121-123.
- Samancı, Ö. (2008). “İmparatorluğun Son Döneminde İstanbul ve Osmanlı Saray Mutfak Kültürü”. Arif Bilgin ve Özge Samancı (Edt.), *Türk Mutfağı*. Ankara. Kültür Yayını, 199-217.

- Samancı, Ö ve Croxford, S. (2006). *XIX. Yüzyıl İstanbul mutfağı*. İstanbul: PMP Basım Yayın, 19-26.
- Santich, B. (2004). "The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training". *Hospitality Management*, 23 (1), 15-24.
- Sarı, N. (1982). *Osmanlı Sarayında Yemeklerin Mevsimlere Göre Düzenlenmesi ve Devrin Tababetiyle İlişkisi*. Ankara: Milli Folklor Araştırma Dairesi Yayınları, 249.
- Sarooghi, H., Libaers, D., and Burkemper, A. (2015). "Examining the Relationship Between Creativity and Innovation: A MetaAnalysis of Organizational, Cultural, and Environmental Factors". *Journal of Business Venturing*, 30(5), 714-731.
- Sarup, M. (2004). *Post-Yapısalcılık ve Postmodernizm*. (2. Baskı). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 187.
- Sattler, M. (2011). *Excellence in Innovation Management: A Meta-Analytic Review on the Predictors of Innovation Performance*. Gabler Verlag Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, 12.
- Scanlon, N. (1992). *Restaurant Management*. New York: Van Nostrand Reinhold, 5.
- Schiller, H. (1981). *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500*. Norwood, NJ: Ablex, 1-187.
- Schimmel, A. (1974). *Hazreti Mevlana'ya Göre Konya'daki Hayat*. Ankara: Konya Turizm Derneği Mevlana Güldestesi, 48.
- Schmookler, J. (1966). *Invention and Economic Growth*. (1.Baskı). United States of America: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development, with a new introduction by John E. Elliot*. (10.Baskı). MA: Harvard University Press.
- Scott, W. (2001). *Institutions and Organisations*, San Francisco: Sage Press.
- Scott, W. (2004). "Institutional Theory". In Ritzer, G. (Eds.), *Encyclopedia of Social Theory*. Thousand Oaks, CA. Sage Press.
- Sekeran, U. & Bougie, R. (2013). *Research methods for business. A skill-building approach*. West Sussex: John Wiley.
- Serçeoğlu, N. (2014). "Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli Örneği". *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4), 36-46.
- Sestini, D. (1807). *Viaggi e Opuscoli Diversi de Domenico Sestini*. Berlino, 71.
- Sezgi, G., Durlu Özkaya, F. (2016). "Moleküler Gastronomide Zeytin". *Zeytin Bilimi*, 6(2), 111-117.

- Sezgin, M., Ünüvar, Ş. (2011). *Sürdürülebilir ve Şehir Pazarlaması Ekseninde Yavaş Şehir*. Konya: Çizgi Kitapevi, 117.
- Sicimoğlu, A. (2016, Ekim). “Ayhan Sicimoğlu ile Gıda ve İnovasyon’a Dair”. *Derin Dergisi*, İzmir.
- Sidel, J.L. Stone, H. (2006). *Sensory science: methodology*. In Hui, YH (ed). *Handbook of Food Science, Technology and Engineering*. Boca Raton, FL: CRC Press; 57-1–57-24.
- Silici, S. (2005). Balda Duyusal Analiz, *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 39-42.
- Simonetti, L. (2012). “The Idology of Slow Food”. *Journal of European Studies*, 42(2), 168-189.
- Sauner-Leroy, M. H. (2012). “Yemeğin değişken anlamları ve göç”. *Yemek ve Kültür Dergisi*, 27, 100-109.
- Shepard, S. (2000). *Pickled, Potted and Canned: How the Art and Science of Food Processing Changed the World*. New York: Simon&Schuster, 31.
- Shugart, H. A. (2008). “Sumptuous Texts: Consuming "Otherness" in the Food Film Genre”. *Critical Studies in Media Communication*, 25(1), 163.
- Snodgrass, M. E. (2005). *Enchclopedia of Kitchen History*. New York: Taylor&Francies e-Library, 269.
- Solier, D. (2010). “I. Liquid Nitrogen Pistachios: Molecular Gastronomy”. *ElBulli and Foodies*, 13, 155-170.
- Sperber, W.H. (2009). “Introduction to the Microbiological Spoilage of Foods and Beverages”. W.H. Sperber ve M.P. Doyle (Ed), *Compendium of the Microbiological Spoilage of Foods and Beverages*. London, UK. Springer Science + Business Media, LLC; 1-40.
- Stierand, M. and Lynch, P. (2008), “The Art of Creating Culinary Innovations”. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 337–350.
- Stierand, M. (2013). *Gastronomy and Haute Cuisine, Wood*. (1.Baskı). London: RC Key Concepts in Hospitality Management SAGE Publications, 50.
- Stone H., Sidel J.L., (1993), *Sensory Evaluations Practices*, California: Academic Press.
- Stone, H. Sidel, J.L. (2007). *Sensory research and consumer-led food product development*. In MacFie, H (ed), *Consumer-led Food Product Development*. Boca Raton, FL: CRC Press; 307-320.
- Strong, R. (2003). *Feast: A History of Grand Eating*. Londra: Pimlico, 214-284.
- Surlemont, B. ve Johnson, C. (2005). “The role of guides in artistic industries - The special case of the “Star system” in the haute-cuisine sector”, *Managing Service Quality*, 15(6): 577- 590.

- Sürücüoğlu, M. S. (1999). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Mutfak Teşkilatı, Protokol, Tören ve Şenlik Yemekleri*, Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtım Vakfı, Yayın No:23, 49.
- Sürücüoğlu, M. S. (2008). *Selçuklularda Beslenme ve Mutfak Kültürü*, Ankara: Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, 69.
- Sürücüoğlu M.S., ve Akman M. (1998), *Türk Mutfağının Tarihsel Gelişimi Ve Bugünkü Değişim Nedenleri*, Standart, 439, 42-53.
- Sürücüoğlu, M. S. ve Özçelik, A. Ö. (2005). *Eski Türk Besinleri ve Yemekleri. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*.(Cilt:12), Ankara, Birlik Matbaacılık, 7-54.
- Sürücüoğlu, M.S., ve Özçelik, A. Ö. (2015). “Türk Mutfak ve Beslenme Kültürünün Tarihsel Gelişimi”, *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, 1306.
- Svejenova, S., Mazza, C. and Planellas, M. (2007). “Cooking Up Change in Haute Cuisine: Ferran Adrià as an Institutional Entrepreneur”. *Journal of Organizational Behavior*, 28(5): 539-561.
- Şahin, H. (2008), *Türkiye Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mutfağı*, Türk Mutfağı, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 39-55.
- Şanlıer, N., Cömert, M., ve Durlu Özkaya, F. (2012). “Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı”, *Milli Folklor Dergisi*, 24 (94), 152-161.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Şimşek, M.E. (2014). *Moderniteden Postmoderniteye Uzanan Bir Köprü: Zygmunt Bauman*, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 6.
- Takats, S. (1958). *Macaristan Türk Âleminde Çizgiler*. Ankara: Maarif Velaketi, 19.
- Tallab, S. T., Alrazgan, M. S. (2016). “Exploring the Food Pairing Hypothesis in Arab Cuisine: A Study in Computational Gastronomy”. *Procedia Computer Science*, 82 (2016), 135-137.
- Taneri, A. (1978), *Türkiye Selçukluları Kültür Hayatı*, Konya: Bilge Yayınları, 75.
- Tannahill, R. (1988). *Food in History*. (2. Edt). Londra: Penguin, 246-326.
- Tavermier, J. (1977). *A New Relation of The Inner-Part of the Grand Seigneur's Seraglio, Containing Several Remarkable Particulars*. London: Never before Expos'd to Publick View, 92.
- Tayfun, A., Uygur, S. M. (2008). “Öğrencilerin Fastfood (hızlı servis) Restoranlarını Tercih Etmelerinde Etkili Olan Faktörler Üzerine Bir Araştırma”. *Üçüncü Sektör Kooperatifçilik*, 1, 120-131.
- Tezcan, S. (1998). *Bir Ziyafet Defteri*, İstanbul: Simurg Yayınları, 35.

- Tez, Z. (2012). *Lezzetin Tarihi*. İstanbul: Hayy Kitap, 9.
- The Sensory Evaluation Division of the The Institute of Food Technologists, (1981), “Sensory Evaluation Guide for Testing Food and Bevarage Products”, *Institute of Food Tecnology*, 35(11), pp.50-59.
- This, H., (2011). “Molecular Gastronomy in France”. *Journal of Culinary Science&Technology*, 9(3), 140-149.
- Tidd, J., Bessant, J., and Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. (3.Baskı). İngiltere: John Wiley & Sons Ltd., 91.
- Timuçin, A. (2002). *Düşünce Tarihi*. (4.Baskı). İstanbul: Bulut Yayınları, 234.
- Top, S. (2008). *Girişimcilik Keşif Süreci*. (1.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık, 15.
- Toygara, K. (2001). *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar: Türk Mutfağı Hakkında Genel Bilgiler*, Ankara, Yayın No:29, Eylül, 13.
- Toulmin, S. (2002). *Kozmopolis*. (Çev: Hüsamettin Arslan). İstanbul: Paradigma Yayınları, 13.
- Traynor, M. (2013). *Innovative Food Product Development using Moleculer Gastronomy; A Focus on Flavour and Sensory Evaluation, Doctor of Philosophy*, Dublin Institute of Technology, Scholl of Culinary Arts and Food Technology, 3.
- Trepanier, N. (2008), *14. Yüzyıl Anadolu'sunda Yemek Kültürü*, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 62.
- Tsai, L. M. (2006). *Çin Kaynaklarına Göre Doğu Türkleri*, (Çev: Ersel Kayaoğlu ve Deniz Banoğlu), İstanbul: Selenge Yayınları, 174.
- Tuncel M. (2000), *Fast Food (Hızlı Yemek) Sisteminin Türk Mutfağına Uyarlanması ve Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Tunçay Son, G. Y., Bulut, M. (2016). “Yaşam Tarzı Olarak ve Vejetaryenlik”. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.
- Türkdoğan, O. (1997), *Güneydoğu Kimliği: Aşiret Kültür ve İnsan*. (1.Baskı). İstanbul: Alfa Yayınları, 550.
- TÜSİAD, (2003). *Ulusal İnovasyon Sistemi, Kavramsal Çerçeve, Türkiye İncelemesi ve Örnekleri*, Yayın No: TÜSİAD-T2003/10/362, 23.
- Ukers, W. H. (1922). *All About Coffee, The Tea and Coffee Trade Journal Company*. (2. Edt). New York, 102.
- Ural, K. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Uzkurt, C. (2008). *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. İstanbul: Beta Basım Yayım, 29-103.
- Uzunçarşılı, İ. H. (1984). *Anadolu Beylikleri ve Akkoyunlu, Karakoyunlu Devletleri*, Ankara: TTK Yayınları, 249.
- Üner, Emir Hilmi (2019). *Türkiye'deki Coğrafi İşaretleli Peynir Türlerindeki Umumi Tat Yoğunluklarının Belirlenmesi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Ünsal, A. (2011). İstanbul'un Lezzet Tarihi-Geçmişten Günümüze Sofra Sohbetleri ve Evimizin Yemekleri, İstanbul: NTV. 31.
- Üstel, İ., ve Kabatepe, E. (2006). *Kobi'ler ve İnovasyon*. (1.Baskı). İstanbul: Turcab Yayıncılık, 18.
- Wan, D., Ong, C. H., Lee, F. (2005)., "Determinants of Firm Innovation in Singapore". *Technovation*, 25 (3), 262.
- Waugh, D. C. (1999). Selection from the Han Narrative Histories.
- Weber-Lamberdiere, M. (2007). *Die Revolutionen des Ferran Adrià*. Bloomsbury Berlin: Wie ein Katalane das Kochen zur Kunst machte Berlin.
- Weber, M. (1978). *Max Weber On Class And Status, Modern Sociology*, ed., Peter Worsley, Peter Martin and Clyde Mitchell, Middlesex: Penguin Books Ltd.
- Wegner, P. (2003). *A Sociology of Modernity Liberty and Discipline*, London and New York: Routledge, 6.
- Williams, R. (2007). *Anahtar Sözcükler* (Çev. S. Kılıç). İstanbul: İletişim Yayınları, 251.
- Wollstonecroft, M. M. (2011). "Investing the role of food processing in human evolution: a niche construction approach", *Archaeological and Anthropological Sciences*, 141-150.
- Wood, R. C. (1995). *The Sociology of The Meal*. Edingburgh University Press, 20.
- Wright, L. T., Nancarrow C., and Kwok, P. M. H. (2001). "Food taste preferences and cultural influences on consumption", *British Food Journal*, 103 (5), 348-357.
- Wysocki, C., and Wise, P. (2004). "Methods, Approaches, and Caveats for Functionally Evaluating", ed. Kathryn D. Deibler, Jeanine Delwiche, *Olfaction and Chemestesis, Handbook of Flavor Characterization*, 1-41.
- Vanderroosta, M., Ragaerta, P., Devliegherea, F., De Meulenaer, B. (2014). "Intelligent food packaging: The next generation". *Trends in Food Science & Technology*, 39, 47-62.
- Vasary, I. (2007). *Erken İç Asya'nın Tarihi*, (Çev: İsmail Doğan), İstanbul: Ötüken Neşriyat, 24.



- Vatan, A., Zengin, B. (2014). “Çevresel İnovasyon ve Konaklama İşletmelerindeki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği”. *The Journal of Academic Social Science*,2(8), 511-530.
- Vega, C., Ubbink, J. (2008). “Molecular gastronomy: a food fad or science supporting innovative cuisine?”. *Trends in Food Science and Technology*, 19: 372–382.
- Valensi, L. (1994). *Venedik ve Bab-ı Ali: Despot’un Doğuşu*. (Çev: A. Turgut Anyas). İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 100.
- Yamaç, K. (2001). “Nedir Bu İnovasyon”. *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*, 1(3), 6.
- Yaman, H. B. (2007). *Tüketicilerin Hazır Yemek Tüketim Alışkanlıklarında Küreselleşmenin Etkileri ve Konuya İlişkin Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 1.
- Yar, H. S. (2008). *Osmanlı Sarayında Mutfak Kültürü ve Sofra Gelenekleri*, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 7.
- Yaralı, E. (2017). *Gıdalarda Duyusal Analiz*, Ders Notu, 30.
- Yargeliyeva, A. (2011). *Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yerel Mutfağı Yeri: Uralsk Bölgesi’ndeki Restoranlar Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 62.
- Yasa, A. (1998). Selçuklu Dönemi Konya’ında Şehrin Yeşil Dokusu. *Vakıflar Dergisi*, 65-74.
- Yerasimos, M. (2002). *Sultan Sofraları- 15. ve 16. yüzyılda Osmanlı Saray Mutfağı*. İstanbul: Boyut Yayıncılık, 136.
- Yerasimos, M. (2005). *500 Yıllık Osmanlı Mutfağı*. İstanbul: Boyut Yayıncılık, 36.
- Yıldırım, M. (2009). Modernizm, Postmodernizm ve Kamu Yönetimi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 380-397.
- Yılmaz, H. (2003). *Yenilik (İnovasyon) Yeni Ekonomi ve Rekabet*. (1.Baskı). Ankara: Rekabet Kurumu, 33.
- Yılmaz, H., Bilici, S. (2013). “Yemeğin Kimyası: Moleküler Gastronominin Dünyü, Bugünü ve Yarını”. *Jotags Dergisi*, Sayı: 1(4), 20-25.
- Yost, V. A., Popper, A. N., and Fay, R. R. (1993). *Human Psychophysics*, New York: Springer-Verlag.
- Yönet, H. N. (1997). *Bir Dağıtım Sistemi Olarak Franchising*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 48.
- Yücel, Y. (1991). *Anadolu Beylikleri Hakkında Araştırmalar*, (1.Baskı). Ankara: TTK Yayınları, 183.

Zachariadou, E. (1983). *Trade and Crusade: Venetian Crete and the Emirates of Menteshe and Aydin (1300-1415)*. Venedeik, 134.

Zaleznik, A. (1977). *Managers and Leaders: Are They Different?*. (1. Baskı). Harvard Business Review, 47–60.







**EKLER**

### EK-1. Eşleştirilmiş kıyaslama testi ölçeği örneği

Duyusal Özellikler	A örneği	B örneği
<b>Optik Etkiler (Görme)</b> Size verilen her iki örneği “görünüş” açısından değerlendiriniz.		
<b>Olfaktorik Etkiler (Koklama)</b> Size verilen her iki örneği “koku” açısından değerlendiriniz.		
<b>Gastatonik Etkiler (Tatma)</b> Size verilen her iki örneği “tat” açısından değerlendiriniz		
<b>Haptik Etkiler (Dokunma)</b> Size verilen her iki örneği “doku” açısından değerlendiriniz (Sertlik-yumuşaklık, ağızda sıvaşma/yapışma, dağılma/ufalanma gibi dokusal özellikler açısından değerlendiriniz).		
<b>Haptik Etkiler (Dokunma)</b> Size verilen her iki örneği “genel beğeni düzeyi” açısından değerlendiriniz.		

### Hedonik Skala (Beğeni) Ölçeği Örneği

HEDONİK SKALA TESTİ	
Panelistin Adı-Soyadı:	Tarih:
Yemek Adı:	Saat:
<b>Örnek: A</b>	<b>Örnek: B</b>
<input type="radio"/> Çok beğendim <input type="radio"/> Beğendim <input type="radio"/> Ne beğendim ne beğenmedim <input type="radio"/> Beğenmedim <input type="radio"/> Hiç beğenmedim	<input type="radio"/> Çok beğendim <input type="radio"/> Beğendim <input type="radio"/> Ne beğendim ne beğenmedim <input type="radio"/> Beğenmedim <input type="radio"/> Hiç beğenmedim
Yorum:	Yorum:

### Kalite Kriterleri Bağlamında Duyusal Değerlendirme Ölçeği

		Yok (Mat)	Yetersiz	Kabul Edilir	İyi	Var (Parlak)
<b>GÖRÜNÜŞ</b>	Şekil					
	Yüzey Parlaklığı					
<b>DOKU</b>	Sertlik (olağan dışı)	Yok	Yetersiz	Kabul Edilir	İyi	Var
	Çiğnenebilirlik					
	Yumuşaklık (olağan dışı)					
<b>KOKU-AROMA</b>	Hoş Koku	Yok	Çok Az Var	Var	Biraz Fazla Var	Çok Fazla Var
	İstenmeyen Koku					
		Kötü	Biraz Kötü	Normal	İyi	Çok İyi
<b>LEZZET</b>	İstenmeyen Tat (Çok fazla/hiç yok)					
	Ağızda Bıraktığı His					
	Boğazda Bıraktığı His					
	Tat Sonrası İzlenim					



### EK-3. 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Marmara Bölgesi

Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kabak	2	Adet	
Soğan	1	Adet	Piyaz
Domates	1/2	Adet	
Sarımsak	2	Diş	
Zeytinyağı	3	Yemek Kaşığı	
Defne Yaprağı	1	Adet	
Maydanoz	2	Kaşık	Doğranmış
Sivribiber	1	Adet	Brunoise
Tuz	1	Tutam	Tutam
Su	1/2	Çay Bardağı	
Domates Salçası	1	Tatlı Kaşığı	

Uygulanışı:

- Önce kabakların baş ve saplarını kesin, boyuna çizikler atın, boyuna ikiye bölün ve kabakların içini zedelemeyen boşaltın yani oyun.
- Kızgın yağda bir dakika kızartın, daha sonra kabakları havlu kâğıda alın.
- Soğanları piyaz şeklinde domatesleri küp küp doğrayın, sarımsakları dörde bölün.
- Biberleri ince ince kıyın. Soğan, sarımsak, defneyaprağını tavaya alın ve soteleyin domatesi ilave edin, suyunu salıp çekene kadar soteleyin, daha sonra sotelenmiş harcı kabaklara paylaşın ve tepsiye dizin.
- Domates salçası ve su ile bir sos hazırlayın.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Sosu ilave ettikten sonra 180 c deki fırında 20-25 dakika pişirin.
- Fırından çıktıktan sonra küçük küpler halinde doğranmış beyaz peynirleri ilave ederek servis edin.

#### Zeytinyağlı ve Peynirli Kabak Bayıldı (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Soğan	1	Adet	Piyaz
Sarımsak	3	Diş	İnce dilimlenmiş
Dolmalık fıstık	2	Yemek kaşığı	
Badem	2	Yemek kaşığı	Dilimlenmiş
Vişne	10	Adet	
Sivribiber	1	Adet	Brunoise
Domates	1	Adet	Brunoise
Zeytinyağı	2	Yemek kaşığı	
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce dilimlenmiş
Yumurta	2	Adet	Beyazı ve sarısı ayrı
Sarımsak	2	Diş	İnce dilimlenmiş
Tuz	1	Çay kaşığı	
Taze soğan	2	Dal	İnce dilimlenmiş
Un	1	Çay bardağı	
Nişasta	1	Su bardağı	
Kabak	1	Adet	Yuvarlak vichy
Hellim peyniri	100	Gr	Kızartılmış
Sıvıyağ	Yeterince		



**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

## Uygulama:

- Öncelikle fri hamuru hazırlıyoruz, yumurta beyazlarını ayırıyoruz ve kar gibi bir mereng olana kadar çırpıyoruz.
- Sonra bir kaptan un, nişasta, yumurta sarısı, tuz, sarımsak ve merengimizi birleştirerek karışımımızı hazırlıyoruz.
- Kabaklarımızı vichy şeklinde dilimliyoruz ve karışımımıza batırarak önceden kızdırılmış yağda kızartıyor ve kağıt havlu üzerine alıyoruz.
- Bir tavaya sıvıyağımızı alarak ısıtıyoruz. Sırasıyla soğan, sarımsak, sivri biber, domates, badem dolmalık fıstık, vişneleri ilave ediyor ve soteliyoruz ve son olarak maydanozları ilave ederek pişirme işlemini tamamlıyoruz.
- Yağsız bir tavada hellim peynirlerini arkalı önlü kızartıyoruz.
- Tabaklama işlemine tabağın tabanına kabakları koyarak başlıyoruz, üstüne harcımızdan koyuyoruz sonra tekrar kabaklar olarak devam ediyoruz, en üste hellim peynirleri ve taze soğan dilimlerini koyarak bitiriyoruz.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi****Ballı Mahmudiye (Geleneksel)**

MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Tavuk	1/2	Adet	
Tereyağı	25	Gr	
Soğan	1/2	Adet	Piyaz
Hardal	1/2	Çay kaşığı	
Bal	1/2	Yemek kaşığı	
Kuru kayısı	8	Adet	
Badem	25	Gr	
Kuru üzüm	20	Gr	
Su	1/2	Su bardağı	
Tuz-karabiber	1 er	Tutam	

**Uygulanışı:**

- Tavuk etini büyük parçalar halinde kesin.
- Soğanı piyaz, şeklinde doğrayın ve az tereyağında kavurun etleri ilave edin iki dakika soteleyin.
- Kayısı, üzüm, bal, hardal, tuz, karabiber ilave edin.
- Su ilave edin, önce yüksek sonra kısık ateş suyunu çekene kadar pişirin.
- Sıcak suda beklemiş soyulmuş bademleri tereyağında rengi değişene kadar kavurun.
- Tavuk etlerinin üstüne serpererek servis edin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Ballı Mahmudiye (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Tavuk Göğsü	1	Adet	İnce fileto ve fars için 50 gr parça
Bal	2	Yemek kaşığı	
Hardal	2	Yemek kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Sarımsak	2	Diş	İnce dilimlenmiş
Kuru üzüm	20	Adet	
Kuru kayısı	5	Adet	Brunoise
File badem	2	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Dolmalık fıstık	2	Yemek kaşığı	
Tereyağı	2	Yemek kaşığı	
Sıvı yağ	2	Yemek kaşığı	
Krema	100	Gr	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	

#### Uygulama:

- Tavukgöğsü ince açılarak fileto yapıldı ve bir miktarda fars için ayrıldı
- Açılmış tavukgöğsünün üzerine bir miktar hardal ve bal sürülerek dinlenmeye alındı.

#### Fars:

- Rondoda 50 gr Tavuk göğsü, bal, hardal, tuz, karabiber, çekilerek macun hazırlandı.

#### Krema sos:

- Krema, bal, hardal, tuz, karabiber, karıştırılarak sos hazırlandı.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Isıtılmış tavaya tereyağı ve sıvıyağ konularak sırasıyla soğan, sarımsak sotelendi üzerine kuru üzüm kuru kayısı, file badem, dolmalık fıstık, hardal, bal ve bir miktarda su ilave edilerek kısık ateşte pişmesi sağlandı.
- İnceltilmiş göğüs üzerine öncelikle farsımızı sürerek yayıyoruz sonra üzerine hazırladığımız iç harcı yayıyoruz bir sıtrec yardımıyla tavuğumuzu rulo yapıp açılmaması için kürdanlarla tutturuyoruz.
- 180 oC’de üstü kızarana kadar pişiriyoruz.
- Son olarak 10 dakika dinlendirip ikiye bölerek porsiyonluyoruz ve tabaklıyoruz üzerine krema sosumuzu gezdirerek servis ediyoruz.

#### İshakiye Helvası (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Süt	375	ml	
İrmik	90	Gr	
Yumurta	2.5	Adet	
Damla sakızı	1	Parça	
Toz badem	40	Gr	
Limon	1/4		
Su	1	Bardak	
Şeker	125	Gr	
File fıstık	1/2	Çay bardağı	

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Uygulanışı:

Bir tencereye su ve şekeri koyun kaynatın limon suyunu ilave edin ocaktan al.

- Süt irmik ve dövülmüş sakızı bir tencerede karıştırarak pişirin ve ocaktan alın.
- Karışım soğuyunca yumurtaları tek tek ilave ederek karıştırın.
- Daha sonra yağlanmış bir tepsiye harcı düzgünce dökün ve yayın üzerine toz bademleri serpiştirin.
- 200 c de ısıtılmış fırına verin ve 35dakika pişirin.
- Piştikten sonra ılık şerbeti ılık şerbeti üzerine gezdirin, şerbet çekince file fıstık serpererek servis edin.

İshakiye Helvası (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Süt	375	Gr	
İrmik	90	Gr	
Yumurta	1	Adet	
Damla sakızı	1	Parça	Dövülmüş
Toz badem	40	Gr	
Limon suyu	1	Yemek kaşığı	
Su	1	Su bardağı	
Şeker	125	Gr	
File badem	50	Gr	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Kakao	15	Gr	
Kuru dut	100	Gr	Dilimlenmiş
Yumurta beyazı	100	Gr	
Şeker	200	Gr	
Krema	100	Gr	
Şeker	100	Gr	
Tereyağı	1	Yemek kaşığı	

Uygulama:

Şerbet:

- Bir tencerede şeker, su ve limon suyunu kaynatarak şerbetimizi hazırlıyoruz.

Karamel sos:

- Şekeri bir tavada karıştırmadan eriyerek renginin değişmesini sağlıyoruz.
- Üzerine kremayı döküyoruz, hafif kaynayınca üzerine tereyağını dökerek parlatıyoruz.

Tatlı hamuru:

- Süt, irmik, damla sakızı, kuru dut, ve kakaoyu bir tencerede karıştırarak pişiriyoruz.
- Karışım soğuyunca yumurtayı ilave ederek karıştırıyoruz.
- Yağlanmış tepsiye harcı bir forma yardımıyla basıyoruz üzerine toz badem ve file bademle kapatarak fırına veriyoruz.
- 180 derecede 30 dakika pişiriyoruz.
- Tatlı pişerken mikserle 100 gr yumurta beyazı ve 200 gr şeker ilavesiyle şekerli bir mereng hazırlıyoruz.
- Tatlı fırından çıkınca ılık olan şerbetimizi üstüne gezdiriyoruz, hazırladığımız merengi yıldız uçlu sıkma torbasına alıyoruz.
- Tabaklamada hazırlamış olduğumuz karamel sosumuzu tabağın tabanına yayıyoruz, üstüne tatlımızı koyuyoruz ve hazırlamış olduğumuz merengimizi sıkma torbamızla sıkıyoruz ve pürmüzle yakarak servis ediyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Ege Bölgesi

Kirde Kebabı (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kuzu eti	250	Gr	Kuşbaşı
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Domates	1/2	Adet	Brunoise
Salça	1	Tatlı kaşığı	
Zeytinyağı	2	Yemek kaşığı	
Karabiber	1	Tutam	
Tuz	1	Tutam	
Yoğurt	1	Su bardağı	

Krep

Yumurta	1	Adet	
Un	1 bardaktan biraz az		
Su	1/2	Su bardağı	
Süt	1/2	Su bardağı	
Tuz	1	Tutam	
Sıvıyağ	Yeterince		

Uygulanışı:

- Sebzeleri brunoise doğrayın.
- Etleri tavada kavurun, sebzeleri ilave edin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Hazırladığımız kreplerin üzerine kat kat malzeme dökerek kreplerden kat yapalım.
- Üzerine yoğurt ilavesi ve ayırdığımız sostan ilave ederek servis yapın.

Krep:

- Unu süt suyu çırpalım.
- Yumurtayı ekleyin çırpalım.
- Teflon tavaya çok az yağ dökün.
- Yağlı tavaya bir kepçe krep dökün ve yayın.
- Her iki tarafını hafif kızartın.

Kirde Kebabı (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	1	Su bardağı	
Yumurta	1/2	Adet	
Tereyağı	1,5	Yemek kaşığı	
Kabartma tozu	1/2	Paket	
Tuz	1/2	Çay kaşığı	
Patlıcan	2	Adet	Közlenmiş
Kuzu kuşbaşı	125	Gr	Küçük kuşbaşı
Kereviz sapı	1	Adet	İnce doğranmış
Arpacık soğan	10	Adet	İkiye bölünmüş
Domates	1	Adet	Konkase dilimli
Sarınsak	2	Diş	İnce doğranmış
Domates salçası	1	Yemek kaşığı	
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Biberiye	1	Dal	İnce doğranmış



**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Dolmalık fıstık	1	Yemek kaşığı	Kavrulmuş
Worcestershire sos	1	Yemek kaşığı	
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Soya sosu	2	Yemek kaşığı	
Bal	1	Yemek kaşığı	
Sıvı yağ	2	Yemek kaşığı	
Süzme yoğurt	2	Yemek kaşığı	
Taze nane	1	Yemek kaşığı	İnce doğranmış

Uygulama:

Pankek hamuru:

- Öncelikle patlıcanlar ocakta közlenir. Kabukları soyularak iç kısmı alınır ve soğutulur.
- Un yumurta erimiş tereyağı, kabartma tozu, tuz ve közlenmiş ve zırhlanmış patlıcan büyük bir kaba alınarak yumuşak dökülecek kıvamda bir hamur hazırlanır.

Et marinasyonu:

- Bir kapta kuzu etleri, worcestershire sos, fajita baharatı, soya sosu, bal ve sıvıyağ karıştırılarak marine edilir, yarım saat dinlendirilir.

Yemek harcını hazırlanması:

- Önce, dolmalık fıstıklar rengi değişene kadar zeytinyağında kavrulur, bir kenara alınır.
- Aynı tavada, zeytinyağında marine edilmiş kuzu etleri kavrulur ve kâseye alınır.
- Aynı tavada, zeytinyağı, arpacık soğan ve sarımsaklar sotelenir. Kereviz sapı, salça ve domatesler ilave edilerek sotelemeye devam edilir.
- Son olarak biberiye, etler ve fıstıklar ilave edilerek pişirme tamamlanır.

Pankek pişirilmesi:

- Tavaya bir kaşık zeytinyağı dökülür ve ısıtılır.
- Yuvarlak bir kalıp yardımıyla pankek hamurundan bir kepçe alınarak kalıba dökülür.
- Arkalı önlü kızarana kadar pişirilir. Pişen hamurlar kâğıt havlu üzerine alınır.
- En son tabaklama işlemine geçilir, ilk pankekle başlayarak aralarına etli harçtan konur son olarak süzme yoğurtla karıştırılmış nane sosla servis edilir.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Ekmek Dolması (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL	MALZEME ADI
Yuvarlak ekmek	1	Adet		
Kıyma	300	Gr		
Soğan	2	Adet	Brunoise	
Tereyağı	2	Kaşık		
Zeytinyağı	2	Kaşık		
Maydanoz	1/2	Demet	Doğranmış	
Biber salçası	1/2	Kaşık		
Tuz, k. biber p.iber, nane kimyon	1 er	Tutam		
Ceviz	1	Çay bardağı	Doğranmış	
Domates salçası	1/2	Kaşık		

#### Uygulanışı:

- Bayat ekmeğin üstünü kesin bir kapak açın, ekmek bayat olmalı
- İçini boşaltın.
- Kıymayı bir tavaya alalım suyunu çeksin.
- Üzerine zeytinyağını ilave edip doğranmış soğanları koyalım, kavuralım üzerine salçaları ilave edelim kavurmaya devam edelim.
- Bahırları ilave edelim, cevizi ekmek içini ve en son maydanozları ilave edelim.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Biraz soğuduktan sonra harcı ekmek içine dolduralım.
- Kapağını kapatalım.
- Tencerenin içine bir kap oturtalım içine su koyun, ekmek suya değmeyecek şekilde yerleştirin.
- 35-40 dakika kapalı olarak buharda pişirin.
- Servis edin.

#### Ekmek Dolması (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Yumurta	2	Adet	
Yoğurt	3	Yemek kaşığı	
Zeytinyağı	1	Çay bardağı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Un	2,5	Bardak	
Tereyağı	10	Gr	
Bonfile	150	Gr	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Tereyağı	1	Yemek kaşığı	
Zeytinyağı	1	Yemek kaşığı	
Maydanoz	2	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Biber salçası	1/2	Tatlı kaşığı	
Domates salçası	1/2	Tatlı kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pulbiber	1	Çay kaşığı	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Kuru nane	1	Çay kaşığı	
Kimyon	1	Çay kaşığı	
Ceviz	50	Gr	İnce doğranmış
Teriyaki sos	1	Yemek kaşığı	
Soya sosu	2	Yemek kaşığı	
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Worcestershire sos	1	Tatlı kaşığı	
Sıvı yağ	2	Yemek kaşığı	
Susam	1	Tutam	
Mavi haşhaş	1	Tutam	
Süzme yoğurt	1	Yemek kaşığı	

**Uygulama:****Hamur:**

- Tereyağı haricindeki tüm malzemeler büyük bir karıştırma kabına alınır, yumuşak bir hamur olacak şekilde yoğrulur ve dinlenmeye bırakılır.

**Et marinasyonu:**

- Önce bonfile et küçük küçük kesilir ve büyük bir bıçak veya zırh ile zırhlılır.
- Daha sonra teriyaki sos, soya sosu, fajita baharatı, worcestershire sos ve sıvıyağdan oluşan bir sosa yatırılır ve yarım saat orada bekletilir.

**Dolma içi:**

- Marine edilmiş etler zeytinyağı ve tereyağının olduğu bir tavada sotelenir.
- Daha sonra etler bir tabağa alınır.
- Aynı tavada soğanlar, biber, domates salçası, ceviz sotelenir bütün baharatlar ilave edilerek biraz daha sotelenir.
- Daha sonra etler bütün malzemelerle birleştirilerek biraz daha pişirilir.
- En son maydanozlarda ilave edilerek pişirme tamamlanır.
- Daha sonra dinlenmiş olan hamurumuzu kalıp olarak kullanacağımız kabı tereyağıyla yağlayarak kalıba döküyoruz.
- İç harçla kalıba dökmediğimiz hamurun içini etli iç harçla doldurup üstünü hamurdan yaptığımız kapakla kapatıp fırına veriyoruz.
- Önce tersten 180 derece 15 dakika pişiriyoruz.
- Daha sonra ters çevirip üstünü yağlayıp mavi haşhaş ve susam ilave ederek 15 dakika daha pişiriyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Bir kâsede kuru nane, kekik, kırmızı pul biber karıştırıyoruz.
- Ve yemeğimizi yoğurt sosuyla tabaklayarak servis ediyoruz.

#### Gerdan Tatlısı (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kuzu gerdan	1	Adet	
Kuru kayısı	30	Adet	
Kuru erik	30	Adet	
Çubuk tarçın	2	Adet	
Karanfil	6	Adet	
Damla sakızı	2	Paket	
Badem	1	Bardak	Soyulmuş
Çam fıstığı	1/2	Bardak	
Toz şeker	4	Bardak	

#### Uygulanışı:

- Önce gerdanın yağlarını ayıklayın, tencerede kaynayan suya atın, önce orta sonra kısık ateşte pişince suyunda soğumaya bırakın.
- Soğuyunca etleri kemiklerinden ayırın, lif lif ayıklayın, bir tencereye koyun, gerdan suyundan koyarak kısık ateşte kaynamaya bırakın.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- 24 saat suda beklemiş kayısı ve kuru erikleri tencereye atın, tahta kaşıkla karıştırarak yumuşatın.
- Su eksilirse ilave ederek meyveler yumuşayınca tarçın çubuğu, karanfil, ayıklanmış badem, kavrulmuş çam fıstığı ve toz şekeri ilave edin.
- Karıştırarak eritin, şekerle dövülmüş çam sakızını ilave edip piştikten sonra ocağı kapatın, servis yapmadan önce ısıtın.

#### Gerdan Tatlısı (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	2	Bardak	
Pudra şekeri	1	Yemek kaşığı	
Tereyağı	120	Gr	Soğuk
Yumurta	1	Adet	
Vanilya	1	Paket	
Tuz	1	Tutam	
Jelatin	5	Yaprak	Soğuk suda beklemiş
Kuzu gerdan	1	Adet	Suda haşlanmış tiftik
Kuru kayısı	10	Adet	Brunoise
Kuru erik	10	Adet	Brunoise
Çubuk tarçın	1	Adet	
Karanfil	5	Adet	
Damla sakızı	1	Adet	Dövülmüş
Badem	10	Adet	Zar ayıklanmış kavruk
Çam fıstığı	2	Yemek kaşığı	Kavurulmuş
Şeker	1	Bardak	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Uygulama:

Tart hamuru:

- Büyük bir kaba un, pudra şekeri, tuz, yumurta ve soğuk tereyağı alınarak sert ve pürüzsüz bir hamur yapılır.
- Bu hamur buzdolabında dinlendirilirse daha iyi sonuç verir.

Üst dolgu:

- Önce gerdan pişene kadar haşlanır, soğumaya bırakılır.
- Soğuyunca tiftiklenir.
- Bir tencereye et suyundan konur ve içine kuru meyveler atılarak yumuşamaları sağlanır.
- Daha sonra çubuk tarçın, karanfil, bademler, çam fıstığı, damla sakızı ve şeker ilave edilerek pişirmeye devam edilir.
- Pişme devam ederken beş adet jelatinin yumuşaması beklenir.
- Yumuşadıktan sonra jelatinler üst dolguya ilave edilerek ocak kapatılır ve soğuması beklenir.
- Bu arada soğuyan tart hamuru merdane yardımıyla açılarak tart kalıbı büyüklüğüne getirilir.
- Bu tart hamuru kalıba döşenerek üstlerine kabarmasını önlemek için çatalla delikler açılır.
- Hamurun üzerine yağlı kâğıt ve fasulye konarak ön pişirme yapılır. Daha sonra kâğıt ve fasulyeler alınarak ana pişirmeye geçilir. Tart hamuru ve üst dolgu ılındıktan sonra tartın üstüne dökülür.
- Tart buzdolabına alınarak soğuması sağlanır.
- Son olarak tabaklama yapılarak servis edilir. NOT: Fırın ısısı 180 derece 30 dakika.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Akdeniz Bölgesi

Cive (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Soğan	1/2	Adet	
Sarımşak	2	Diş	
Zeytinyağı	2	Kaşık	
Domates	1/2	Adet	
Pirinç	1/4	Çay bardağı	
Patlıcan	1.5	Adet	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Maydanoz	1/2	Demet	

Uygulanışı:

- Soğanı küp küp doğrayın.
- Sarımsakları ince doğrayın.
- Zeytinyağını tavada ısıtın, soğan ve sarımsakları ilave edin.
- Pirinci bol suda yıkayın, dilimlenmiş ve alaca soyulmuş patlıcan ve rendelenmiş domatesi ekleyin.
- Tuz ilave ederek karıştırın, kısık ateşe alın
- Pirinç ve patlıcanlar pişene kadar kontrol edin.
- Üstüne kıyılmış maydanozu ilave ederek servis yapın.



### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Cive (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kinoa	100	Gr	Haşlanmış
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Domates	1	Adet	Brunoise
Domates salçası	1/2	Yemek kaşığı	
Sarımsak	2	Diş	İnce kıyılmış
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Patlıcan	1	Adet	Dilimli
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Zeytinyağı	2	Yemek kaşığı	
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce kıyılmış

Uygulama:

- Önce küçük bir tencerede kinoaları haşlıyoruz.
- Patlıcanları alacalı soyuyoruz ve ince dikdörtgen şeklinde dilimliyoruz, daha sonra arkalı önlü fırça yardımıyla yağıyor üzerine fajita baharatı serpererek kurutmak amacıyla mikrodalga fırına veriyoruz.
- Bir tavaya zeytinyağı ilavesiyle sırasıyla soğan ve sarımsağı soteliyoruz daha sonra domates salçası domatesler, tuz, karabiber, pul biber ve en son maydanozları ilave ederek pişirme işlemini bitiriyoruz.
- Son olarak haşlanmış olduğumuz kinoalarıda ilave ederek karıştırıyoruz.
- Tabaklama işleminde yemeğimizi tabağın ortasına yerleştirip patlıcan Çıtırılarını ilave ederek servis ediyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Firigya Dolması (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Dolmalık biber	6	Adet
Zeytinyağı	1	Kaşık
Domates salçası	1	Tatlı kaşığı
Sarımsak	1	Diş
Pul biber	1	Tatlı kaşığı
Yer fıstığı	1/2	Çay bardağı
Tuz-karabiber	1	Tutam
Kıyma	200	Gr
Sıvıyağ	Yeterince	
Yumurta	1	Adet
Un	1	Bardak
Galetu unu	1	Bardak

#### Uygulanışı:

- Tavaya zeytinyağını koyun, tava ısınınca kıymayı ilave edin ve kavurun.
- Daha sonra sarımsak yer fıstığı salça ve baharatları ilave edin ve kavurun.
- Biberlerin baş kısımlarını kesin.
- Hazırlanmış olduğumuz harcı biberlere doldurun kapaklarını üstlerine kapatın.
- Daha sonra biberler önce yumurta sonra una sonra tekrar yumurta ve en son galeta ununa batırıp kızgın derin yağda kızartın.
- Servis edin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Firigya Dolması (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Antrikot	150	Gr	Zırhlanmış
Tereyağı	1	Yemek kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Sarımsak	2	Diş	İnce doğranmış
Dolmalık fıstık	2	Yemek kaşığı	
Yer fıstığı	2	Yemek kaşığı	Dilimlenmiş
Siracha sos	1	Yemek kaşığı	
Teriyaki sos	1	Yemek kaşığı	
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Kapya biber	3	Adet	Közlenmiş zarı ayıklanmış
Hardal	1	Yemek kaşığı	
Taze biberiye	1	Dal	Yaprakları ayıklanmış
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Yoğurt	4	Yemek kaşığı	
File Antepfıstık	1	Yemek kaşığı	
Zeytinyağı	1	Yemek kaşığı	
Antrikot	50	Gr	Fars için
Krema	2	Yemek kaşığı	Fars için

Uygulama:

Fars:

- Bir rondo yardımıyla 50 gr antikot, 2 yemek kaşığı krema, karabiber ve bir tutam tuzu rondo yardımıyla çekip macun haline getiriyoruz.
- Kapya biberleri közleyip zarlarını temizliyoruz.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

- Yoğurdu güzelce çırpıyor ve sifon adlı mutfakta köpük yapmakta kullanılan ekipmana dolduruyoruz.
- Bir tavada tereyağı ve zeytinyağını eritiyoruz soğan sarımsakları soteliyoruz daha sonra zırhlanmış etimizi ilave ediyoruz onuda soteliyoruz sırasıyla yer fıstığı dolmalık fıstık siracha sos teriyaki sos fajita baharatı hardal biberiye tuz karabiberi ilave ediyor sotelemeye devam ediyor pişirmeyi bitiriyoruz.
- Film streçimizi tezgâha yayıyoruz üzerine közlenmiş dilimlenmiş kapy biberlerimizi a4 kâğıt büyüklüğünde boşluk kalmayacak şekilde tabaka haline getiriyoruz.
- Önce üstüne fars karışımımızı, daha sonra harcımızı koyarak, streç yardımıyla yuvarlayarak kalın sosis formuna getiriyoruz. Üzerine bir katta alüminyum sararak onuda kalın sosis formuna getiriyoruz.
- Bu sosis formunu tencerede kaydattığımız suyun içine koyarak pişene kadar haşlıyoruz.
- Tabaklama işlemine geçerek önce haşlanmış olan dolmalarımızı ikiye bölerek tabağa yerleştiriyoruz. Dolmaların iki kenarına sifonla, yaptığımız yoğurt köpüğü etrafına file fıstık ve zeytinyağı gezdirerek servis ediyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Şilofta (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	1	Bardak	
Su	Yeterince		
Tuz	1	Tutam	
Su	Yeterince		
Şeker	3/4	Bardak	
Tereyağı	2	Kaşık	
Tarçın	1	Adet	Çubuk
Tarçın	1	Çay kaşığı	
Karanfil	1	Tatlı kaşığı	
Ceviz	1/2	Bardak	Kıyılmış
Susam	1/4	Bardak	

Uygulanışı:

- Un tuz ve yeteri kadar suyu bir kaba alın.
- Sert hamur elde edilecek şekilde yoğurun, hamuru 30 dakika dinlendirin.
- Hamuru unlanmış tezgâhta 2 mm kalınlık da olacak şekilde erişte biçiminde kesin.
- Çorbası için suyu kaynatın hamurları içine atın.
- Şekeri, tereyağını, çubuk tarçını, karanfili ilave edin.
- Erişteler yumuşayana kadar pişirin, gerekirse su ilave edin.
- En son kalan malzemeleri ilave edin ve toz tarçın serpererek servis edin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Şilofta (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	1	Su bardağı	
Su	Yeterince		
Tuz	1/2	Çay kaşığı	
Tarçın	1/2	Çay kaşığı	
Sıvıyağ	Yeterince		
Tereyağı	1	Yemek kaşığı	
Ceviz	10	Adet	Dilimlenmiş
Susam	2	Yemek kaşığı	
Şeker	100	Gr	
Limon	1	Yemek kaşığı	
Krema	200	Gr	
Anjelik erik	1	Adet	
Yoğurt	Yeterince		
Tahin	1	Yemek kaşığı	
Üzüm pekmezi	1	Yemek kaşığı	

Uygulama:

- Önce bir hamur hazırlıyoruz. Un, tuz, tarçın ve yeterince suyu bir kapta karıştırarak bir hamur hazırlıyor ve bu hamuru dinlenmeye alıyoruz.
- Bir kapta yeterince yoğurt, tahin ve üzüm pekmezini karıştırarak bir karışım hazırlıyoruz ve bunu sifona dolduruyoruz.
- Bir tavada hiç karıştırmadan kısık ateşte şekerimizi eritiyoruz, rengi hafif koyulaşmaya başlayınca limon suyumuzu ve ardından kremamızı ilave ederek bir karamel sos hazırlıyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Bir tavada susamlarımızı ve cevizlerimizi rengi değişene kadar soteliyoruz ve en son tereyağımızı ilave ediyoruz.
- Tezgâhta un ve merdane yardımıyla hamurumuzu erişte formunda açıp kesiyoruz.
- İçinde sıvıyağ dolu olan bir tencereyi kızartma derecesine kadar ısıtıyoruz ve hamurlarımızı kızartıyoruz ve soğutuyoruz.
- Sonra karamel sos, fıstık, ceviz karışımını bir mayonez kabında birleştiriyor ve kızarmış hamurlarıda karamelli karışımın içine atarak karıştırıyoruz.
- Son olarak tabaklama işlemine geçiyoruz anjelik erikleri dilimliyoruz.
- Tabagın ortasına karamelli susamlı cevizli ktır hamurlarımızı yerleştiriyoruz, üstüne yoğurt, pekmez tahin köpüğümüzü sıkıyoruz ve eriğimizide ilave ederek servis ediyoruz.

#### İç Anadolu Bölgesi

#### Bici Aşı (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Asma yaprağı	10	Adet
Bulgur	1/2	Çay bardağı
Sıvı yağ	1/4	Çay bardağı
Soğan	1/2	Adet
Biber salçası	1/2	Çay kaşığı
Domates salçası	1/2	Tatlı kaşığı
Su	1	Bardak
Sarımsak	2	Diş
Süzme yoğurt	2	Yemek kaşığı

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Uygulanışı:

- Önce Soğanları küp küp doğrayın, sıvı yağda pembeleşinceye kadar soteleyin.
- Daha sonra salçaları ilave edin, tütün kıyım şeklinde doğranmış asma yapraklarınınıda ilave edin.
- Suda yıkanmış bulguruda ilave edin.
- 1-2 dakika onlarıda soteleyin, suyu ilave edin, önce yüksek ateşte kaynatılır daha sonra kısık ateşe alınır.
- 15-20 dakika sonra sarımsaklı yoğurt ilave ederek servis edin.

Bici Aşısı (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Asma yaprağı	3	Adet	
Bulgur	50	Gr	
Sıvıyağ	2	Kaşık	
Soğan	1	Adet	brunoise
Biber salçası	1/2	Çay kaşığı	
Domates salçası	1/2	Tatlı kaşığı	
Su	1	Bardak	
Sarımsak	2	Diş	İnce dilimli
Süzme yoğurt	2	Yemek kaşığı	
Kuru et	50	Gr	İnce dilimli
Vişne	50	Gr	
Dolmalık fıstık	10	Gr	Kavrulmuş
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Kuru nane	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	



### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Uygulama:

- Asma yapraklarını kurutmak için önce sıvıyağa sokuyoruz, daha sonra fazla yağını süzerek bir tabağa önce peçete sonra yaprak olmak üzere diziyoruz ve en son tekrar peçete koyarak tabağı sızma filmle paketlenerek mikro dalga fırında kurutuyoruz.
- Tavamıza önce sıvıyağımızı koyuyoruz, önce soğan ve sarımsakları soteliyoruz. Daha sonra sırasıyla dolmalık fıstıklarımızıda ilave ediyoruz.
- Bulgur, biber ve domates salçasını ilave ettikten sonra kuru et, vişne, baharatlar ve bir bardak suda ilave ederek bulgurlar şişene kadar pişiriyoruz.
- Daha sonra tabaklama işleminde kuru asma yaprağını yatak olarak kullanıp yemeğimizi porsiyonlayarak süzme yoğurt ilavesi ve kırık asma yaprağı süslemesiyle yemeğimizi tamamlıyoruz.

#### Kaşık Atması (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Un	2	Bardak
Su	1.5	Bardak
Yumurta	1	Adet
Tereyağı	2	Kaşık
Tuz	1/2	Çay kaşığı

#### Uygulanışı:

- Tereyağı hariç bütün malzemeler çırpılmaktadır.
- Ele yapışacak kulak memesi kıvamında bir hamur elde edilmektedir.
- Tencerede su kaynatılmakta, hamur parçaları bir kaşık yardımıyla kaynayan suyun içine atılmaktadır.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Arada karıştırılmaktadır. Hamurlar su yüzüne çıktığında pişmiş demektir.
- Ocaktan alınmakta, servis tabağına aktarılmaktadır. Başka bir tavada eritilen tereyağı üzerine gezdirilerek servis edilmektedir.

#### Kaşık Atması (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	2	Bardak	
Su	1.5	Bardak	
Yumurta	1	Adet	
Tarhana	2	Yemek kaşığı	Toz
Tuz	1/2	Çay kaşığı	
Su	1/2	Çay bardağı	
Tereyağı	2	Kaşık	
Antrikot	150	Gr	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Sarımsak	1	Diş	İnce doğranmış
Mantar	3	Adet	İnce dilimlenmiş
Kapya biber	1/2	Adet	Brunoise
Dolmalık biber	1	Adet	Brunoise
Kapari	2	Kaşık	
Ceviz	10	Adet	Dilimlenmiş
Kereviz sapı	1	Adet	Brunoise
Demiglas sos	2	Kaşık	Toz
Tarçın çubuğu	1	Adet	
Biberiye	1	Dal	Dilimlenmiş
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	
Kuru nane	1	Çay kaşığı	
K. pul biber	1	Çay kaşığı	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Uygulama:

Hamur:

- Un, su, yumurta ve tuz geniş bir kaba alınır.
- Toz tarhana ve yarım çay bardağı su bir tencerede ocağa alınarak bulamaç haline getirilir.
- Daha sonra kaptaki unlu karışıma katılarak bir hamur elde edilir ve dinlenmeye bırakılır.
- Yemek harcı:
  - Önce antrikot su dolu tencerede haşlamaya alınır.
  - Haşlama işlemi bittikten son soğutulur tiftiklenir.
  - Daha sonra 2 kaşık sıvı yağda soğan, sarımsak, mantarlar, biberler, kapari, kereviz sapı, ceviz, tarçın çubuğu, biberiye, tuz ve baharatlar ilavesiyle yemek harcımızı pişirelim.
  - Tiftiklenmiş antrikotumuzuda yemeğimize ilave edelim.
  - Başka bir tencerede demiglas sosumuzu su ile ocakta çırpılarak açalım ve sos haline getirelim.
  - Yemek harcımızla birleştirelim.
  - Dinlenmiş olan tarhanalı hamurumuzdan küçük parçalar kopararak şekil verelim.
  - Bir tencerede hamurlarımızı haşlayalım.
  - Daha sonra bir tavada tereyağını eriterek haşlanmış tarhanalı hamurlarımızı lezzetlendirip parlatalım.
  - Daha sonra tüm ürünlerimizi birleştirerek tabaklamamızı tamamlayıp servis edelim.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Şibit Tatlısı (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Un	250	Gr
Su	Yeterince	
Tuz	1	Tutam
Şeker	1.5	Bardak
Su	1.5	Bardak
Tereyağı	60	Gr

#### Uygulanışı:

- Un, su, tuz karıştırılır kulak memesi kıvamında hamur yapılır, nemli bezin altında 10 dakika dinlendirilir.
- Hamur iki eşit parçaya bölünür.
- Yufka kalınlığında açılır. Baklava şeklinde hamurlara kesilir ve saça pişirilir.
- Bir tencerede su şeker kaynatılır, erimiş tereyağı ilave edilir.
- Baklava şeklinde kesilmiş hamurlar şerbete atılır.
- Fazla beklemeden alınır servis edilir.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Şibit Tatlısı (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Un	250	Gr	
Su	Yeterince		
Tuz	1	Tutam	
Un	25	Gr	
Şeker	70	Gr	
Tuz	1	Tutam	
Süt	200	ml	
Vanilya	1/2	1/2	
Yumurta	1	Adet	Sarı
Tereyağı	1/2	Yemek kaşığı	
Krema	1/2	Paket	
File fıstık	2	Yemek kaşığı	
Şeker	1/2	Bardak	
Su	1/2		
Limon	3	Damla	
Tereyağı	30	Gr	
Erik (anjelik)	1	Adet	Dilimli
Kayısı	2	Adet	Dilimli
Erik (pembe)	2	Adet	Dilimli

Uygulama:

Hamur:

- Derin bir kaptan un, su, tuz karıştırılarak kulak memesi kıvamında bir hamur hazırlanır. Daha sonra bu hamur 10 dakika dinlendirilmek üzere üstüne bez örtülerek kenara alınır.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Magnolia kreması:

- Süt, şeker, tuz elenmiş un bir tencerede ocağa alınarak ısıtılmaya başlanır.
- Hafif yoğunlaşmaya başlayınca yumurta sarısı bir kâseye alınır.
- Ocaktaki sütlü karışımdan küçük bir kepçe alınarak temperleme (ısı dengesi) sağlanır.
- Bu yumurta karışımı daha sonra tencereye aktarılır.
- Vanilya ve tereyağı ilave edilerek pasta kreması elde edilir.
- Krema mikserle alınarak hacim kazandırılır.
- Daha sonra pasta kremasıyla büyük bir kaptaki birleştirilerek havası sönmeyen karıştırılır.
- Son olarak file fıstık karıştırılarak magnolia kreması tamamlanmış olur.

Şerbet:

- Su, şeker ve limon suyu ilavesi ile bir şerbet hazırlanır.

Uygulama:

- Dinlendirilmiş hamurlar merdane yardımıyla açılarak baklava şekli verilir
- Daha sonra tavada alt üst pişirilerek ktır hale getirilir.
- Yufkalar ılık şerbete atılarak tatlandırılır.
- Başka bir kaptaki tereyağı eritilir.
- Daha sonra porsiyonlanarak tabaklama işlemine geçilir.
- Fotoğrafta görüldüğü şekliyle ktır hamur, magnolia kreması, meyveler, eritilmiş tereyağı ve şerbet kullanılarak tatlımız hazırlanmış olur.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Karadeniz Bölgesi

Kaypancak (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Un	225	Gr
Tuz	1	Tatlı kaşığı
Su	1	Bardak
Kıyma	125	Gr
Soğan	1/2	Adet
Tuz	1	Tutam
Karabiber	1	Tutam
Salça	1/2	Çorba kaşığı
Tereyağı	100	Gr
Yoğurt	1	Bardak
Sarımsak	2	Diş
Kırmızı pul biber	1	Tatlı kaşığı

Uygulanışı:

- Önce soğanları küp küp doğrayın, bir tavada tereyağını eritin, kıymayı ilave edin kavurun.
- Daha sonra soğanları ilave edin ve kıyma ile beraber kavurun.
- Bir kâsede salçayı suda açın onuda ilave edin.
- Tuzu biberi ilave edin.
- Kısık ateşte pişirin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Hamuru:

- Malzemeyi karıştırıp yoğurun 30 dakika dinlendirin.
- Merdaneyle açıp iki mm lik kareler kesin tuzlu kaynayan suda haşlayın.
- Süzüp servis tabağına alın, kıymalı sosu üzerine dökün.
- Kıymanın kenarını sarmısaklı yoğurtla kaplayın.
- Tereyağında eritilmiş kırmızıbiberi üzerine gezdirin.
- Servis edin.

Kaypancak (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Antrikot	150	Gr	Zırhlanmış
Tost ekmeği	2	Adet	Sütle ıslatılmış
Süt	3	Yemek kaşığı	
File antepfıstığı	2	Yemek kaşığı	
Worcestershire	1	Yemek kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Un	2	Yemek kaşığı	
Tuz	2	Çay kaşığı	
Pul biber	2	Çay kaşığı	
Kuru kekik	2	Çay kaşığı	
Kuru nane	2	Çay kaşığı	
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Sarımsak	3	Diş	İnce doğranmış
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Kereviz sapı	1	Adet	İnce doğranmış
Şeker	1	Tatlı kaşığı	
Un	225	Gr	



**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Su	1	Bardak	
Yoğurt süzme	2	Yemek kaşığı	
Domates püresi	2	Yemek kaşığı	
Teriyaki sos	1	Yemek kaşığı	
Domates salçası	1	Yemek kaşığı	
Sıvı yağ	1	Su bardağı	Hamur kızartmak için
Tereyağı	50	Gr	Eritilmiş

Uygulama:

Hamur:

- Bir kapta un, su, tuz güzelce kıvam alana kadar yoğrulur. Daha sonra 30 dakika dinlenmeye bırakılır.

Et köftesi:

- Öncelikle bir kapta tost ekmeklerinin kenarları alınarak sütle ıslatılarak parçalıyoruz.
- Daha sonra bunun içine önceden zırhlanmış olduğumuz etimizi ilave ediyoruz, bunun içine kıyılmış soğan, worcestershire sos, tuz, karabiber, pul biber, kuru nane, kuru kekik, fajita baharatı, sarımsak kereviz sapı, şeker, maydanoz ve file fıstığı ilave ederek bir karışım elde ediyoruz.
- Bu köfte karışımını dinlenmeye alıyoruz.

Sos karışımı:

- Bir tencerede 1 bardak su, domates püresi, domates salçası, teriyaki sosu güzelce karıştırarak bir karışım hazırlıyor ve bunu pişiriyoruz.

Yoğurt sosu:

- Bir kapta süzme yoğurt, fajita baharatı, kuru kekik, kuru nane, pul biberi karıştırarak bir sos hazırlıyoruz.
- Dinlenmiş olan hamuru un ve bir merdane yardımıyla açıyoruz.
- Daha sonra bunları kare formda olacak şekilde parçalara ayırıyoruz.
- Ve bunları sıvı yağda kızartarak kâğıt havlu üzerine alıyoruz.
- Köfte karışımımızdan misket büyüklüğünde parçalar kopararak yassı formda köfteler yapıyoruz.
- Bunları unlanmış bir tabağa alarak köfteleri kızartma işlemine geçiyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Köfteleri yağlı tavada kızarttıktan sonra bir kâğıt havlu üzerine alıyoruz.
- Son olarak tabaklama işlemine geçiyoruz.
- Tabağın tabanına kızarmış hamur parçaları, üstüne köfteler, domates sos, erimiş tereyağı ve son olarak yoğurt sosu ilavesiyle yemeğimizi tamamlıyoruz.

#### Topalak (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Bulgur	125	Gr
Tavuk	1/2	Adet
Barbunya fasulye	50	Gr
Un	1/2	Bardak
Soğan	1	Adet
Karabiber	1	Tutam
Pul biber	1	Tutam
Tuz	1	Tutam
Soğan	1	Adet
Salça	1	Tatlı kaşığı
Pul biber	1	Tutam
Sıvı yağ	2	Kaşık

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Uygulanışı:

- Önce kaynayan suda tavuğu haşlayın ve bulguru yıkayın.
- Küp küp doğranan soğanı bulgura ilave edin, pul biber, karabiber, tuz, tavuk suyundan bir bardak ve un ilave edilir, yapışana kadar yoğurun ve fındık büyüklüğünde toplar yapın.
- Yapılan toplar eleğe konur, elekte sallanır ve fazla ununun gitmesi sağlanır.
- Kaynayan tavuk suyunun içine atılır ve pişene kadar kaynatılır.
- Soğanlar salça pul biber ayrı tencerede kavrulur.
- Pişen yemeğin üzerine dökülür.
- Haşlanmış tavuk etleri didilerek haşlanmış fasulyeyle birlikte ilave edilir.
- 2-3 dakika pişirilir, sıcak servis edilir.

Topalak (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Tavukgöğsü	2	Adet	Fileto
Köftelik bulgur	60	Gr	
Barbunya fasulye	100	Gr	Haşlanmış
Un	1/2	Su bardağı	
Soğan	1	Adet	Rendelenmiş
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Sarımsak	2	Diş	İnce doğranmış
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Kapya biber	1/2	Adet	Brunoise
Dolmalık biber	1	Adet	Brunoise
Kereviz sapı	1	Adet	Brunoise
Teriyaki sos	1	Yemek kaşığı	
Worcestershire sos	1	Yemek kaşığı	
Fajita baharatı	1	Yemek kaşığı	
Sweet chili sos	1	Yemek kaşığı	
Sıvı yağ	2	Yemek kaşığı	
Taze biberiye	1	Dal	
Sıvıyağ	1	Yemek kaşığı	
Domates salçası	1	Yemek kaşığı	
Pul biber	1	Tatlı kaşığı	
Sweet chili sos	1	Yemek kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Tavuk	1	Adet	Göğüsler hariç diğer parçalar tavuk su

Uygulama:

Tavuk marinasyon:

- Bir kapta, tavukgöğsü, teriyaki sos, worcestershire sos, fajita baharatı, sweet chili sos ve sıvı yağ karıştırılır ve dinlendirilir.

Bulgur köftesi:

- Bir kapta rendelenmiş soğan, köftelik bulgur, pul biber, karabiber, tuz, sarımsak, un ve tavuk suyundan ilave edilerek hamur yapışana kadar yoğrulur, son anda renkli biberler ve kereviz sapları ilave edilir, biraz daha yoğrulur. Küçük köfteler olacak şekilde yuvarlanır ve unlu bir tabağa transfer edilir.
- Göğüsler haricindeki parçalardan tencereye su konarak tavuk suyu yapılır.
- Bu tavuk suyunda bulgur köfteleri haşlanır.
- Bir tencereye sıvı yağ konarak soğanlar sotelenir, domates salçası, sweet chili sos, pul biber ve bir kepçe tavuk suyundan ilave edilir, içine fasulyeler ve haşlanmış bulgur topları ilave edilerek biraz daha pişirilir.
- Biraz daha suyu çektirilir.
- Daha sonra marine edilmiş tavukgöğüsleri izli ızgara tavaında pişirilir.
- En son tabaklama aşamasına geçilerek tabağın zeminine yemek formlanır. Üstüde tavukgöğüsleri paylaştırılıp biberiye yapraklarıyla servis edilir.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Kıvratma (Geleneksel)



Un	500	Gr
Yoğurt	1/2	Bardak
Yumurta	1.5	Adet
Zeytinyağı	3	Kaşık
Nişasta	1	Bardak
Ceviz içi	250	Gr
Tereyağı	2	Kaşık
Toz şeker	500	Gr
Limon	1/4	2 damla
Su	500	ml

#### Uygulanışı:

##### Şerbet:

- Bir tencerede su, şeker kaynatılır, üzerine iki damla limon sıkılır ve ılıtılır.

##### Hamur:

- Yoğurt, yumurta, zeytinyağı, bir bardak tan bir parmak eksik suyun yarısı karıştırılarak sert bir hamur hazırlanır.
- Bezelere bölünür nişasta ile açılır.
- Birinci bezeye ceviz serpilir ikinci yufka kapanır. Onunda üstüne ceviz serpilir. Bu yufkalar rulo yapıp tepsiye dizilir.
- Pişirmeden bir gün beklenir.
- Ertesi gün tereyağı kızdırılır.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Kaynar bir şekilde yufkaların üstüne gezdirilir.
- Fırında pişirilir soğutulur. Ilık şerbet üzerine dökülür.
- Servis edilir.

#### Kıvratma (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Süt	250	Ml	
İrmik	40	Gr	
Taze nane	2	Yemek kaşığı	Kıyılmış
Su	500	Ml	
Şeker	500	Gr	
Limon suyu	5	Damla	
Un	500	Gr	
Yoğurt	1/2	Su bardağı	
Zeytinyağı	3	Yemek kaşığı	
Ceviz içi	150	Gr	Ufalanmış
Yumurta	1,5	Adet	
Nişasta	1	Su bardağı	
Tereyağı	3	Yemek kaşığı	
Su	80	Ml	
Tuz	1	Tutam	Eritilmiş

Uygulama:

İç kaymağı:

- Süt bir tencereye alınarak irmikle karıştırılır. İrmikler şişene kadar pişirilir.
- Süt soğuduktan sonra kıyılmış naneyle karıştırılır.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi****Şerbet:**

- Bir tencerede, su, şeker, limon suyu, kaynatılarak hazırlanır ve ılımaya bırakılır.

**Hamur:**

- Büyük bir kaba un, yoğurt, yumurta, zeytinyağı ve su alınarak baklava hamuru yapılır ve 30 dakika dinlenmeye bırakılır.
- Hamur dinlendikten 2 bezeye ayrılır.
- Merdane yardımıyla nişastayla iki hamurda dikdörtgen şeklinde açılır.
- Her iki hamurada kaymak ve ceviz koyularak rulo şeklinde form verilir.
- Hamurlar tepsiye alınarak eritilmiş fırına verilir, iyice kızarana kadar 180 derecelik fırında pişirilir.
- Hamur fırından çıkar çıkmaz ılık şerbetin içine atılarak çekmesi sağlanır.
- Daha sonra tabaklamaya geçilerek tabağın tabanına kaymaklı cevizli iç harçtan formlanır.
- Son olarak şerbetini çekmiş ve dilimlenmiş tatlıdan konarak servis edilir.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Doğu Anadolu Bölgesi

Sengeser (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Kuzu eti	250	Gr
Çökelek	250	Gr
Mercimek	1/2	Bardak
Soğan	1,5	Adet
Sarımsak	2	Diş
Domates salçası	1/2	Kaşık
Biber salçası	1/4	Kaşık
Pul biber	1/2	Tatlı kaşığı
Karabiber-tuz	1	Tutam
Sıvıyağ	2	Kaşık
Maydanoz	1/2	Demet

Uygulanışı:

- Önce mercimekler yıkanır suda haşlanır.
- Sarımsaklar ezilir, çökelek ve su eklenerek özdeşleştirir.
- Bir tavaya sıvıyağ konur, soğan ilave edilir ve kavrulur üzerine kavrulmuş kuzu eti ilave edilir.
- Domates, biber salçası, pul, karabiber ve tuz ilave edilir.
- Daha sonra haşlanmış mercimekler ilave edilir, biraz su eklenerek pişirilir. Çökelek kesilmemesi için azar azar ilave edilir.
- Üzerine maydanoz ve pul biber ilave edilir ve servis edilir.



### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Sengeser (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kuzu eti	150	Gr	Kuşbaşı
Tahin	2	Yemek kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Kuru nane	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	
Taze biberiye	1	Dal	Doğranmış
Sıvıyağ	2	Yemek kaşığı	
Maş fasulyesi	3	Yemek kaşığı	Haşlanmış
Kapya biber	1/2	Adet	Brunoise
Kuru dut	3	Yemek kaşığı	Doğranmış
Badem	10	Adet	Doğranmış
Kuru kayısı	4	Adet	Brunoise
Sarımsak	2	Diş	Doğranmış
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Tereyağı	1	Yemek kaşığı	
Sıvıyağ	2	Yemek kaşığı	
Taze biberiye	1	Dal	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Kuru nane	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	
Domates salçası	1	Yemek kaşığı	
Domates suyu	2	Yemek kaşığı	
Sarımsak	1	Diş	Doğranmış
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Tulum peyniri	50	Gr	
Susam	2	Yemek kaşığı	Kavrulmuş
Teriyaki sos	1	Yemek kaşığı	
Su	1	Su bardağı	

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

## Uygulama:

- Önce susamlarımızı küçük bir tavada kavuruyoruz.
- Sonra tulum peynirimizi misket büyüklüğünde top şeklinde yuvarlıyoruz.
- Daha sonra kavrulmuş susama bulayarak bir tabağa alıp buzdolabında dinlenmeye alıyoruz.

## Kuzu eti marinasyon:

- Bir kapta et, tahin, teriyaki, tuz, karabiber, pul biber, kuru nane, kuru kekik, taze biberiye ve sıvıyağı karıştırarak 30 dakika marinasyona bırakıyoruz.

## Yemeğin üretimi:

- Önce bir tencerede maş fasulyelerini haşlıyoruz.
- Bir tavayı ocağa alıyoruz, sıvıyağ ve tereyağını ilave edip sırasıyla soğan, sarımsak, kapy biber, kuru dut, badem, kuru kayısı, taze biberiye, tuz, karabiber, pul biber, kuru kekik, kuru naneyi güzelce soteliyoruz.
- Daha sonra haşlanmış maş fasüyesinide ilave edip karıştırıyoruz ve dinlenmeye alıyoruz.

## Domates sos:

- Bir tavaya domates suyu, domates salçası, sarımsak, tuz, karabiber ve bir bardak suyu alarak güzelce pişiriyoruz ve kenara alıyoruz.
- Marine olmuş etleri bir tavayı ocağa alarak, sıvı yağ ve tereyağı ilavesiyle güzelce soteliyoruz.
- Son olarak tabaklamaya geçiyoruz. Tabağın tabanına bir forma yardımıyla önce maş fasulyeli karışım, üstüne sotelenmiş kuzu etini ilave ediyoruz.
- Etrafına hazırlamış olduğumuz domates sosunu, yine etrafına susamlı peynir toplarını koyuyor ve yemeği taze biberiye yapraklarıyla süslüyor ve servis ediyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Püşürük (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Yoğurt	1	Bardak
Yeşil mercimek	2/3	Çay bardağı
Su	3.5	Bardak
Arpa şehriye	2/3	Bardak
Sarımsak	3.5	Diş
Tereyağı	2	Kaşık
Toz kırmızıbiber	Yeterince	
Kuru nane-tuz	Yeterince	

#### Uygulanışı:

- Mercimeği ıslatın ve haşlayın.
- Şehriyeyi ilave edin 15 dakika pişirin.
- Yoğurt ve sarımsağı ilave edip kaynayınca ocaktan alın.
- Tereyağını eritip toz kırmızıbiber ve naneyi ekleyip bu karışımı çorbanın üzerine gezdirin.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Püşürük (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Mercimek	3	Yemek kaşığı	Haşlanmış
Panko	1/2	Su bardağı	
Antrikot	150		Zırhlanmış
Worcestershire	1	Tatlı kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	
Karabiber	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	
Kuru nane	1	Çay kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Rendelenmiş
Sarımsak	2	Diş	İnce doğranmış
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Tavuk toz bulyon	1	Yemek kaşığı	
Arpa şehriye	3	Yemek kaşığı	
Kıyık biber	1/2	Adet	Brunoise
Yoğurt süzme	1/2	Su bardağı	
Sarımsak	1	Diş	İnce doğranmış
Un	1	Yemek kaşığı	
Su	2	Su bardağı	
Arpacık soğan	10	Adet	İkiye kesilmiş
Sweet chili sos	2	Yemek kaşığı	
Sıvı yağ	2	Yemek kaşığı	

#### Uygulama:

- Önce bir tencereye 2 bardak su konur arpa şehriyeler haşlamaya alınır tuz bulyon ilave edilir ve haşlamaya bırakılır.
- Daha sonra yoğurdumuzu bir kaba alarak kaynamış sudan ilave ederek kesilmeden karıştırıyoruz.

### **EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

- Bu yoğurtlu karışımı sürekli karıştırarak şehriyeli karışımımıza ilave ediyoruz.
- Kapyra biberleri ilave ediyoruz ve karıştırıyoruz.
- Bir kâseye unumuzu alıyoruz, bir kepçeyle yoğurtlu suyumuzdan ilave ederek unumuzu karıştırıyoruz.
- Bu karışımı yoğurtlu karışıma ilave ederek kıvam alana kadar pişiriyoruz.

Yeşil mercimek köftesi:

- Öncelikle mercimeklerimizi suda haşlıyoruz.
- -Büyük bir kap alıyoruz içine zırhlanmış et, worcestershire sos, panko, tuz, karabiber, pul biber, kuru kakik, kuru nane, soğan, sarımsak, maydanoz ve son olarak haşlanmış olan mercimeğimizi ilave edip yoğuruyoruz ve dinlenmeye bırakıyoruz. Arkasından misket büyüklüğünde toplar yapıyoruz.
- Bir tavaya sıvıyağı alıp tavayı ısıtıyoruz, daha sonra arpacık soğanları ilave edip soğanları glaze ediyoruz, daha sonra sweet chili sosu ilave edip lezzetlendiriyoruz.
- Bir tavaya sıvı yağ koyup kızdırıyoruz, daha sonra köftelerimizi tavaya alıp kızartıyor ve daha sonra kâğıt havlu yardımıyla fazla yağlarından kurtuluyoruz.
- Son olarak tabaklama işlemine geçiyoruz. Önce kepçe yardımıyla tabağımıza yoğurt çorbamızı koyuyoruz, daha sonra pişirmiş olduğumuz köftelerimizi koyuyoruz etrafında glaze edilmiş arpacık soğanlarımızı koyarak tabaklama işlemini tamamlıyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Çingertme (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Tereyağı	100	Gr
Un	1/2	Bardak
Yumurta	2	Adet
Gül reçeli	1/2	Çay bardağı
Bal	1/2	Kaşık
Badem	Aldığınca	

#### Uygulanışı:

- Tavada tereyağı eritilir, sıcak suda kabuğu ayıklanmış bademler atılır, kavrulur.
- Un ilave edilir, fazla kahverengi olmayacak şekilde kavrulur.
- Çırpılmış yumurtalar ilave edilir, hızlıca karıştırılır pişirilir.
- Tabaklara alınır, üzerine gül reçeli ve bal ilave edilir sıcak olarak servis edilir.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Çingertme (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Türk kahvesi	1	Tatlı kaşığı	
Su	1	Fincan	
Şeker	1	Tatlı kaşığı	
Yumurta	1	Adet	Omlet
Gül reçeli	1	Yemek kaşığı	
Kuru kayısı	4	Adet	Dilimlenmiş
Kadayıf	30	Gr	
Tereyağı	2	Yemek kaşığı	
Sıvıyağ	3	Yemek kaşığı	
Dolmalık fıstık	2	Yemek kaşığı	
Badem	3	Yemek kaşığı	İkiye bölünmüş
Krema	200	Ml	
Şeker	1/2	Su bardağı	
Gül reçeli	2	Yemek kaşığı	
Anjelik erik	1	Adet	Küçük dilimli

#### Uygulama:

- Önce türk kahvesini pişiriyoruz.
- Kadayıfımızı tiftikliyoruz, çok az tereyağı ile karıştırıyoruz ve yuvarlak formaya basıyoruz.
- Bu formayıda küçük bir tepsiye koyarak 180 derecelik fırında 20 dakika üstü kızarana dek pişiriyoruz.
- Diğer tarafta bir tencereye kremayı ve şekerini bir taşım kaynatıp karıştırarak bir şerbet hazırlıyoruz.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

- Bir tava alıyoruz, biraz tereyağı ve sıvıyağ ilave ederek eritiyoruz önce bademler, sonra çam fıstıklarını, ilave ederek rengi dönene dek soteliyoruz. Sonra kuru kayısıyı ilave ediyoruz. Son olarak gül reçelini ilave edip ocağı kapatıyoruz.
- Bir tavaya tereyağı ve sıvıyağını alıyoruz. Unumuzu ilave ederek kısık ateşte yavaş yavaş kavuruyoruz. Bu işlemden sonra gül reçelli ve bademli karışımla karıştırıyoruz ve helva kıvamına getiriyoruz.
- Bir tavaya sıvı yağ ve tereyağı ilavesiyle kâsede çırpılmış yumurtayla pişmiş türk kahvemizi karıştırarak döküyor ve bir omlet yapıyoruz.
- Bunu dilimleyerek helvamızın içine katarak karıştırıyoruz.
- Son olarak tabaklama işlemine geçiyoruz, tabağa önce helvayı üstüne dilimlenmiş anjelik eriğini ve tabağın etrafına gül reçeli gezdirerek tabağı servise sunuyoruz.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Omaç (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Ekmek	1/2	Adet
Soğan	1/2	Adet
Sarımsak	1	Diş
Sivribiber	1	Adet
Domates	1.5	Adet
Biber salçası	1/2	Kaşık
Sıvı yağ	1/2	Çay bardağı
Beyaz peynir	125	Gr
Maydanoz	1/2	Demet
Karabiber-tuz	1	Çay kaşığı



### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Uygulanışı:

- Ekmeği hafif bir şekilde ıslatın ve daha sonra ufalayın.
- Soğanı küp küp sarımsağı, sivri biberi, domatesi ince doğrayın.
- Tencerede sıvı yağı ısıtın doğranmış tüm malzemeleri ilave edin soteleyin.
- Biber salçası sıvı yağ tuz ve karabiberi karıştırın.
- Ufalanmış ekmekle birleştirin.
- Ezilmiş beyaz peynir kıyılmış maydanozu da ilave edin.
- Harçtan parçalar kopararak istediğimiz şekli vererek servis edin.

Omaç (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Beyaz peynir	100	Gr	Rendelenmiş
Sivri biber	1	Adet	İnce doğranmış
Domates	1/2	Adet	Brunoise
Susam	2	Yemek kaşığı	Kavrulmuş
Maydanoz	1	Yemek kaşığı	İnce dilimlenmiş
Sweet chili	1	Yemek kaşığı	
File antepfıstığı	1	Yemek kaşığı	Zırhlanmış
Tuz	1	Çay kaşığı	
Kuru kekik	1	Çay kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Soğan	1/2	Adet	Brunoise
Patates	1	Adet	Haşlanmış rendelenmiş
Ekmeç	1	Dilim	Islanmış zırhlanmış
Taze soğan	2	Dal	İnce dilimlenmiş
Sıvıyağ	2	Yemek kaşığı	
Nar ekşisi	2	Yemek kaşığı	

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Uygulama:

- Önce bir tavaya sıvı yağ koyarak soğanlarımızı kavuruyoruz. Bir kenarda dinlendiriyoruz.
- Bir kapta rendelenmiş peynir, sivri biber, domates, kavrulmuş susam, maydanoz, sweet chili sos antepfıstık, tuz, kekik, pul biber, rendelenmiş patates, ıslanmış ekmek içi, bir kaşık taze soğan ve en başta kavurduğumuz soğanları karıştırarak hahifçe yoğuruyoruz.
- Bu yaptığımız karışımdan kroket formunda köfteler yapıyoruz.
- Tabaklama yaparak nar ekşisi ve taze soğanla süsleyerek servis ediyoruz.

#### Şiveydiz (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Parça et	125	Gr
Taze soğan	500	Gr
Yeşil sarımsak	500	Gr
Süzme yoğurt	1	Bardak
Yumurta	1/4	Adet
Nohut	1/4	Bardak
Kuru nane	1	Çay kaşığı
Karabiber	1	Tutam
Zeytinyağı	1/4	Çay bardağı
Tuz	1	Tutam

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

Uygulanışı:

Öncelikle etler yıkanır ve tencereye alınır su ilavesiyle pişirilir kefi alınır.

- Islanmış nohutlar tencereye alınır ve pişirilir.
- Soğan sarımsaklar temizlenip beyaz kısımları doğranır.
- Et ve nohut pişince soğan sarımsaklar ilave edilir.
- Yoğurt, yumurta, zeytinyağı tencerede karıştırılır, hafif ateşte pişirilir üzerine kaynayan sudan hafif hafif ilave edilir karıştırmaya devam edilir.
- Pişen yoğurt yemeğe ilave edilir ve aynı yönde karıştırılmaya devam edilir.
- 2 dakika daha kaynatılır, üzerine kızdırılmış yağda karabiber kuru nane ilave edilir.
- Servis edilir.

Şiveydiz (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Antrikot	150	Gr	Büyük kuşbaşı
Nohut	1	Çay bardağı	Suda beklemiş haşlanmış
Taze soğan	2	Dal	İnce doğranmış
Sarımsak	2	Diş	İnce doğranmış
Et Bulyon	1	Yemek kaşığı	
Yoğurt	4	Yemek kaşığı	
Un	1	Yemek kaşığı	
Kuru nane	1	Yemek kaşığı	
Yumurta	1	Adet	
Sıvıyağ	2	Yemek kaşığı	
Tereyağı	2	Yemek kaşığı	
Pul biber	1	Çay kaşığı	
Taze biberiye	1	Dal	İnce doğranmış

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi**

Oyster sos	1	Yemek kaşığı	
Sweet chili sos	1	Yemek kaşığı	
Sıvıyağ	2	Yemek kaşığı	
Kajun baharatı	1	Yemek kaşığı	
Tuz	1	Çay kaşığı	

## Uygulama:

- Nohutlar 6 saat suda bekletildi.
- Daha sonra, bir tencerede haşlandı ve bir kenara alındı.
- Etler öncelikle, smoke gun la tütsüldü.
- Tütsülenen etler bir kapta oyster, sweet chili sos, sıvıyağ, taze biberiye ve kajun baharatı ile marineye bırakıldı.
- Bir kapta yoğurt, un, nane, yumurta, sıvıyağ, güzelce karıştırıldı ve kenara alındı.
- Et suyunun içine haşlanmış nohut, taze soğan, sarımsak, atılarak kaynamaya bırakıldı.
- Kaynamış et suyundan azar azar alınarak yoğurtlu karışımın içine döküldü, sürekli karıştırılarak kesilmemesi sağlandı.
- Marine edilmiş etlerimiz tavaya sıvıyağ ve tereyağ ilavesiyle sotelenerek pişirildi.
- Bir tavada tereyağı, nane ve pul biber yakılarak sos hazırlandı.
- Tabaklamaya geçilerek yemek servise hazırlandı.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Cennet Çamuru (Geleneksel)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM
Kadayıf	150	Gr
Tereyağı	2	Kaşık
Toz fıstık	50	Gr
Kaymak	Yeterince	
Şeker	1	Bardak
Su	1	Bardak
Limon	1-2	Damla

#### Uygulanışı:

- Şeker su ve limon suyunu kaynatarak şerbeti hazırlayın ılımaya bırakın.
- Kadayıfı şehriye büyüklüğünde parçalayın.
- Tereyağında renk almayacak şekilde kavurun.
- 150 gr fıstık ilave edin karıştırın.
- Harcın üstüne yavaşça şerbet ilave edin, çekince üzerine kalan fıstık ve kaymak ilavesiyle servis yapın.

### EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğin reçetesi

#### Cennet Çamuru (Modernize)



MALZEME ADI	MİKTAR	BİRİM	ŞEKİL
Kadayıf	300	Gr	Erişte büyüklüğünde doğranmış
Şeker	1,5	Bardak	
Tereyağı	4	Yemek kaşığı	
Kaymak	100	Gr	
Mesir macunu	50	Gr	Likit
Fesleğen	1	Yemek kaşığı	İnce doğranmış
Toz fıstık	100	Gr	

#### Uygulama:

- Bir tavada öncelikle kadayıfın yarısını şekerin yarım bardağını, 2 yemek kaşığı tereyağıyla kavuruyoruz.(cennet çamurunun dış katmanı için).
- Bir tencerede bir bardak şeker, su ve limon suyuyla koyu bir şerbet hazırlıyoruz.
- Bir tavayı ısıtıyoruz, tereyağını ilave ediyoruz, çok fazla renk almayacak şekilde kavuruyoruz.
- Kadayıfın üzerine toz fıstığın yarısını ilave ederek karıştırmaya devam ediyoruz
- Sonra, yavaş yavaş kadayıfa yedirerek şerbeti ilave ediyor karışımı hazırlamış oluyoruz ve soğumaya bırakıyoruz.
- Bir kâsede, kaymak ve fesleğeni karıştırıp sıkma torbasına alıyoruz.
- Tezgâha streç film açıyoruz ve üzerine cennet çamurunu düzgün bir şekilde yayıyoruz.
- Üzerine sıkma torbasıyla fesleğenli kaymağımızı sıkıyoruz ve onun üstüne likit mesir macunumuzu sürerek streç yardımıyla cennet çamurunu rulo formuna sokuyoruz.
- Derin dondurucuya atarak şekil almasını sağlıyoruz.

**EK-3. (devam) 7 Coğrafi bölgeye ait 21 yemeğın reçetesi**

- Daha sonra önceden kavurduğumuz kadayıfla kaplıyoruz.
- Tabaklama işleminde cennet çamurumuzu ikiye keserek tabağına yerleştirip servis yapıyoruz.



## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ÖZATA, Esat  
 Uyuğu : T.C  
 Doğum tarihi ve yeri : 21.03.1980, Pınarhisar  
 Medeni hali : Evli  
 Telefon : (0535) 796 27 23  
 e-posta : esatozata@gmail.com



### Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Doktora	Gazi Üniversitesi / Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı	Devam Ediyor
Yüksek Lisans	Beykent Üniversitesi	2010
Lisans	Anadolu Üniversitesi	2008
Lise	Tekirdağ Anadolu O.T.M.L	1998

### İş Deneyimi

Yıl	Çalıştığı Yer	Görev
1996	Hotel Turquoise Side/Antalya	Stajyer
1997	Holiday Inn Crowne Plaza İstanbul	Stajyer
2003-2005	Hilton Parksa /İstanbul	A la Carte Şef
2005-2005	Barcelo Eresin Topkapı Hotel/İstanbul	A la Carte Şef
2005-2007	Mutfak Sanatları Akademisi(MSA)/İstanbul	Eğitmen Şef
2006-2008	Kapadokya Meslek Yüksekokulu/Nevşehir	Öğr. Gör.
2007-	Beykent Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi	Öğr. Gör.

### Yabancı Dil

İngilizce

### Yayınlar

1. Akdağ, G. Özata, E. Sormaz, Ü. Çetinsöz, C. (2016). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi İçin Yeni Bir Alternatif: Surf&Turf, *Turizm ve Gastronomi Araştırma Dergisi*, 270-281.



2. Sormaz, Ü. Güneş, E. Özata, E. (2015). *Geleneksel Besinler ve Tabletlerin Türk Mutfağı Üzerindeki Etkileri ve Menüler*, 3. Geleneksel Adriyatik'ten Kafkaslara Geleneksel Gıda Sempozyumu, Bosna-Hersek.
3. Yeşildağ, G. Özata, E. Akkaya, A. (2017). *Turistlerin Destinasyon Seçiminde Gastronomik Öğelerin Yeri: Hatay İli Örneği*, 1.Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Kongresi, Bursa-Türkiye
4. Özata, E. (2015). *Mutfaklarda Hazırlık Bölümü (3.Bölüm)*, *Turizm İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Yönetimi*, Ankara: Grafiker Yayınları, 71.96.
5. Özata, E. (2018). *Soslar ve Endemik Bitkiler*, *Gastronomide Güncel Konular*, Konya: Billur Yayınevi, 185.208.
6. Ulama, Ş. Özata, E. (2014). *Türk Mutfak Kültürünün ve Türk Mutfağına İlişkin Pazarlama Stratejilerinin Eko-Gastronomi Bağlamında Değerlendirilmesi*, Çanakkale.
7. Akdağ, G. Özata, E. Sormaz, Ü. ve Çetinsöz, B. (2015). *Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi İçin Yeni Bir Alternatif: Surf&Turf*, VI. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu 'Gastronomi Turizmi' Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Hatay.
8. Akdağ, G. Sormaz, Ü. Özata, E. Güneş, E. Yılmaz, M. Seçim, Y. (2015). *İstanbul'da Faaliyet Gösteren Turizm İşletme Belgeli Restoranların Mutfak Uygulamaları*, 16. Ulusal Turizm Kongresi, Çanakkale.
9. Üzülmez, M. Özata, E. Akdağ, G. Sormaz, Ü. Onur, N. (2016). *Gastronomi Turizmi ve Gastronomi Turistlerinin Deneyimlerine Yönelik Bir İnceleme*, 1. Ulusal Gastronomi Turizmi Kongresi, Balıkesir.
10. Yeşildağ, G. Özata, E. Akkaya, A. (2016). *Coğrafi İşaretli Gastronomi Ürünleri Üzerine Bir Araştırma: Erzurum İli Örneği*, 1.Ulusal Gastronomi Turizmi Kongresi, Balıkesir.
11. Yeşildağ, G. Özata, E. Akkaya, A. (2017). *Destinasyon Pazarlamasında Gastronomik Öğelerin Önemi: Gaziantep İli Örneği*, 6.Doğu Akdeniz Sempozyumu, Gaziantep.
12. Onur, N. Sormaz, Ü. Özata E. Akdağ G.(2017). *Gastronomy, from the Point of View of Kitchen Staff-Before, Today and Future: A Qualitative Study*. IV. International Tourism, Travel and Leisure Conference, 78-89. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3647393).
13. Sormaz Ü. Akdağ G. Kaya Ş. Özata E. (2017). *Turistlerin Gastronomi Kavramı ve Gastronomi Turizmine İlişkin Bilgi Düzeyleri: Gaziantep Örneği*. 18. Ulusal Turizm Kongresi, 749-755. (Tam Metin Bildiri/Sözlü Sunum) (Yayın No:3647473).

## Hobiler

Gastronomi, Tiyatro, Seyahat



*GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..*

