

T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



TÜRK MUTFAĞININ DÜNYAYA TANITIMINDA FESTİVALLERİN ROLÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Betül ÇAM

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı

Ağustos, 2021

**T.C.**  
**İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**TÜRK MUTFAĞININ DÜNYAYA TANITIMINDA FESTİVALLERİN ROLÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Betül ÇAM**  
**(19200102022)**

**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı**  
**Gastronomi ve Mutfak Sanatları Programı**

**Tez Danışmanı: Dr.Öğr.Üyesi İlkay YILMAZ**

**Ağustos, 2021**

## KABUL VE ONAY



## AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türk Mutfağını Dünyaya Tanıtımında Festivallerin Rolü” başlıklı çalışmamın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve onurumla doğrularım.

02/06/2021

**Betül ÇAM**

## TEŞEKKÜR

Bu tez projesinin planlanması, yürütülmesi, yazılması sürecinde tarafıma göstermiş olduğu destek ve yardımlarından ötürü bilgisine hayran olduğum çok değerli hocam Dr. Öğretim Üyesi İlkay Yılmaz'a ve bölüm başkanım Prof. Dr Aziz Ekşi'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, Yüksek lisans eğitimi konusunda beni cesaretlendiren, fedakarlıklarıyla yanımda olan ve varlıklarıyla bana her daim güç veren annem ve babama, desteğini esirgemeyen herkese özellikle teşekkür ederim.

**Betül ÇAM**

## İÇİNDEKİLER

### Sayfa

<b>KABUL VE ONAY</b> .....	<b>ii</b>
<b>AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI</b> .....	<b>iii</b>
<b>TEŞEKKÜR</b> .....	<b>iv</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>v</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1. TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TEMELLERİ</b> .....	<b>2</b>
1.1 Yemek Kültürüne Genel Bakış .....	2
1.2 Türk Yemek Kültürü .....	3
1.2.1 Orta Asya Zamanları .....	4
1.2.2 Selçuklu Ve Beylik Zamanları .....	6
1.2.3 Osmanlı İmparatorluğu .....	9
1.2.3.1 Orta Asya Ve Göçebe Kültürlerin Etkileri.....	10
1.2.3.2 Farsça Ve Arap Etkileri.....	10
1.2.3.3 Çevre Kültürlerin Etkileri .....	10
1.2.3.4 Fetihlerin Etkileri .....	11
1.2.3.5 Dini Etkiler Ve Cemaat Mutfaqları.....	15
1.2.3.6 Halk Mutfağı .....	16
1.2.3.7 Meyhane ve Meze Kültürü.....	17
1.2.3.8 Kültür ve Kahve .....	18
1.2.4 Cumhuriyet Dönemi.....	19
1.2.4.1 Osmanlı Mirası Olarak Türk Mutfağı .....	19
1.2.4.2 Lokantaların Ve Restoranların Evrimi .....	21
1.2.4.3 Gıda Endüstrisinin Evrimi .....	22
<b>2. GASTRONOMİ TURİZMİNDE FESTİVALLER</b> .....	<b>24</b>
2.1 Gastronomi Turizmi ve Gastronomi Festivalleri.....	24
<b>3. FESTİVALLERİN MUTFAK KÜLTÜRÜ TANITIMINDAKİ YERİ</b> .....	<b>28</b>
<b>4. FESTİVALLERİN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜ TANITMADAKİ     ROLÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ</b> .....	<b>30</b>
4.1 Türkiye Gastronomi Festivalleri .....	31
<b>5. MATERYAL ve YÖNTEM</b> .....	<b>35</b>
5.1 Araştırmanın Problemi .....	<b>Hata! Yer işareti tanımlanmamış.</b>
5.2 Araştırmanın Önemi .....	35
5.3 Araştırmanın Amacı .....	35
5.4 Araştırmanın Modeli .....	35
5.5 Araştırmanın Hipotezleri.....	36
5.6 Sınırlılıklar .....	36
5.7 Varsayımlar .....	36
5.8 Çalışma Grubu.....	37

5.9 Araştırma Soruları .....	37
5.10 Görüşmelerin Uygulanması.....	38
5.11 Verilerin Analizi.....	39
<b>6. BULGULAR VE TARTIşMA .....</b>	<b>40</b>
6.1 Bulgular .....	40
<b>7. SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>49</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>52</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>57</b>



## ÖZET

### TÜRK MUTFAĞININ DÜNYAYA TANITIMINDA FESTİVALLERİN ROLÜ

Gastronomi festivalleri yerel yemeklerin pazarlanması, tanıtılması ve sürdürülebilirliği için önemli araçlardır ve turistlere yerel yemekleri deneyimleyebilecekleri bir ortam sağlarlar. Türkiye'deki yöresel çeşitlilik, coğrafi zenginlik ve sahip olunan gastronomi hafızası ile her yıl çok sayıda gastronomi festivali düzenlenmektedir. Düzenlenen festivaller Türkiye'nin geneline yayılmış durumdadır. Çalışmanın amacı, Türkiye'de düzenlenen gastronomi festivallerini tespit etmek ve gastronomi festivali haritasını oluşturmaktır.

Gastronomi festivalleri bölge ya da yörelerde yapılan yiyecek ve içeceklerin, yapımı, sunumu, tadımlanması, reçetesi gibi detaylarının bulunduğu, kültürel özelliklerinin, geleneklerinin ve yerel ritüellerin yer aldığı etkinliklerdir. Bu bağlamda gastronomi festivalleri, yerel halka gelir kazandırıcı etki yaratmakta, yerel işletmelere kar sağlayıcı faaliyetler sağlamakta, yerel lezzetlerin korunması, tanıtılması ve sürdürülebilir olmasına doğrudan etki etmektedir.

Bu kapsamda, çalışmada ikincil veri kaynakları derinlemesine incelenerek ve gastronomi turizmi ile ilgili mülakat yöntemi uygulanmıştır. Araştırmaya göre festivallerin, Türk mutfak kültürünün tanıtım ve pazarlamasında, ülke ekonomisine katkı sağlamasında oldukça etkilidir.

**Anahtar Kelimeler:** *Gastronomi, Festivaller, Festivaller haritası*



## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF FESTVLS IN THE PROMOTION OF TURKISH CUISINE TO THE WORLD**

Gastronomy festivals are important tools for the marketing, promotion and sustainability of local food and provide an environment where tourists can experience local food. Many gastronomy festivals are organized every year with the regional diversity, geographical richness and gastronomy memory in Turkey. Organized festivals are spread all over Turkey. The aim of the study is to determine the gastronomy festivals organized in Turkey and to create the gastronomic festival map.

Gastronomy festivals are events where the food and beverages made in the region or regions, their production, presentation, tasting, recipe, cultural characteristics, traditions and local rituals are included. In this context, gastronomy festivals create an income-generating effect for the local people, provide profit-making activities to local businesses, and directly affect the preservation, promotion and sustainability of local tastes.

In this context, in the study, secondary data sources were examined in depth and the interview method related to gastronomy tourism was applied. According to the research, festivals are very effective in promoting and marketing Turkish culinary culture and contributing to the country's economy.

**Keywords:** *Gastronomy, Festivals, Festivals map*

## GİRİŞ

Günümüzde turizm endüstrisinin cazibe merkezlerinden biri olan festivallerde, yiyecek ve içeceklerin vazgeçilmez bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Dünyanın birçok yerinde farklı türde festivaller düzenlenmekte olup, bunlar gastronomik ürünleri bünyesinde barındırabilmekte ya da tümüyle gastronomi odaklı olabilmektedir. Festivaller, gerçekleştiği bölgenin yerel halkına, ekonomisine, bölge imajına ve yerel mutfağının sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte festivaller, yerel kültürün tanıtılmasına ve bölge turizminin gelişmesine de yardımcı olmaktadır. Bu açıdan çalışmamızda Türk Mutfağının dünyaya tanıtılması konusunda festivallerin etkisi irdelenmek istenmiştir.

Dünyada yemek kültürü tarihi insanlık tarihi kadar eskilere dayanmaktadır. Yöresel yiyecek ve içecekleri kapsayan gastronomik unsurlar gerek bölgenin kalkınmasında gerekse pazarlanmasında ve aynı zamanda destinasyon marka değerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Turizm faaliyetleri farklı içerik ve türlere sahip birimlerden oluşmaktadır. Festivaller en önemli turist çekim unsurlarındandır. Son yıllarda yapılan festivallere yapılan yatırımlar ile sektörden elde edilen gelir düzeyi artmıştır.

Gerçekleştirilen gastronomi festivalleri ve etkinlikleri bu doğrultuda birçok çalışmaya göre en etkili yöntemlerden birisidir. Bu çalışmada, ülkemizin sahip olduğu mutfak kültürü ve zenginliklerinin daha iyi tanıtılması için uygulanması gerekenler araştırılarak festivallerin artı, eksi yönleri turizm profesyonellerinin görüşleri de alınarak incelenmesi amaçlanarak Türkiye’de düzenlenen festivaller üzerine bir durum analizi yapılarak festivallerden turizme en fazla düzeyde nasıl fayda getirileceği konusu tartışılacaktır.

## 1. TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TEMELLERİ

### 1.1 Yemek Kültürüne Genel Bakış

Toplumların sahip olduğu kültürel değerler sadece yaşam tarzlarını etkilemekle kalmaz, aynı zamanda yeme ve içme alışkanlıklarını da etkiler. Bu nedenle farklı toplumlarda farklı yeme-içme alışkanlıkları, yiyecekler ve lezzetler ile çeşitli pişirme ve saklama yöntemlerini gözlemlemek mümkündür.

Bir toplumun yemek kültürü, coğrafi konumu, iklimi, tarımı, hayvancılık, sanayileşme ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması gibi birçok faktörün etkisi altında gelişir ve değişir. Çoğu zaman, toplumun temel besini o bölgede en çok üretilen besindir; ancak topluluklar daha sanayileşip kentleştikçe, kendi ürettikleri yiyecekleri tüketmek yerine başkaları tarafından üretilen yiyecekleri satın almaya ve tüketmeye başlamışlardır (Baysal, 1993a).

İnsanlar günümüzde sadece açlık ihtiyaçlarını gidermek için yemek yemiyorlar, aynı zamanda yemeklerin, atmosferin, manzaraların ve diğer koşulların tadını çıkarmak ve tatmin olmak için evlerinin dışında da yemek yemektedirler.

Üstelik yemek yemek sadece rekreasyonel bir aktivite değil, aynı zamanda günümüzde turizm davranışlarına dahil edilen bir özelliktir. Turistler genellikle ziyaret ettikleri bölgenin yerel yemeklerini tercih etmektedirler. Dahası tüketim, turistik davranışın önemli bir parçasıdır. Turistler sadece manzarayı ya da duyduklarını değil, o bölgenin lezzetlerini de tüketmektedirler. Hemen hemen tüm turistler bir bölgede tatil deyken dışarıda yemek yemeyi tercih etmektedir. Dolayısıyla, yerel mutfak kendini başka bir kültüre daldırmak ve onu tanımak için en önemli araçlardan biridir (Kastenholz, Davis ve Paul 1999; Gyimóthy, Rassing ve Wanhill, 2000; Joppe, Martin ve Waalen, 2001).

Bir toplumun kültürel değerleri, o toplumun yaşam tarzı ve yeme-içme alışkanlıkları üzerinde oldukça etkilidir. Farklı toplumların farklı kültürlere sahip olduğu bir gerçektir. Aynı şekilde Türk toplumu da yemekleri, lezzetleri ve özellikleri bakımından diğer toplumlardan ayrılmaktadır (Türk Mutfağı Portalı, 2008). Tarihte çıktıkları andan itibaren Türkler beslenmeye büyük önem vermişlerdir. Yemek yemek her zaman sosyal yaşamda önemli bir faktör olmuştur; Öyle ki Türk yöneticiler ana ilke olarak “halkınızı asla aç ve çıplak bırakmayın” şeklinde bir düstur edinmişlerdir (Talas, 2005).

## 1.2 Türk Yemek Kültürü

Ülkeler için turizmin vazgeçilmez bir parçası olan Türk mutfağı, Fransız ve Çin mutfakları ile birlikte gastronomi uzmanlarına göre dünyanın önde gelen mutfakları arasında yer almaktadır (Denizer, 2007). Türkiye'nin coğrafi konumu, tarih boyunca diğer kültürlerle etkileşimi ve iki büyük imparatorluğun getirdiği renkli çeşitliliği Türk mutfağının çeşitliliğini sağlayan etkenler olmuştur.

Türk mutfağını ve çok katmanlı yemek kültürünü bir bileşeni olarak anlamaya başlamadan önce, mutfak kültürünün ne olduğuna ışık tutmak mantıklı olacaktır. Maviş (2003), yeme-içme alışkanlıklarının oluşturduğu, bölgeden bölgeye farklılık gösteren inanç ve uygulamaların yanı sıra yiyecek, besin ve içecek çeşitleri ve bunların nasıl hazırlandığını, pişirildiğini ve saklandığını içeren kültürel yapı olarak tanımlamaktadır.

Her milletin kültürel yapısına uygun bir mutfak kültürü vardır. Türk mutfağı ise en renkli ve zengin mutfaklar arasındadır (Dereli, 1989). Türk yemek kültürü tarihi, pek çok medeniyet dahil olmak üzere en az on bin yıl önce insanlık tarafından asırlardır denenmiş pişirme yöntemlerinden önce gelen pişirme yöntemleriyle dünyanın en eski yemek kültürlerinden biridir (Doğanbey, 1988). Bu zenginlik, yeryüzündeki en eski toplulukların bir araya gelerek Türk milletini oluşturmasından kaynaklanmaktadır (Dereli, 1989). Bu bilgiler doğrultusunda Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişimiyle bu zenginliğin altında yatan nedenleri, baharatları, pişirme yöntemleri ve zengin

iklim koşullarını anlatmak mümkündür. Türk mutfak kültürünün gelişimi de bu etkilerin ışığında ortaya çıkmıştır (Ögel, 1981).

Orta Asya'dan Anadolu'ya göç eden Türkler, tarihi köklerinden dolayı zengin bir kültürel geçmişe sahiptir. Et ve fermente süt ürünleri, Mezopotamya'dan tahıllar, Akdeniz çevresinden meyve ve sebzeler ve Güney Asya'dan baharatlar kullanan Orta Asya'dan göçebe halk, zengin bir Türk yemek kültürünün oluşumunu etkilemiştir (Baysal, 1993).

Türk yemek kültüründeki bazı yemeklerin başka kültürlerden de etkilendiğini görmek mümkündür. Örneğin; Fransız mutfağından pastalar, İtalyan makarnaları (Baysal, 1993b), Tavukgöğsü (tavuk göğsü beyaz puding) ve Kazandibi (karamelize puding) Romalılarından, balık, zeytin ve zeytinyağlı yemekler Bizanslılardan kültürümüze geçmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008). Osmanlı döneminde Batı kültürünün etkisiyle Fransız yemeklerinin varlığını görmek mümkündür. Türk yemek kültüründe görülen ve sevilen patates, domates, dolmalık biber ve kabak çeşitleri gibi pek çok sebze, Amerika kıtasının keşfedilmesiyle eski dünyaya yayılmalarının ardından Türk yemek kültüründe görülmeye başlanmıştır (Samancı ve Croxford, 2006). Türkiye'nin kendi mutfak kültürü de kendi tarihsel gelişimi ve dönüşümü çerçevesinde incelenebilir.

### **1.2.1 Orta Asya Zamanları**

Orta Asya Türklerinin mutfağı imkânsızlık ve sadelik eksikliğini yansıtır. Orta Asya'nın büyük bir bölümünü kapsayan bozkırlarda ortaya çıkan göçebe yaşam tarzları, hayvanları ustalıkla yetiştiren ve çevresel koşulları kullanan bir kültürü temsil etmektedir. Göçebeler, çeşitli koşullara bağlı olarak, belirli bir yere yerleşmek yerine, çadırları, hayvanları ve aletleriyle belirli bölgelere yerleşirler; su ve otları takip ederler (Alpargu, 2008).

Hayvanları beslemek ve yetiştirmek doğal olarak hayvansal ürünlerin beslenmede de daha yaygın olduğu anlamına gelmektedir. Türk toplulukları, Hunlar döneminden itibaren koyun, keçi, deve ve özellikle önemli olan atların yanı sıra çeşitli sığır türlerini de yetiştirmişlerdir. Başta buğday olmak üzere at, koyun, keçi ve diğer sığır ve tahıl bazlı yiyeceklerin yanı sıra çeşitli av etlerini

de tüketmişlerdir. Arpadan ekmek, çorba, arpa yemekleri ve yulaf lapası yapmışlar ve pirinç kullandıkları da bilinen bir gerçektir (Alpargu, 2008).

Diyetlerinin süt ve süt ürünleri, don yağı, tereyağı ve sakatatlardan oluştuğu görülmüştür. Kımız (fermente kısrak sütü) ve ayran (seyreltilmiş ve tuzlu yoğurt içeceği) başlıca içecekler arasındadır. Yoğurt hem tek başına tüketilir, hem kurut (yağsız yoğurttan yapılan bir peynir çeşidi) veya içine sirke veya süt ilave edilerek kullanılırdı.

Yoğurt önemli bir yere sahipken, yemeklerde de farklı modalarda kullanılıyordu. Ispanak, karnabahar, kabak, turp, havuç, soğan, sarımsak, patlıcan, şalgam ve orach gibi bitkilerin yetiştirildiği bilinmekle birlikte, bu sebzelerin hangilerinin pişirmede kullanıldığına dair yeterli bilgi yoktur. Tarımdaki sebzeler yardımcı ürünler olarak düşünülebilir; ancak o zamanlar sebze yemeklerinin pek de saygıyla yapılmadığını da söylenilebilir. Orta Asya'da bol ve çeşitli meyveler olduğu için, görünüşe göre meyveler hem kurutulmuş hem de taze olarak tüketilmekteydi. Yusuf Has Hacib'in eserleri; (Kutadgu Bilig) Kaşgarlı Mahmut; (Divanü Lugati't Türk) 11. yüzyıl Türk dünyasına ilişkin değerli bilgiler içermektedir.

Orta Asya'da yarı yerleşik Türklerin yemek kültürüyle ilgili herhangi bir bilgi bulunmamakla birlikte, geri kalan tariflerin büyük çoğunluğu et yemekleridir. Et için çok yaygın bir pişirme yöntemi, etin bir zemin fırınında şiş üzerinde pişirilmesi veya tamamen kavrulmasıydı. Büryan, kebabın bir diğer adıdır. Yiyecekleri ateşe veya küllere gömerek pişirme, haşlama ve haşlama et pişirmek için kullanılan ek yöntemlerdir. Et taze tüketilmesinin yanı sıra kurutulmuş et (kak et), pastırma (yazok et) veya fermente sosis (sucuk) (soktu) şeklinde tüketilirdi.

Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde adı geçen bir diğer yemek olan tutmaç, 11. yüzyıl Türklerinin en meşhur yemeklerinden biridir. Bugün bile Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde halen yapılmaktadır (Oral, 2002).

Eti kıyma ve hamurla pişirme (börek), mantı ve pide gibi yemeklerde en çok yerleşik kültürde kullanılan yöntemlerdi. Ekşi yoğurt ve sirke ile tatlandırılan yemekler de bu dönemlerde moda idi.

Yufka ekmeği, o zamanlar öne çıkan ve günümüzde hala kullanılmakta olan bir diğer ekmek türüdür. Çörek de çağdaş adı ve biçimi ile tanınmış ve çeşitli çeşitleri pişirilmiştir. En yaygın çörek çeşitlerinden biri, sıcak küllere gömülerek pişirilen kömeç'tir (gömmeç). Ayrıca kürşek denen darı tabağı da süte darı kaynatıp üzerine yağ dökülerek yapılan bir çeşit darı tabağı vardı.

Dönemin tatlıları incelendiğinde öncelikle üzüm pekmezi ve balın tüketildiği görülmektedir. Üzüm pekmezi, pişmiş arpa ve buğday unundan yapılan talkan ile karıştırılarak yenirdi. Bu tatlının günümüzde yaygın olarak tüketilen pekmez ve tahine benzediği tahmin edilmektedir. Dönemin diğer tatlıları arasında ekmek tatlısı yer almaktadır.

İçkiler konusunda ise 11. yüzyılda en çok tüketilen içeceklerden birinin şarap olduğu görülmektedir. Şarabın süçik veya çakır gibi farklı isimleri vardı; farklı bölgelerde yaşayan Türklerin bir kısmı kırmızı şarap kızıl süçik olarak bile adlandırılır. Diğer bir yaygın şarap türü ise ugut olarak adlandırılır ve belli bir hamur türünden elde edilir (Genç, 2002). Meyvelerle ilgili bölümde bahsedildiği gibi, hem taze hem de kuru formda kullanılmış, daha sonra şıra (fermente) ve soğukluk gibi şerbetlerin farklı versiyonlarına dönüştürülerek yemek yerken yemeğe eşlik edilmiştir (Genç, 2002).

Özetle Orta Asya zamanına göre et yemekleri ve hamur işlerinin büyük saygı gördüğu söylenebilir. Bugün Anadolu'nun birçok köyünde benzer bir beslenme gözlemleyebiliyoruz; ancak et tüketiminde farklılıklar olduğu kesindir.

### **1.2.2 Selçuklu Ve Beylik Zamanları**

Türklerin yakın doğuya gelmesiyle ortaya çıkan mutfak kültüründeki en belirgin farklılık, bitki ve hayvansal temelli yiyeceklerin bir arada kullanılması olacaktır. Yeni anavatanlarında Türkler, eski çağlardan beri tarıma aşına olan yerleşik bir kültürle tanışmışlardır. Tarım geleneği, Selçuklular bölgeye gelmeden önce Roma döneminde tamamlanmış ve Bizans döneminde de devam etmiştir. Selçuklular bu geleneği sürdürdüler ve tarımı desteklediler. Türk Selçukluları yarı göçebe bir geleneğin mensupları olsalar da zamanla yerleşmeyi benimsemişler ve şehirler inşa etmişlerdir.

Anadolu Selçuklularından yeme içme alışkanlıkları konusunda kalan çok az kaynak, mütevazı olduklarını ve yerleşime yeni geçmiş göçebe kabileler için uygun olduklarını iddia ediyor. Bu kaynaklar, başlangıçta sözlük olarak kaleme alınan Divanü lugati't Türk, 14. yüzyılda yazıya geçirilen Kutadgu Bilig ve Dede Korkut hikâyeleridir. Bu kaynaklar, dönemin yeme ve içme alışkanlıkları, sofrada adabı, yemeklerin isimleri ve yöntemleri ile mutfak eşyaları hakkında bilgiler içermektedir. Ayrıca yemek yemenin, sadece beslenme amacına hizmet etmek yerine, bazı ayinler ve kurallar elde ettiği görülmektedir. Sözü edilen kaynaklar, açlığı gidermenin ötesinde yemenin sosyal bağlamını ve anlamlarını göstermeleri açısından oldukça önemlidir.

Türkmen gruplarıyla beraber Anadolu'da keçilerde gelmeye başlamışlardır. Bu anlamda, hayvancılığın bu dönemde ve daha sonra kurulan diğer devletler için ana geçim kaynağı olduğu kanıtlanmıştır. Öyle ki bazı aşiret ve devletlere bu gerçek adı verilmiştir (Akkoyunlu - beyaz koyun, Karakoyunlu - kara koyun, Sarı Keçili - sarı keçi, Kara Tekeli - kara keçi vb.).

Hayvancılığın öne çıktığı bir yaşam tarzı için, hayvansal ürünlerin mutfağının en önemli bölümünü temsil etmesi doğaldır. Et, sütlü krema, yoğurt ve süt olarak özetlenebilecek menü oldukça sadedir. Et bol miktarda bulunur ve bol miktarda tüketilir. Günde iki öğün yemek vardır - biri sabah ortasında, diğeri gece.

Aladdin Keykubat'ın 1237 yılında attığı bir ziyafette tüketilen yemekler şu şekilde aktarıldı: *“Elvan taam ve biryandar ve müza'fer ve kaz ve tavuk çevirmeleri ve arı girdeler ve tennurları ve mümessek ve muattar şerbetler birle dökülüp yenildi. Ve içildi. ”*

Bu metinde bahsedildiği gibi “biryani” kelimesi kebab anlamına gelmektedir. Kebap, tandır (taban fırınında), kuyu (yer altı çukur fırında) veya şiş kavurma gibi çeşitli yöntemlerle yapılır. Arı girde, buğdaydan yapılmış yufka ekmeği anlamına gelir. Halen Anadolu'nun pek çok yerinde yapılan yufka ekmeği Selçuklu döneminde de tüketilirdi. Nukul veya lokul'un tatlı veya meze olduğu söylenir. Bugün hala hayatta olan bu yemek, 2-3 mm kalınlığında hamur açılarak ve üzerine pudra şekeri, kıyma veya ceviz serpilerek silindirlere



yuvarlanarak yapılır. Daha sonra bir tepsiye dizilip pişirilen 8-10 cm uzunluğunda parçalar halinde kesilir. Tandır ekmeği de bu dönemde biliniyor ve tüketiliyordu.

Mevlana Celâleddin Rumi'nin Mesnevi'nde Selçuklu yemeklerine ışık tutan bilgiler var. Mesnevi-i Şerif'in bir beytinde "*Eşeğin karnı saman ve ot özlemi, adamın karnında buğday çorbası özlüyor*" diye bir bölüm vardır. Bahsedilen buğday çorbası, daha sonra öğütülmüş ve küçültülmüş kabuklu buğdaydan yapılır. Yoğurt veya ayran ile karıştırılır.

Selçukname'den bir başka örnek ise şu şekildedir: “... *.elvan niam dane ve müza'fer ve kalliyyat ve boraniyyat ve me'muniye, ve halavat-ı mümessek ve muattar ve yahniler ve söğümler ve biryandar ve tavuk ve güvercin ve kekkik ve bıldırcın söğümleri... .. Ve kırmız ve muattar şerbetler yenildi içildi* ”. Bu metin kalye, borani, helva, zerde ve güveç yemeklerini göstermektedir.

Söğüme veya söğürme, her türlü etin (kırmızı et veya kümes hayvanları) tencerede, baharatlarla hazırlandıktan sonra fırın veya tandırda pişirilmesini ifade eder.

Kalye, etsiz, önce yağla yakılan, sonra kaynatılan sebze yemeklerini ifade eder.

Borani ise suda kaynatılıp süzülerek süzülen tabaklara atıfta bulunuyor; ayrıca sebzeler pilav veya bulgurla pişirilerek üzerine yoğurtla servis edilir.

Keşkek adıyla da anılan Herise, hem Selçukluların hem de kendilerinden önce hüküm süren diğer İslam devletlerinin vazgeçilmez yemeklerindedir. Bu dönemde en çok üretilen ve tüketilen tahıl, Selçuklu mutfağındaki pek çok ürünün de ana maddesi olan buğdaydı. Un, bulgur ve iri öğütülmüş buğday ürünleri şeklinde tüketilirdi. Bu listede tatlı olarak çeşitli helva türleri de bulunmaktadır. Bu zamanın başlıca içecekleri kırmız, ayran, şarap ve şerbetlerdi (Şavkay, 2005).

### 1.2.3 Osmanlı İmparatorluğu

Osmanlı Devleti'nin gelişimi Türk mutfak kültürüne de yansımıştır. 15. yüzyıldaki yemekler çok az çeşitlilik ve sade iken, 16. yüzyılda en görkemli yıllarına tanık oldular. Bu ihtişam 17. ve 18. yüzyıllar boyunca devam etti; ancak 19. yüzyılda Osmanlı Devleti'nin yoksulluk yılları Türk mutfağını da etkiledi. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türk mutfak kültürünün gelişmesinin bir başka nedeni de imparatorluğun yönettiği geniş coğrafi alandır; sonuç olarak birçok yeni kültür tanıtıldı ve etkili oldu (Tuncel, 2000).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türk mutfak kültürü, saray mutfağı ve halk mutfağı olmak üzere ikiye ayrılır. Saray mutfağı, Sultan, Ana Kraliçe ve Yüce Divan halkı için hazırlanan gösterişli sofralardan oluşur. Bu arada aşçılar, saray çevresindeki kalabalığı doyurmak için birçok yeni yemek icat etti. Yaklaşık 1200 personel ile sadece saray çevresindekilerin değil misafirlerin de ihtiyaçlarına cevap vermeye çalıştılar (Yılmaz, 2002). Saray mutfağının gelişimi, 15. yüzyılın ikinci yarısında Fatih Sultan Mehmet'in Topkapı Sarayı'na yeni mutfakların yapımını yaptırmasıyla başlamıştır (Mussmann ve Pahalı, 1994). Marmara Denizi'ne bakan, sayısız kubbesi ve bacası ile dikkat çeken bu mutfaklara “Yeni Saray” adı verildi (Gürkan, 2007).

Fatih Sultan Mehmet'in 1453'te İstanbul'u fethi üzerine Osmanlı yemekleri büyük değişikliklere uğradı. Bu dönemde deniz ürünleri tüketimi arttı. Yine bu dönemde Fatih Yasası ile Osmanlılarda sofrada adabı kullanılmaya başlandı. Fatih Sultan Mehmet'in saltanatı, çeşitlerden çok sadeliğe ve ne kadar tatmin edici olduklarına verilen önemi gördü (Ünver, 1952).

Osmanlılarda Batı'nın yansımalarıyla beraber, ilk olarak sofrada adabında yenilikler getirilmiş, daha sonra sarayda bakır tepsi yerine masalar, minderler yerine sandalyeler ve yaygın olarak kullanılan tencere yerine çatal, bıçak ve su setleri kullanılmaya başlanmıştır.

Modern Türk mutfağının temelinde Osmanlı mutfağının yattığını söylemek mümkün. Tarih boyunca önemli değişimler ve kilometre taşları Türk mutfağının temelini oluşturur. Türk mutfak kültürünün oluşmasında etkili olan faktörler şu başlıklar altında açıklanabilir:

### **1.2.3.1 Orta Asya Ve Göçebe Kültürlerin Etkileri**

Bunlar, darı, buğday, et ve süt ürünlerinin çok yaygın olduğu Orta Asya bozkırlarından taşınan göçebe kültüründen yemeklerdir. Çin mutfağından izler barındırdıkları da söylenebilir. Pastırma, üstü çemenle kaplanmış çiğ et, yoğurt, kebab çeşitleri ve hamur işleri bu etkinin devamı olarak düşünülebilir (Şirvani, 2005).

Türkler Afrika, Balkanlar, Kafkasya, Anadolu ve Orta Avrupa'ya yayılmış muazzam bir imparatorluğu yönetirken bile eski Türk kültürüyle bağlarını korudular. Bu dönemde sayıların azalmasına rağmen, bu yüzyılda Anadolu'nun birçok yerinde göçebe topluluklar hala yaşıyorlardı.

### **1.2.3.2 Farsça Ve Arap Etkileri**

Türkler İslam'ı kabul ettikten sonra Arap kültürüyle daha yakın ilişkiler kurdular; böylelikle karşılıklı bir etkileşimin varlığını ve özellikle tatlılarıyla Arap mutfağının Türk mutfağı üzerindeki etkisini iddia edebiliriz. Bölgenin en önemli yerleşik medeniyeti olan İran, yüksek ve rafine kültürü ile Araplar ve Türkler üzerinde büyük etkiye sahipti. Özellikle saray ve idari sınıfta açıkça gözlemlenen bu etki, daha sonra halka da yansımıştır. T. Şavkay'ın önerdiği gibi, “yüksek mutfak”, belirli kurallar çerçevesinde tatlı, ekşi ve tuzlu gibi farklı tatları kullanır (Sarayda çok eski bir gelenek olan Türkçede baharatlı pirinç, içli pilav bu olguyu örneklemektedir. belki de en iyi yol). Bu etkinin bir başka göstergesi de yemeklerin isimlerinde görülebilir, çünkü bunların çoğu ya Arapça ya da Farsçadır. 15. yüzyılda Şirvani tarafından Arapçadan çevrilen Kitab-u Tabh, birçok Fars yemeğinden bahseder ve dönemin yemek kültürüne Fars etkisini yansıtır.

### **1.2.3.3 Çevre Kültürlerin Etkileri**

Türk mutfak kültürünün temelleri açısından bir diğer önemli nokta, Türklerin Anadolu'ya gelip bölgede yaşamış insanlarla tanışması nedeniyle yerel halkın ve kültürlerinin etkisi oldu. Tarihçilere göre Anadolu'nun Türkleşmesinin ilk dönemlerinde yerli nüfus çok daha fazlaydı ve yerleşim yerlerini büyük ölçüde korudular. Bu durumun Türklerin ve yerli Anadolu'luların ortak bir yaşam sürmelerine zemin hazırladığını söylemek yanlış

olmaz (Şavkay, 2005). Benzer şekilde, T. Şavkay'a göre(2005), o zamanlar yerli Anadolular aslında kendilerinden öncekilerin halefleriydi; dolaylı olarak da Türkleri kadim kavimlerin mirasçıları yaptılar. Türkler gerçekten de Müslüman hanedanlar ve Bizans unsurlarından etkilenmiş olmalı, çünkü Anadolu'ya geldiklerinde her ikisiyle de sürekli temas halindeydiler; yine de, bu varsayımı doğrulamak için net ve yeterli bilgi elde edilmemiştir. Bizans ve Osmanlı mutfakları arasında pek çok bariz fark vardır; Örneğin Bizans mutfağı zeytinyağına öncelik verirken, Osmanlıların tereyağı tercih ettiği bilinmektedir.

#### **1.2.3.4 Fetihlerin Etkileri**

Osmanlılar fethettikleri bölgelerde karşılaştıkları yeni ürünlerin bir kısmını doğrudan merkeze götürürken, bu yerlerde sayısız ürünün üretimine de sıklıkla öncülük etmiş ve en kaliteli ürünlerin İstanbul'a gönderilmesini sağlamıştır. Fetihler neticesinde gelişen ticari ve siyasi ilişkiler nedeniyle mutfak kültürünü de etkileyen bir etkileşim olduğu kabul edilmelidir. Yemek kültürü ve yeme-içme alışkanlıkları kültürün en yavaş ilerleyen alanları arasında yer aldığından, söz konusu etkileşim oldukça uzun bir tanıtım ve alışma döneminden geçmekte; bu nedenle, patates ve domates gibi Amerikan menşeli ürünler, Osmanlı coğrafyasına yayılmadan yüzyıllar öncesine dayanmaktadır (Şavkay, 2005).

Osmanlı dönemini çeşitli zaman dilimleri kategorilerinde incelemek faydalıdır, çünkü söz konusu dönem çok uzundur. Mutfak kültüründe yüzyılların büyük zenginliklere ulaştığı bu dönemlerde ele alınır. Osmanlı İmparatorluğu, üç ayrı kıtada topraklara sahip olması ve farklı kabileler arasında karşılıklı kültür alışverişi bu zenginliğin temelini oluşturan en önemli nedenlerdendir. Dolayısıyla Türk mutfağından bahsettiğimizde Çin, Fars, Arap, Bizans, Avrupa ve Akdeniz topraklarından görece etkilenen bir mutfaktan da bahsediyoruz. Başkent İstanbul, hanedanın yaşadığı saray ile birlikte yemek kültürünün hem değişmesine hem de ortaya çıkmasına neden olmuştur (Gürsoy, 2013).

Kuruluş Dönemi olarak adlandıracağımız 14. yüzyıl, Selçuklu Devleti'nin yıkılmasından sonra bölge yönetimleri olan beyliklerin hâkimiyetine girmiştir. Bu yüzyılın sonlarına doğru, daha sonra Osmanlı İmparatorluğu olarak anılacak

olan devlet, kendisini diğerlerinden üstün kurmayı başardı. Bu dönemin yemek tüketimini ve kültürünü et ile değerlendirmeye başlamak daha doğru olacaktır.

Koyun yetiştiriciliğinin 14. yüzyıldan itibaren göçebelere özgü bir faaliyet olmaktan öteye geçtiğini ve koyunların yöre için bir simge haline geldiğini gözlemliyoruz. Koyun ve kuzu, toplumun her kesimi tarafından tüketilmiştir (Gürsoy, 2013). Faslı gezgin İbn Battuta, hayatı boyunca Çin'e uzanan seyahatleri sırasında Anadolu'yu ziyaret etmiş ve ziyaret ettiği tüm Anadolu şehirlerinde bol meyve yetiştirildiğini belirtmiştir. Bugün olduğu gibi 14. yüzyılda Anadolu'da o kadar çok meyve yetişti ki, bir kısmı çevre bölgelere ihraç edildi. Selçuklu döneminin sadeliği, israfın önlenmesi ve yöresel, geleneksel yemeklerin kullanılmasının getirdiği kısıtlama bu dönemde de devam etmektedir. Ekmek, yemenin ana unsurudur. Çeşitli formlarda üretilen, pide çeşitlerinden çörek çeşitlerine kadar çok çeşitli ekmek türlerine rastlanmaktadır. Kaynaklara göre bu dönemi anlatan bazı ipuçları, günde iki öğün yemek olduğunu ortaya koyuyor; bunlardan biri sabah ve ikincisi, öğlen ve öğleden sonra arasında bir saatte.

Diğer imparatorluklar gibi Osmanlı İmparatorluğu da başkentin ve sarayın açlığını gidermeye büyük önem veriyordu. Devlet memurları, ulema, başkentte yaşayan seçkin ve önemli kişiler bağlı olduğu dikkati örneklendirebilir. Crème de la crème içeren mahkeme, Osmanlı topraklarında yetişen en kaliteli ürünleri tüketiyordu.

Osmanlı sarayındaki diyetle ilgili en eski kayıtlar, 15. yüzyılın ikinci yarısına ait mutfak kayıtlarıdır. Özellikle Arif Bilgin'in yürüttüğü çalışmada, döneme ışık tutması için Topkapı Sarayı kayıtları incelenmiştir (Koz, 2002). Söz konusu yazarın çalışmalarına göre 15. ve 17. yüzyıllar arasındaki yemek kültürü aktarılmaktadır (Bilgin, 2002).

Osmanlı saray mutfağının yemek kültürünün bazı farklı özellikleri ve dikkat çekici yönleri, aslında Osmanlı halk mutfağının yanı sıra dönemin İslam dünyasının genel özellikleriyle de örtüşmektedir. Buna göre, Osmanlı sarayının beslenme alışkanlıkları yalnızca bir veya birkaç temel gıda ürününe dayanmamaktadır; aksine tüm gıda ürünleri dengeli bir şekilde tüketilmektedir.

Orta ve yeni çağlarda uzak doğu, Asya, Hint ve İran mutfaklarında pirincin hegemonyasına rağmen, buğday ve et bu bölgelerin çoğuna zar zor dahil edildi. Avrupa'da ise et oldukça baskınken, arka planda sebze kaldı. Osmanlı mutfağında Osmanlı topraklarında üretilen hemen hemen tüm hayvan ve bitki esaslı ürünler kullanılmıştır. Menülerde en çok et, buğday, pirinç ve sade tereyağı yer alırken, saraydakiler diğer tüm hayvansal ve bitkisel ürünleri dengeli bir şekilde tüketiyordu.

Saray yemek kültürünün bir başka özelliği de, geleneksel İslam tıbbından kaynaklanan beslenme ve sağlık arasındaki bağlantının altını çizen fikri kabul etmesidir. Buna göre insan vücudunda dört adet mizaç vardır; kan, balgam, sarı safra ve siyah safra. Mizah dengesi sağlığı gösterirken, bu dengenin bozulması hastalığı gösterir. Diyetler, bu mizahların dengesini sağlamaya odaklanır.

Padişahın cömertliğinin en önemli göstergesi olarak görülen mahkeme masaları ek sembolik anlamlar da taşıyordu. Oturma kuralları ve sofrada adabı ile düzenlenmiştir. Buna göre, hiyerarşi kimin hangi masada yemek yiyeceğini belirledi. Yabancı devlet görevlileri onuruna verilen bayramların yanı sıra yemeklerin süresi kısa tutulurken, lüks ve şatafattan da kaçınıldı. Çatal ve bıçak kullanılmayan sofralarda tek tabaktan kaşıkla yemek yenirdi. Günde iki öğün yemek yemek de kalıcı bir alışkanlıktı. Saray yemekleri, Fatih döneminde kurulduğu düşünülen “Matbah-ı Amire Emaneti” tarafından pişirildi. Bu kurumun en önemli iki birimi mutfaklar ve helvahane (padişah mutfağının tatlıların ve şekerlemelerin yapıldığı bölümü) idi. Mutfaklarda saray yemekleri pişirilirken helvahanede çeşitli tatlı çeşitleri, reçel, komposto ve şerbet gibi içecekler, macun (tatlı ve renkli Türk şekerleme ezmesi) ve turşu üretildi. Avlunun içinde, Sultan'a ve Osmanlı mahkemelerinde özel bir okul olan Enderun'un ileri gelenlerine hizmet eden Kuşhane adında bir mutfak daha vardı (Samancı, 2008).

Mahkemedeki yiyecek ve içecek türlerinin analizi, ekmeklerin yüksek kaliteli ince undan veya orta kaliteli fodula özelliğinden yapıldığını ve daha sonra hiyerarşik organizasyona göre dağıtıldığını göstermektedir. Sarayda yapılan yiyecek ve içeceklerle ilgili çok sayıda kaynak bulmak mümkün olmadığından, bir kaç mutfak ve ziyafet sicilleri dışında, 15. ve 16. yüzyıl

yemeklerinin günümüze kadar ne ölçüde değiştiğini de tespit etmesi pek olası değildir. . Şirvani'nin 15. yüzyıl yemek kitabını çevirmesi bu boşluğu biraz da olsa dolduruyor. Bu yemek kitabındaki yemekler günümüzdekilerden çok önemli farklılıklar taşıyor. Örneğin bal ve sirke gibi zıt tatların bir arada kullanılması; çeşitli yemeklerde başrolü oynayan pişmiş meyve ve sebzeler ve hatta dolma (dolma) yapmak sadece çağdaş lezzetlerle bağdaşmaz; ancak belirli bir dönemin yaygın değerleri olarak düşünülmelidir (Şirvani, 2005).

Göçebe yemeklerinde rastlanmayan bir diğer olgu ise, Osmanlı mutfağının istikrarlı olmadığını ve sürekli gelişmeye devam ettiğini gösteren, sebzelerin ağırlıklı kullanımı ve tatlı ürün ve tatlıların popülerliğidir.

Mahkeme menüsünde beş ana gıda ürünü görünür hale geliyor - buğday, un, et, pirinç, tereyağı ve şeker. Üstelik burada en çok üç çeşit ana yemek tüketiliyor; bunlar çorba, pilav ve et yemekleri. Eserlerinde farklı dönemlere ilişkin bilgiler aktaran tüm gezginler, pirinç konusunu, bazılarının “Türklerin kutsal yemeği” olarak tasvir ettiği ölçüde ele aldılar. Koyun eti, kuzu eti, tavuk ve diğer kümes hayvanları hem güveç hem de kebab için kullanıldı. Helvahane ise tıbbi amaçlı kullanılan farklı macun türlerinin yanı sıra tatlı, reçel ve turşu üretimi de yapıyordu. İçecekler gelince, sarayda hoşaf, şerbet, limon suyu, boza ve kahve içiliyordu (Şavkay, 2005).

Saray yemek kültüründeki gelişme, devam eden bir imparatorluk olma süreciyle devam etti ve en geniş sınırlarına ulaştığı 16. yüzyılın sonlarında olgunlaştı. Mısır ve Kıbrıs fetihleri bu noktada önemli kilometre taşlarıdır. Osmanlı saray mutfağı, Uzakdoğu'da gelişip Anadolu'da yeşererek Orta Asya'nın alışkanlıklarını kısmen devam ettiren bir çizginin ürünüdür. Devletin siyasi ve ekonomik ilerlemelerine paralel olarak mahkeme mutfaklarında uzmanlaşma gelişirken, imparatorluğun 18. ve 19. yüzyıllarda gerileme dönemine girmesiyle mahkeme mutfağı hala etkilenmemiştir.

İmparatorluğun son dönemi, çok katmanlı ve zengin bir Osmanlı mutfağını yansıtır (Samancı, 2008). 19. yüzyılda mutfaklarda kullanılan malzemeler, yeni tekniklerin, sofrada adabının ve organizasyonların girmesiyle birlikte çeşitlenmeye başlar. Bu değişikliklerin altında yatan en önemli nedenlerden biri, Amerikan

menşeli yeni gıda ürünlerinin piyasaya sürülmesidir. Domates, patates, dolmalık biber, fasulye, güneş kökleri, kabak, balkabağı ve mısır gibi Amerikan menşeli sebzeler giderek daha yaygın hale geliyordu. Domatesin 17. yüzyılda saraya geldiği ve ilk zamanlarda yeşilken tüketildiği bilinmektedir. Ancak 19. yüzyılda kırmızı domates yaygınlaşmaya başladı. Bu değişimleri pekiştiren bir diğer neden de, Tanzimat'tan itibaren seçkin Osmanlı ortamlarında tanınmaya ve kabul görmeye başlayan Avrupa kültür kalıplarındır (Samancı, 2008).

Osmanlı sarayı ve çevresi halkın yemeklerini daha farklı, daha çok çeşit olarak yorumladı. Sıradan insanlar tarafından sadece özel günlerde tüketilen bazı yemekler, avlu ve yalıların mutfaklarında sıklıkla tüketilirdi. Avrupalılaştırmanın etkisiyle birlikte sofraya oturmak ve çatal bıçak kullanmak gibi Avrupa tarzı (“alafranga”) yenilikler seçkin ortamlar arasında yavaş yavaş yayılmaya başladı. Yine de dönem hakkında yazan çeşitli yazarların eserlerinden anlaşılmaktadır ki, Türk üslubu (“alaturka”) sofrada adabının Avrupa üslubunun yanında var olduğu ve bu şekilde sürdüğü anlaşılmaktadır. Avrupa kültürüne artan ilginin ardından, dönemin yemek kitaplarında farklı sos çeşitleri, et suyu, pate, rosto, rozbif, dana biftek, börek, kek, bisküvi ve diğer Avrupa lezzetleri yer almaya başladı. mutfak kültüründeki değişimlere işaret ediyor.

Günümüzde sadece birkaç yemek kitabı İstanbul mutfağını yansıtırken, mahkeme mutfaklarında kullanılan yemek ürünleri bu kitaplarla benzerlikler taşıyor. Samancı'ya göre(2008) yemek kitaplarındaki malzemelerle mahkeme mutfaklarında kullanılan malzemeler arasındaki en belirgin fark deniz ürünleri ve balıklar oldu. Avluda yaygın olarak tüketilmemesine rağmen, deniz ürünleri ve balık tariflerinin yüzdesi neredeyse kuzu eti ile aynıdır. Baharatların da geçmişe göre daha az kullanıldığı görülmektedir. Özetle Ünsal (2002)'nin dediği gibi, “*İstanbul mutfağı etle sebzenin mutlu evlilikidir; tereyağı ve zeytinyağı*”

### **1.2.3.5 Dini Etkiler Ve Cemaat Mutfakları**

Türkler İslamiyet'i benimsedikten sonra etkileri mutfaklarda da daha belirgin hale geldi. İslam, belirli kutsal günlerin ve kutsal kökenli yiyeceklerin yanı sıra yeme içmeye de bazı sınırlamalar getirmektedir. Buna göre, doğal



sebeplerle ölen hayvanların, kanın, domuz etinin, sarhoş edici içeceklerin ve Allah adına kesilmeyen hayvanların yenmesi yasaktır. Bu değişimlerin yanı sıra Türk sosyal hayatıyla birlikte mutfaklara da bazı yeni gelenek, tören ve uygulamalar kazandırılmıştır. Örneğin, kutsal gecelerde lokma, katmer veya pişi dağıtılması, bu yemeklerle ilişkilendirilen kutsal nedenlere dayanmaktadır (Halıcı, 2009). Aynı şekilde Aşure günü de tüm geleneksel özellikleriyle hem İstanbul'da hem de Anadolu'da yaşayan bu günlerden biridir.

İstanbul mutfağının oluşumunda etkili olan bir diğer önemli faktör de burada çeşitli dini kurallarla tanımlanan çeşitli toplulukların bir arada yaşamasıdır. İstanbul'daki Hıristiyan ve Musevi toplulukları, Müslüman halkın yemek kültürü ile her zaman etkileşim içinde olmuştur. Sonuç olarak, birçok ortak değerın yanı sıra keskin farklılıkları olan ortak bir mutfak ortaya çıktı. Doğal olarak dini yasaklar ve ritüeller beslenme alışkanlıklarını etkilemiş ve bazı farklılıklara yol açmıştır; ancak zamanla ortak kültürün bir parçası haline geldiler. Her dinin kendi içinde belirli dönemlere veya ürünlere ilişkin yemek kültürünü açıkça etkileyen yasakları vardır. Örneğin tüketilecek gıdanın temiz ve helal olması Müslümanlar için bir şart iken, Yahudiler için de benzer kurallar geçerlidir. Tevrat'ta izin verilen yiyeceklere koşer denirken, Yahudilikte domuz eti de yasaklanmıştır (Halıcı, 2009).

Hristiyanların oruç tutarken et, kanlı veya yağlı ürünleri tüketmekten kaçınmaları ve yılın yaklaşık 180 günü kilisenin beslenme kurallarına uymaları da yemek kültürünü etkileyen dini unsurlar arasında yer almaktadır. Hristiyanlık hiçbir yiyeceği (insan eti ve tüm canlıların kanı hariç) yasaklamazken, belirli zamanlarda uyulması gereken belirli diyetler vardır. İstiridye, tarak, midye gibi kabuklu deniz ürünleri, içinde kan bulunmayan yumuşakçalar, belirli günlerde balık ve havyar türleri, tüm sebze ve otlar, kökler, tüm taze ve kuru meyveler, izin verilen gıda ürünlerinden bazılarıdır.

#### **1.2.3.6 Halk Mutfağı**

Türk mutfağının gelişimi tarihsel bir perspektiften değerlendirildiğinde İstanbul mutfağının önemi tartışılmaz bile; yine de bu süreç içinde Anadolu'da hala yaşayan, korunan ve gelişen gelenekleri de göz önünde bulundurmamak gerekir. Ünsal (2002), “Osmanlı Mutfağı” başlıklı makalesinde Anadolu'nun

birçok yöresinde değerli mutfakların varlığının göz ardı edilemeyeceğini, Anadolu ve İstanbul mutfakları arasındaki ayrımın ise yapay olduğunu belirtmektedir. Buna göre mutfaklar arasındaki ayrımın zengin ve titiz ya da vicdansız ve az çeşitlilik gibi özelliklerle tanımlanması gerekir. Halıcı (2002) ise “Türk Halk Mutfağı”nda Türk mutfağının üç ana başlıkta değerlendirilmesini önermekte ve aşağıdaki sınıflandırmayı öngörmektedir:

- Yazılı kaynaklarda Türk yemekleri
- İstanbul mutfağı
- Türk halk mutfağı

Halıcı (2002), halk mutfağının özelliklerini şu şekilde ifade etmektedir: “Anadolu insanının durumlarıyla bütünleşen, belli toplumsal ahlak ve törenlere bağlı beslenme, Türklere özgü özel has bir mutfağı oluşturmaktadır. Bugün Anadolu'da bir şekilde yaşayan Türk halk mutfağı, mercimek ve bulgurla Çatalhöyük'ten izler taşır; cenaze yemekleriyle Göktürk yazılarından; kebab, güveç vs. ile Dede Korkut hikayelerinden; ayra Dîvânu Lugâti't-Türk, yufka, kavurma, tutmaç, katmer vb., Selçuklulardan helva, pilav ve börek.

Bölgesel ve kültürel farklılıklar, iklim, coğrafi koşullar ve ürünler, Türk halk mutfağını kendi içinde farklılaşmakla birlikte, İstanbul mutfağından da biraz farklılaştırmaktadır. Tıpkı yukarıda iki yazarın belirttiği gibi, büyük bir imparatorluğun mirasını yansıtan zengin, titiz ve rafine İstanbul mutfağını küçük, yerel bir mutfak gibi düşünmek mümkün değildir; ama aslında onu besleyen yerel Anadolu mutfaklarından ayırarak değerlendirmek pek doğru olmaz.

### **1.2.3.7 Meyhane ve Meze Kültürü**

İstanbul'da yüzyıllardır süregelen bir meyhane kültürü var, çünkü bir liman kenti ve başkent olması, farklı kökenlerden birçok insanı kendine çekmesinin yanı sıra şehirdeki liman kültürünün bir parçası. İstanbul'un fethinden sonra meyhane ve meyhaneler çoğunlukla Rumlar ve Yahudiler tarafından işletiliyordu. Müslüman insanlar dini kural ve yasaklara uyarken, gayrimüslim alışkanlıklarına karışmamışlardır. 17. yüzyıl gezgini Michel

Baudier, İstanbul'da yaklaşık 1500 meyhane olduğunu bildiriyor. Ayrıca bu mekanların yok olmadığı ve belirli dönemlerde alkol yasaklarına rağmen bu kültürün devam ettiği görülmektedir. İstanbul'daki meyhaneler, balık ve et yemeklerinde mutfaklarının temizliği ve aşçılarının hünerleri ile ünlüydü (Gürsoy, 2013). Özellikle papaz yahnisi (et ve arpacık soğanından yapılan, sarımsak, sirke ve kimyon ile tatlandırılmış) ve etli ve yaz sebzeli güveç büyük talep gördü. Bu dükkânların en vazgeçilmez mezesi, ortadaki sütunun yanında duran tuzlu sardalya fiçilarıydı. 19. yüzyılın sonları ve 20. yüzyılın başlarında Galata'da ilk birahanelerin kurulmasına tanık olunmuştur. Biraya eşlik edecek meze çeşitleri çoğunlukla yaban turpu, Kalamata zeytini, ton balığı, kaşar peyniri (kaşkavala benzer bir peynir türü), gravyer, uskumru, hamsi, dil füme, fındıklı sarımsak soslu midye kızartma, midyeli fasulye salatası salata sosuydu. ve benzeri (Bozis, 2011). Günümüzün değişen yeme-içme alışkanlıkları meyhane kültürünü de değiştirirken, bazı aktif örneklerin hala hayatta olduğu görülmektedir.

### **1.2.3.8 Kültür ve Kahve**

Türk mutfak kültürünün önemli bir bölümünü temsil eden içecekler, daha doğrusu çeşitlenerek ve zenginleşerek bazı değişikliklere gitti. İlk dönemlerden itibaren üzüm, arpa veya buğdaydan yapılan içecekler, şarap, kırmızı, bekni denilen bir çeşit boza, meyve suları ve çeşitli şerbetler içecek olarak ve elimizdeki tarihi gelişmelerin gelişimine uygun olarak tüketilirdi. başından beri incelenen içecekler de gelişti ve zenginleşti. Hazırlanışı ne kadar kolay veya zahmetli olursa olsun, çok sayıda şerbet çeşidi yaygın olarak tüketilirdi. Çiçekler, otlar, meyveler, kökler veya kabukları şekerli suya karıştırarak veya sadece şeker ve suyu karıştırarak çeşitli şurup türlerini seyreltmek şerbet denilen içeceği verir. Fermente ve fermente edilmemiş üzüm suyu da tüketildi. Şerbet çeşitlerini örneklemek gerekirse; turunç, şeftali, nar, erik, badem, limon, portakal, menekşe, yasemin, gül, keçiboynuzu, demirhindi ve çok daha fazlası vardı. Ayrıca Türk mutfağına özgü bir içecek olan ve ilk zamanlardan itibaren yaygın olarak tüketilen ayran vardır (Halıcı, 2009).

Kahve ilk kez 1543'te İstanbul'a getirildi, ancak zamanın Şeyhülislamı kahve taşıyan gemilerin batırılmasını emretti. Daha sonra 1554 yılında ilk

kahvehaneler kuruldu. Yemen'den ithal edilen kahve tüm yasak ve engellere rağmen varlığını sürdürdü ve yayıldı. Avrupa kahveyle de İstanbul'da tanıştı. Çay içme alışkanlığı ise Rus savaşı sırasında Rusya'dan edinilmiştir. Kıtlama (her yudumda küp şekeri ısırarak), demleme tarzı ve paşa çayı (sıcak çaya soğuk su eklemek) gibi farklı alışkanlıklar zamanla daha yaygın hale gelir.

## **1.2.4 Cumhuriyet Dönemi**

### **1.2.4.1 Osmanlı Mirası Olarak Türk Mutfağı**

Osmanlı yemek kültürü kısmen de olsa büyük şehir merkezlerinde ve özellikle de temelde Osmanlı mirası üzerine kurulmuş Türkiye Cumhuriyeti'nin kültürel aynası olan İstanbul'da varlığını sürdürmüştür. Mutfak kültürleri pek değişmediği için ve değişseler bile bu kadar uzun zaman aldığı için Türk mutfak kültürünün Cumhuriyet ile birlikte pek fazla değişikliğe uğramamış olması doğaldır.

Bugün geldiğimiz noktada homojen bir Türk mutfağından bahsetmek kolay değil. Öte yandan bölgesel veya yerel farklılıkların ötesinde bir ana yaklaşımdan bahsetmek de mümkün olmamaktadır. İstanbul bir kez daha bu yaklaşımların bir araya geldiği ve genel tavır olarak sergilendiği öne çıkan lokasyon olarak karşımıza çıkıyor. Bu mekanlar, tencerede yemeklerin, zeytinyağlı yemeklerin ve tatlıların sunulduğu lokanta ile rakı, meze ve balıkla şarap içilen meyhaneden oluşuyordu. Bu yerler aynı zamanda mutfak kültürünün geliştiği mekanlar olmuştur. Meyhane daha çok azınlık mahallelerinde bulunmakta ve daha çok erkekler tarafından ziyaret edilmektedir. İş yerlerinin olduğu mahallelerde ise küçük lokanta tipi lokantalar, şavurma veya tavuk da bulunan muhallebiciler ve oturulmadan çabucak yenilebilen nohutlu veya fasulyeli pilav satan seyyar satıcılar vardı. aşağı; bunların hepsi yemek kültürünü taşıyan Osmanlı sonrası etkenlerdi (Sezer, 2006).

Lokantalara gitmek yaygın görülen bir alışkanlık değildi. Günümüzde restoran profilleri daha kozmopolit bir kişilik kazanmış ve son 20-25 yılda yaşanan “sosyalleşme” mekânları olarak kabul edilmektedir. Bugün İstanbul'da muhallebiciler, bazı mahallelerdeki sokak satıcıları, esnaf odaları gibi yemek

yiyebileceğiniz yerler varlığını sürdürürken, "Osmanlı" veya Anadolu mutfağından yemekler sunan restoranlar ve fast food ortaya çıktı. Ayrıca vejeteryan ve hatta "füzyon" mutfakların yanı sıra İstanbul'da Japon, İtalyan, Fransız gibi birçok yabancı mutfak kuruldu (Sauner, 2008).

Sayıları her geçen gün artan İstanbul'daki alışveriş merkezleri, yerel ve küresel birçok gıda markasını da bünyesinde barındırmakta ve bu da insanların beslenme alışkanlıklarının değişmesinde son derece önemli bir rol oynamalarına neden olmaktadır. Bir diğer değişiklik ise, eskiden erkeklere özel sosyalleşme mekânlarının giderek ortadan kalkması ve yaygınlaşan bir olgu olan bar, kahvehane, restoran, birahane, meyhane, fırın ve fast food gibi mekanlara hem erkek hem kadın gruplar halinde gidilmesi olmuştur. (Sauner, 2008).

Yemek kültürlerinde her dönemde değişimler yaşanırken, diğer konularda olduğu gibi yemek konusunda da en dikkat çekici dönem 1980'lerdir. 1980'li yıllarda Türkiye'nin dış ülkelere açılması, pazar ekonomisini güçlendirmesi, şehirlere yoğun göç eğilimi, kadınların çalışma hayatına yoğun katılımı, medyanın gelişmesi ve benzeri nedenler belirleyici olmuştur. Bugün %70'in üzerinde şehirlerde yaşayan Türk insanı, birçok temel malzemeyi üretmek yerine satın almaya başladı. Ayrıca kentlerde sunulan yemek kültürünün zenginliğine yavaş yavaş yerel mutfaklar da dahil edilmeye başlandı. İstanbul, Ankara ve İzmir, önce Karadeniz yemekleri ile hamsi ve pide, ardından Güneydoğu'nun lahmacun ve kebab çeşitleri, Anadolu'da ki otlu peynirler ve son olarak da hemen önlerinde hazırlanan tuzlu gözleme ve dürüm ile tanıştı (Sauner, 2008).

Pazar ekonomisi büyüdükçe, zengin yiyecek çeşitleri ve birçok ürünün hipermarket ve sokak pazarlarında mevsimi ne olursa olsun bulunması, Türk mutfağında mevsimlik meyve ve sebze tüketimini azaltmış; yine de kültürel olarak mevsimlere göre uyulan bir beslenme takvimi var. Baklagiller kışın daha çok tüketilirken, yaz aylarında taze sebze ve meyveler yenir. Kırsal kesimde halen kış hazırlıkları yapılırsa da, bu tür alışkanlıklar günümüzde kolaylıkla bulunabildiği için geçmişe göre daha az yaygın hale gelmektedir (Sauner, 2008).

#### 1.2.4.2 Lokantaların Ve Restoranların Evrimi

Dışarıda yemek sadece ihtiyaçlar için yapıldığından sınırlı ve çoğunlukla işlevseldi. Kebapçılar, muhallebiciler, meyhaneler, aşevleri, börekçiler ve tek çeşit yemeğin servis edildiği diğer yerler, sokak satıcıları, aşevleri ve imarethaneler dışında bugün bildiğimiz lokanta ve lokantalar bilinmiyordu. 1850'lere kadar Osmanlı başkenti İstanbul olmuştur.(Yerasimos, 2007).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren İstanbul'un Avrupa mahalleleri Pera ve Galata'da kurulan otel restoranları ve lokantalar, İstanbul'un seçkinlerine dışarıda yemek yeme kültürünü ve alışkanlığını tanıttı. Özellikle yabancıların, Levantenlerin ve gayrimüslimlerin yaşadığı Pera ve Galata, İstanbul'daki yeniliklerin yüzleriydi. Avrupa kültürünün uzantısı olan kafeler, canlı müzikli kahvehaneler, birahaneler, restoranlar ve oteller aracılığıyla Fransız usulü 'alafranga' mutfak gelenekleri İstanbul'un mutfak kültürüyle tanıştı. 1868 tarihli bir ticaret yılına göre, Pera'da “Restaurant de Paris” ve “Restaurant de Jardin des Fleurs” gibi Fransızca isimlere sahip ondan fazla restoran vardı. Zamanla restoran sayısı arttı. 1881'den 1893'e kadar bu bölgedeki restoranların sayısı yirmi sekizden kırk dokuza yükseldi. Bu restoranlar, masaları, sandalyeleri, temiz masa örtüleri, çatal bıçak takımları, zengin Türk ve Avrupa yemek menüleri ve alkollü içecek seçenekleriyle geleneksel esnaf lokantası (çoğunlukla esnaf ve işçilere hizmet veren yerel lokantalar) veya Osmanlı aşçılarından oldukça farklıydı (Samancı, 2015).

1917 Bolşevik Devrimi'nden sonra İstanbul'a sığınan binlerce Rus göçmen, İstanbul'da restoran kültürünün gelişmesinde etkili oldu. Beyoğlu'nda açtıkları ve işlettikleri restoranlar aracılığıyla İstanbul yemek kültürü, Rus esintili yemek ve içecek kültürüyle tanıştırıldı. Böylece “borsch çorbası”, “shashlyk po-karsk”, “dana straganof” ve “piroshky” gibi yemekler zamanla Türk mutfağında yer almaya başlamıştır (Samancı, 2015).

İstanbul'da yeme-içme kültürünü etkileyen önemli bir toplumsal olgu, 1940'tan sonra Anadolu'dan gelen kırsal göç akımı olmuştur. Gayrimüslim nüfusun azalmakta olduğu İstanbul'da Anadolu göçmenlerinin yerel mutfak kültürü daha fazla yerleşmeye başlamıştır. 1950'lerden sonra yaygınlaşmıştır. Böylece İstanbul mutfağı, Güneydoğu Anadolu'dan içli köfte, lahmacun ve

baharatlı kebabla tanıştı. Esnaf lokantalarından esnaf lokantalarına, ardından Türk ve Batı yemeklerinin sunulduğu restoranlara geçen İstanbullular, artık küçük mahallelere bile gelen kebabçılarla tanışıyor (Ünsal, 2010). İlerleyen yıllarda İstanbul, Anadolu lezzetlerinin bulunabileceği çeşitli büyüklükte birçok lokantaya tanık olacaktı (Ünsal, 2010).

Küreselleşmenin de etkisiyle 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'nin yurtdışına açılma politikasına eşlik eden McDonalds ve Pizza Hut gibi fast food zincirleri sadece İstanbul'da değil, Türkiye genelinde şubeler açmaya başladı. Öte yandan büyük şehirlerde İtalyan, Çin ve Japon gibi dünya mutfaklarına sahip restoranlar açılıyordu. Küreselleşmeye tepki olarak yerel mutfakların değer kazanması 1990'ların ortalarında gerçekleşir. Osmanlı mutfağının yeniden canlandırılması, gıda endüstrisinde pazarlanması ve yerel Anadolu lezzetlerinin keşfedilmesi ise son yirmi yılda Türk mutfak kültüründe meydana gelen değişimler arasında yer almaktadır (Samancı, 2015).

#### **1.2.4.3 Gıda Endüstrisinin Evrimi**

Cumhuriyetin ilk zamanlarından başlayarak Türk gıda sanayisinin gelişimi, hem kentsel hem de kırsal kesimdeki insanların tüketim alışkanlıklarının değişmesinde önemli rol oynamıştır. Türkiye'nin sanayileşme süreci, Cumhuriyet'in kuruluşunun hemen ardından gıda sanayisiyle 1923'ten sonra başlamıştır. O zamanlar inşa edilen erken modern tesislerde şeker, un ve bira üretiliyordu.

Uşak şeker fabrikası 1927 yılında kurulmuş, bunu 1947 yılında ilk çay fabrikası ve 1948 yılından itibaren de konserve fabrikaları izlemiştir. Yerel çay üretimi ülke genelinde çay tüketimini hızlandırmış ve yaygınlaştırmıştır. Geçmişte şekerin sadece ithal ve pahalı olmasına karşın, yerel üretiminin fiyatları düşürmesi, hazır şeker ürünlerinin çeşitlenmesinin önünü açmıştır. Konserve sanayinin ortaya çıkması ise uzun vadede Türk insanının tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde önemli rol oynamıştır.

1950'li yıllardan sonra ulaşım sektöründe yaşanan gelişmeler Türk insanının beslenme alışkanlıklarını da etkilemiştir. Genel olarak yerel ürünler ve ailelerin ürettiği ürünler büyük oranda tüketilirken; ancak ulaşımdaki büyüme,

gıda ürünlerindeki çeşitliliği de beraberinde getirdi. Örneğin mısır tanesinin ruşeymi, ayçiçek yağı ve margarin geleneksel olanların yerini aldı; yani kuyruk yağı ve tereyağı. Genel olarak bakıldığında, Türkiye'nin dış ülkelere açılması ve sanayileşmenin önemli bir noktada atılım yapmasıyla birlikte, beslenme alışkanlıklarındaki gelişmeler ve değişimler 1980 sonrası ile örtüşmektedir. 1980'li yıllar, ihracata dayalı sanayileşme programı sayesinde özel sektör yatırımlarının da arttığı yıllar olmuştur. 1980'den sonra, gelişmiş ülkelerin taleplerine uymanın yanı sıra, katma değer sunan dondurulmuş ürünler, diyet ürünleri ve balıkçılık işletmeciliği üretimine hız veren ileri teknolojiler kullanılmaya başlandı. 1980'lerden günümüze kadar gıda sektörü, teknolojik gelişmelerle ve tüketici tercihleri doğrultusunda büyümesini sürdürmüş ve sonunda hem yurtiçi hem de uluslararası düzeyde yoğun bir rekabet noktasına ulaşmıştır. Genel anlamda Türkiye'de yeme alışkanlıklarındaki gelişmeler ve değişimler 1960'lı yıllardan sonra sanayi ve ulaşımdaki gelişmelerle meydana gelmiştir (Samancı, 2015).

Türk mutfak kültürü, Cumhuriyet döneminden günümüze kadar birçok değişim geçirmiştir. Salça, kırmızı biber, margarin ve ayçiçek yağı gibi yeni malzemeler artık yaygın olarak kullanılmaktadır. Aynı zamanda dana bonfile, makarna ve soslar gibi yabancı yemekler, Batı kökenli yemekler ile profiterol, pandispanya ve kremalı pastalar gibi çeşitli tatlılar da Türk yeme alışkanlığının bir parçası haline gelmiştir. Hamburger, pizza, patates kızartması ve sosisli sandviç gibi çabuk yenen yemekleri de tüketmek artık daha yaygın. Köfteli sandviç ve balıklı sandviç gibi bazı geleneksel Türk yemekleri de fast food kültürüne uyarlanmıştır. Kentsel kentlerdeki yeme-içme alışkanlıkları, kırsal alanlara göre daha hızlı yeniliklere ve değişimlere maruz kalmaktadır. İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerde dünya mutfaklarından lezzetler sunan restoranlar her gün açılıyor. Medya, dergi ve gazetelerdeki yemek programları da yeniliklerin halka tanıtılmasında önemli rol oynamaktadır. Onlar sayesinde yenilikler sadece şehirlere değil, kırsal alanlara da aktarılmaktadır (Samancı, 2015).



## 2. GASTRONOMİ TURİZMİNDE FESTİVALLER

### 2.1 Gastronomi Turizmi ve Gastronomi Festivalleri

Dünyanın her yerindeki Yemek Festivalleri genellikle geleneksel çiftçilik tekniklerine, mevsimlere dayanır. Yemek festivalleri, ister servis edilen yemeğin hazırlanması, ister festivalin kutlandığı zaman dilimi yoluyla olsun, bir bölgenin yemek kültürüyle ilgilidir. Yemek festivalleri yerel kültürel mirasın güçlendirici ajanları olarak kabul edilir ve aynı zamanda bu kültürel mirası daha geniş bir ulusal veya uluslararası izleyici için metalaştırırken aynı zamanda kutlar (Kim, 2015).

Tarihsel olarak kültürel açıdan önemli gıdalar hasat dönemleriyle uyumlu olsa da, çağdaş yemek festivalleri genellikle ticari kuruluşlar veya kar amacı gütmeyen kuruluşlarla ilişkilendirilir ve başarıları yerel topluluk, bölge için ne kadar gelir ürettikleri ile ölçüldüğünden, festivalleri için büyük miktarda pazarlama yaparlar. Modern yemek festivalleri, belirli bir bölgenin daha geniş turizm endüstrisini desteklemek için yemek festivallerini ve bölgesel mutfağı kullanan yemek turizmi endüstrisinin de büyük bir parçasıdır (Wu, Hung-Che; Wong, Jose Weng-Chou; Cheng, Ching-Chan, 2014).

Yemek festivalleri hızla geniş bir yemek turizmi endüstrisinin parçası haline geliyor. Yemek turizminin kendisi dünya çapında turizm endüstrisinin önemli bir parçası haline geldi ve yerel endüstri gelişimini desteklediği gösterilen yemek festivallerinin varlığı. Yemek festivalleri, birçok bölge için destinasyon markalaşmasının önemli bir parçasıdır ve bireylerin aksi takdirde çekici olmayan yerleri ziyaret etmeleri ve yerel ürün ve hizmetleri kentsel bir ürün ortamının dışında tanıtılmaları için etkinliğe dayalı bir neden yaratır (Lee, Insun; Arcodia, Charles, 2011).

Çeşitli vaka çalışmaları, yemek festivallerinin potansiyel olarak sosyal sürdürülebilirliği iyileştirebileceğini ve aynı zamanda turizm ve konaklama endüstrilerini büyük ölçüde desteklediğini göstermiştir (de Jong, Anna; Varley,

2018). Yemek turizmi de insanların dünya çapındaki yemek festivallerine katılmasının önemli bir nedenidir. Araştırmalar, yemek turizmi ile etkileşimin, bir bireyin gelecekte tekrar festivallere katılacağına işaret ettiğini ve yemek turizmi ve yemek festivaline katılımın işbirlikçi bir unsur olduğunu göstermiştir (Chang, Kim ve Kim,2018).

Bir yemek festivali, genellikle tadına bakmak veya satın almak için mevcut olan çeşitli yiyeceklerin yer aldığı bir etkinliktir. Bu festivallerden birinde öne çıkan yiyecekler, sebze veya et gibi belirli bir bileşen veya bir yemek pişirme tarzı olabilir. Ayrıca dünyanın belirli bir mutfağına veya bölgesine odaklanabilir. Bu festivallerin birçoğunda ayrıca yemek pişirme gösterileri, tanınmış şeflerin gösterileri veya yemek yarışmaları yer alır. Bazı etkinlikler, sunulan yemekle eşleşen şarap veya bira sunar. Bu tür festivaller genellikle açık havada yapılır ve her satıcı için farklı stantlar kurulabilir.

Yemek festivallerinde sunulan yemek türleri büyük ölçüde değişmektedir. Bazı etkinlikler, İtalyan, Fransız veya Çin gibi belirli bir mutfak türüne sahiptir. Diğerleri, etkinliğin düzenlendiği süre boyunca mevsiminde olan yemek türüne odaklanır, örneğin mısır veya sarımsağı kutlayan bir toplantı. Bir yemek festivali, barbekü gibi bir pişirme tarzını veya yerel veya organik yiyecekler gibi genel bir konsepti de vurgulayabilir.

Restoranlar, şefler veya yerel çiftçiler bir yemek festivalinde stantlara sahip olabilir. Böyle bir istasyon tipik olarak bir masa ve portatif pişirme ekipmanı içerir. Her satıcının genellikle festivali ziyaret eden insanlar için bir çeşit tatma örnekleri vardır. Bazı satıcılar ayrıca satışa hazır tam boy yemekler veya daha sonra satın alınabilecek ve kullanılacak soslar veya baharat karışımları gibi ürünlere sahip olabilir.

Bir yemek festivali ayrıca şarap ve bira tadımlarını da içerebilir. İçecekler genellikle sunulan farklı yiyeceklerle iyi eşleşecek şekilde seçilir. Bu tür etkinlikler, katılımcılara yeni yiyeceklerin yanı sıra lezzetlerini artıran farklı türdeki içecekleri tatma şansı verebilir.

Satıcılara ek olarak, bir yemek festivalinde yemek pişirme yarışmaları, şef gösterileri veya yemek gösterileri gibi etkinlikler olabilir. Bu tür yarışmalarda

şefler veya amatör aşçılar ödül kazanmak için en iyi tarifi hazırlamak için yarışabilirler. Bir yemek pişirme gösterisi, festival katılımcılarına tariflerin nasıl hazırlanacağı konusunda adım adım talimatlar verir. Bu sunumlar genellikle eğitilmiş şefler tarafından verilir.

Birçok yemek festivali açık havada parklarda veya otomobil trafiğine kapalı bir sokakta düzenlenmektedir. Bazı etkinlikler oditoryumlarda, kongre merkezlerinde veya otel konferans salonlarında yapılabilir. Masalar genellikle katılımcılara sunulan farklı yiyeceklerin tadını çıkarabilecekleri bir yer sağlamak için kurulur. Bir yemek festivali genellikle en az bir gün sürer, bazıları genellikle bir hafta sonu olmak üzere birkaç gün sürer.

Gastronomi turizmi; bir yemeği tatmak ya da bir yemeğin yapılışını görmek ve deneyimlemek için yapılan seyahatlerdir. Yöresel yemeklerin ön planda olduğu gastronomi turizminde turistler ve yerel halk arasında doğrudan bir bağ kurulmaktadır. Ayrıca, seyahat edilen destinasyonda deneyimlenen yerel yemekler ile turistler ve bölge kültürü arasında da doğrudan bir ilişki kurulabilmektedir (Demirbilek, 2018; Cömert ve Özkaya, 2014; Hall ve Sharples, 2003).

Turistlerin yapmış oldukları seyahatlerde, destinasyonlardaki yeme-içme ürünlerinin ve faaliyetlerinin turistlerin memnuniyetini ve motivasyonunu etkilediği gözlenmektedir. Yeni lezzetler keşfetme güdüsü, deneyimleme prensibi ve deneme arzusu turistlerin destinasyonlarındaki memnuniyet, motivasyon ve mutluluğun önemli unsurlarıdır. Turistlerin seyahatleri boyunca yerel yemekler ile olan ilişkisi ve yemeklerden oluşan memnuniyet, konuk döngüsü sürecinde turistlerin destinasyonu tekrardan ziyaret etmesi için önemli bir rol oynamaktadır. Gastronomik unsurlardan oluşan memnuniyet sayesinde turistler aynı destinasyonu tekrardan ziyaret edebilmektedir (Demirbilek, 2018; Büyükipekçi, 2019).

Gastronomi festivali belirli bir yöreye ya da bölgeye ait olan yiyecek ve içeceklerin, yetişme, olgunlaşma, toplanma ve tüketilme zamanı gibi ürünlere ait özel zaman dilimlerinde düzenlenmektedir. Düzenleme zamanı, ürünlerin özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Ürünlerin karakteristik özelliği

mevsim ve hava şartlarına göre belirgin farklılık göstermediğinden de festival katılımcı sayısının fazla olması, açık alan etkinliklerinin olumsuz hava şartlarından etkilenmemesi gibi sebeplerden çoğunlukla yaz aylarında düzenlenmektedir (Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017; Ekin, 2011; Gyimóthy ve Mykletun, 2009).

Türkiye gastronomi mirası açısından dünyanın önemli destinasyonlarından birisidir. Bu zengin kültür ve mirasın gastronomi turizmine dahil edilebilmesi için gastronomi festivalleri önemli araçlardır. Gastronomi festivalleri, festivallerin temasını oluşturan ürün başta olmak üzere bölgenin tanıtılması, pazarlanması, sürdürülebilirliği ve korunması için önem oluşturmaktadır. Festivaller, bölgede ekonomik hareketlilik oluşturarak ve bölgesel göçün önüne geçerek, sosyo-ekonomik olarak katkı sağlayabilmektedir (Cömert ve Özkaya, 2014)

### 3. FESTİVALLERİN MUTFAK KÜLTÜRÜ TANITIMINDAKİ YERİ

Gastronomi festivalleri bölgelerin cazibesini arttırmakta ve turistler için duygusal etkiler oluşturmaktadır. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonlarda yerel yemeklere yönelik bilgi toplaması, ilgi göstermesi gastronomi festivallerinin etkisi ile güçlenmektedir. Ayrıca turistlerin konaklama, ulaşım, alışveriş gibi hizmetleri kullanması ve harcama yapması destinasyonun gelişmesine, bölgenin turizm hareketlerinin canlanmasına ve bölge halkına gelir kazandırıcı imkanlar sağlamaktadır (Çetin, ve ark, 2019; Cohen ve Avieli, 2004; Atak, 2009).

Çavuşoğlu (2017) çalışmasında Kıbrıs'taki festivalleri incelemiş ve 40 festivale ulaşmıştır. Amerika, Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerindeki gastronomi festivallerine web sitelerinden ulaşılmakta ancak net bir sayıya ulaşılamamaktadır. Bağımsız araştırma kuruluşları genellikle en çok tercih edilen festivallere yer vermiştir. Türkiye, Anadolu toprakları üzerinde birçok medeniyete, yurtluk yapmış, tarihi, kültürel birikime sahip ve derin gastronomi birikiminin çoğunu günümüze ulaştırmış konumdadır. Bu zengin gastronomi birikimi bölgeler ve yöreler genelinde yapılan festivallerle de tanıtım, pazarlama ve sürdürülebilirlik etkisinin pekiştirilmesi hedeflenmektedir. Verimli toprakları ve güçlü yemek kültürü sayesinde Türkiye, ilgili kurumlarca onaylanan coğrafi işaretli ürünlerin de yer aldığı festivallerin düzenlenmesi ile gastronomi turizmi için önemli bir konumdadır (Tanrısever ve Ekerim, 2018).

Kahramanmaraş ilinde dondurma ve tarhana festivallerinin yer almaktadır. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı Gastronomi Şehirleri listesi içerisinde yer alan Hatay ilinde de künefe, zeytinyağı, zeytin gibi ürünlerin festivallerinin yapıldığı görülmektedir. Doğu Anadolu Bölgesinde 25 tane gastronomi festivali belirlenmiştir. Bölgedeki festivallerin ağırlıklı olarak kaşar, bal, tulum peyniri, kayısı gibi ürünlerden oluştuğu görülmektedir.

İç Anadolu Bölgesinde 46 gastronomi festivali belirlenmiştir. Ankara ilinde yoğunluğun fazla olduğu Çubuk turşusu, Beypazarı havucu gibi ürünlerin festivallerinin yer aldığı görülmektedir. Çankırı'da kaya tuzu festivali, Kayseri'de markalaşmış olan pastırma, sucuk, mantı festivalleri, Nevşehir'de Kapadokya Bölgesinde bağ ve üzüm festivalleri bölgenin önde gelen diğer festivalleridir.

Karadeniz Bölgesinde 51 gastronomi festivali belirlenmiştir. Karadeniz Bölgesinde düzenlenen festivaller batı ve doğu bölümlerinde farklılıklar göstermektedir. Doğu Karadeniz bölümde düzenlenen festivaller bal, çay, fındık, balık, tereyağı ağırlıklı ürünlerden oluşmaktadır. Batı Karadeniz bölümünde düzenlenen festivaller ise sarımsak, pirinç, elma ve bulgur ağırlıklıdır.

Marmara Bölgesinde 84 tane gastronomi festivali belirlenmiştir. Trakya bölümünde ayçiçeği, bağcılık, peynir ve ciğer ürünleri ile yapılan festivaller ağırlıklıdır. Çanakkale ilinde domates, peynir ve sardalya balığı festivalleri, Balıkesir'de Susurluk tost, Susurluk ayranı, Ayvalık zeytini ve zeytinyağı, Balıkesir et festivallerinin yapılırken. Bursa'da kestane ve şeftali ürünlerinin festivalleri düzenlenmektedir.

Ege Bölgesinde 59 tane gastronomi festivali belirlenmiştir. Bölgede ağırlıklı olarak ot, ot yemekleri, bağ ve sokak yemekleri festivalleri mevcuttur.

#### **4. FESTİVALLERİN TÜRK MUTFAK KÜLTÜRÜNÜ TANITMADAKİ ROLÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Gastronomi festivali kavramı, dünyada gastronominin ve etkinliğinin artmasından sonra gelişmiştir. Gastronomi festivallerinin genel amacı, bir bölge veya bölgeye ait ürünleri ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmaktır. Çalışma festivallerde bir veya birkaç kişiyi seçmek yerine, Türkiye'de düzenlenen tüm festivallerin genel bir değerlendirme temeli oluşturması amaçlanmaktadır. Türkiye'de gastronomi festivallerinden önce turizm ve festival kavramlarının açıklanması gerekmektedir.

Dünyada refah seviyesinin artması sonucunda turizm faaliyetleri gelişmiştir. Turizm; Konaklama, seyahat süresi, ortalama turist yaşı ve kullanılan ulaşım araçlarına göre çeşitlendirmek mümkündür (Atalay,2017). Türkiye, turistik açıdan değerlendirildiğinde deniz, kum ve güneş üçlüsü ile ön plana çıkmıştır. Ayrıca tarihi kültürel ve doğal güzellikler de turizmden pay alınmasına yardımcı olmaktadır (Türkben ve ark., 2012). Türkiye'de de dünyada olduğu gibi dünyada da 'yeni turizm' adı verilen farklı turizm alanlarında gelişen çeşitler aktif hale gelmiştir. Alternatif turizm türleri arasında sağlık, inanç, avcılık, yayla, mağara, dağ, kültür ve nehir turizmi yer almaktadır. Ayrıca alternatif turizm, eko turizm, kış turizmi, termal turizm, sağlık turizmi, kongre turizmi, eğitim turizmi, spor turizmi ve inanç turizmini kapsamaktadır. (Aydın, 2017:Albayrak,2013). Festivaller kültür turizminde gösterilebileceği gibi etkinlik turizmi içinde sayılabilir.

Bu bağlamda ülkelerin mutfak kültürü ve alışkanlıkları turizm pazarlamasının önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Mutfak kültürlerinde uygulanan yemeklerin sunumu ve hazırlanması turizmin bir parçasıdır. (Güneli, 2012). Yemek tarifleri veya kaliteli yiyecek ve içecek işletmeleri gibi gastronomik faaliyetler dar kapsam olmadan daha geniş bir perspektiften incelenmelidir. Gastronomi faaliyetleri arasında aşçılık okulları, gastronomi turları ve rehberleri, gastronomi ile ilgili medya (TV, dergi vb.), şaraphaneler,

peynirhaneler, içecek üreten yerler, üreten tarlalar ve bahçeler yer almaktadır (ağlı, 2012).

Festivaller genel olarak yerel halkın kültürüyle bağlantılıdır. Etnik kültür, popüler kültür, sanat ve sanatçılar gibi konularda yerelleştirmeler ve miraslar düzenlenebilir (Helgadttir, 2018). Bu nedenle genel olarak yerli halkın yaşam tarzını yansıtmak amacıyla düzenlenmiştir. Festivallerin yöre kültürünün özgünlüğünü ve anlamını kaybetmeden yansıtılması önemlidir (Cohen, 1979). Festivallerin düzenlenmesi sırasında yerel ziyaretçilerin ziyaretçi olarak sunulması ve rekreasyonel gelişim sağlanarak roller değiştirilecek ve yaşam kalitesi artırılacaktır (Sayarı ve Gün, 2018).

Son yıllarda düzenlenen gastronomi festivalleri turizm sektörüne ivme kazandırdı. Litvin ve Fetter'e (2006) göre festivalin genel tanımı şu şekilde açıklanmaktadır; Festival, yeme-içme ve konaklama işletmelerine yönelik etkinlikler oluşturan ve turistlerin katılımını sağlayan etkinlikler bütünüdür. Festivaller yerel gösterilerin, ürünlerin ve hizmetlerin sunulduğu etkinliklerdir. Festivallerde balon, uçurtma, müzik ve film gibi temalar işlenebilir. Dünya çapındaki festivallerin yaklaşık %30'u gastronomi festivalleridir. oranının her yıl arttığı bilinmektedir (Doğdubay ve İlsay, 2016). Dünya çapında düzenlenen yemek festivalleri, çok çeşitli yemek üretimi, yemek tadımı, yemek sunumları, tarifler, yemek ritüelleri ve mutfak geleneklerini içerir (Cohen ve Avieli, 2004).

#### **4.1 Türkiye Gastronomi Festivalleri**

Festivaller amaçlarına göre farklılık gösterebilir. Bu hedefler arasında terfi, sosyal hedefler ve çeşitli vakıflara destek yer almaktadır (Yeoman vd., 2012: 34). Festivallerin birçok etkisinin yanı sıra bölgeye gelen ziyaretçi sayısının arttığı, tanınırlığının arttığı ve bölgenin imajının geliştiği inkar edilemez (Getz, 2000; Lee ve ark., 2008, Kim ve ark, 2010). Gastronomi festivallerinin ekonomik etkileri düşünüldüğünde, ülkeye başlı başına önemli bir katkısının olduğu söylenebilir. Bunun bir rneği Amerika Birleşik Devletleri'ndeki 'Charleston şarap ve Yemek Festivali'dir.



Festival 2011 yılında ülke ekonomisine 7,3 milyon dolar katkı sağlamıştır (Doğdubay ve İlsay, 2016). Bu kazanç birçok ülkenin turizm gelirinin üzerindedir. Festivalin hedef kitleyi çekme gücü, hedef kitle, medya tanıtımları, etkinlik altyapısı, düzenlenen alan ve organizatörler önemli kriterler arasındadır (Jayswall, 2008). Gastronomi festivallerinin yaygınlaşmasından sonra turistlerin seyahat ettikleri bölgenin mutfak kültürünü tanımaları temel amaç haline geldi. Bunun farkına varan destinasyonların birçoğu mutfak kültürünü çekim gücü olarak kullanmaya başlamıştır (Hornng ve Tsai, 2012).

Son yıllarda gastronominin önemini farkına varan Türkiye'de turizm, gastronomi alanında önemli bir gelişme göstermiştir. Bu gelişmenin önemli alanlarından biri de festivallerdir. Özellikle gastronomi konulu festivaller dünyanın ilgisini çekti.

Türkiye'deki sofraya gastronomi festivalini incelediğimizde parkurları ve özellikleri daha iyi anlatılabilir. Türkiye'de bilinen 100'e yakın gastronomi festivaline yakın olduğu biliniyor. Bu festivaller tanıtım durumlarına göre ulusal ya da uluslararası medyada duyulabilmektedir. Özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Ankara gibi şehirlerde düzenlenen festivallerin daha fazla ilgi gördüğü ve medyada yer aldığı görülmektedir.

Bu durumun en büyük nedeninin bu şehirlerde medya kuruluşlarının varlığı ve düzenleyicilerin medya ile yakın ilişkisi olduğu söylenebilir. Şehrin gastronomi açısından tanınırlığı da önemli bir konu. Örneğin birleşmiş milletler, eğitim, bilim ve kültür organizasyonunun (UNESCO) Gaziantep'in yaratıcı şehirler ağına katılmasıyla şehrin mutfak kültürü, yemek çeşitleri ve sofraya adabı öne çıkmış ve dünyada tanınır hale gelmiştir. Bu nedenle Gaziantep'te düzenlenen 'Gaziantep uluslararası gastronomi festivali'ne her yıl dünyanın ve Türkiye'nin dört bir yanından onbinlerce katılım nasıl gösteriliyor. Uluslararası ağların önemini anlamak için Türkiye'nin Afyon'a katılımının ardından Hatay ve şehir UNESCO'nun memleketi yaratıcı gastronomi ağına dahil edildi. Gelecekte bu iki şehrin Gaziantep gibi festivallerle ön plana çıkması bekleniyor. Günümüzde bu şehirlerde yeterli gastronomi etkinliği ve festivali bulunmamaktadır.

İller bazında incelendiğinde İzmir, İstanbul, Muğla ve Antalya'da çok sayıda gastronomi festivalinin düzenlendiği görülmektedir. Bu şehrin bir başka yakasında da turistik açıdan ortak olan her biri Türkiye'nin önde gelen şehirleri arasında yer almaktadır.

İstanbul'un ana denizi dışındaki tüm bu şehirler Türkiye'de turizmin bel kemiğini oluşturan kum, turizmin güneş merkezi haline gelmiştir. İstanbul ise tarihi ve kültürel çekiciliği ile ön plana çıkmıştır. Aynı zamanda İstanbul, Osmanlı saray mutfağı ile tanınan dünyanın önemli gastronomi şehirlerinden biridir. İzmir, Muğla ve Antalya, turizm faaliyetlerini deniz, kum ve güneş turizmi dışında on iki aya yaymak için gastronomi festivallerinin sayısını artırdı. Bu şehirlerde yerel ürün şenliklerinin (Bal, peynir, yabani ot vb.) yanı sıra çikolata, kahve ve waffle gibi dünyada yaygın olarak tüketilen ürünler arasında dikkat çekmek için şenlikler düzenlendiği görülmektedir. Anadolu şehirlerinden Ankara, Mersin ve Bursa'da gastronomi festivalleri diğer illere göre daha fazladır. Ankara'nın Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti olması nedeniyle festival sayısının fazla olması bekleniyor. Mersin ve Bursa illerinde yerel kurum ve kuruluşların aktif çalışmaları sonucunda şenliklerin düzenlendiği bilinmektedir. Bu şehirlerde özellikle yerel ürünlerle ilgili daha fazla festival düzenlendiği görülmektedir. Bu şehirlerin dışında Konya, Nevşehir, Kayseri, Eskişehir, Kütahya gibi şehirlerde bir veya iki gastronomi festivali düzenlenmektedir. Bu da Anadolu şehirlerinin iyi organize edilmediğini ve festival düzenleme konusunda yeterli tecrübeye sahip olmadığını gösteriyor. Bu şehirlerde düzenlenen festivallerin neredeyse tamamı yöresel ürünler ve yemekler hakkındadır. Karadeniz bölgesindeki illere bakıldığında Samsun, Zonguldak, Giresun ve Rize illeri festivallerin düzenlendiği iller arasında yer almakla birlikte sadece bir gastronomi festivali düzenlemesi bölgenin festivaller açısından fazla gelişmediğini göstermektedir. Karadeniz bölgesi özellikle doğal güzellikleri ve gölleri ile öne çıkmaktadır. Bol yağış alan bölge, özellikle yenilebilir yabani ot çeşitliliği bakımından Türkiye'nin Ege Bölgesi ile en önemli bölgesidir. Bu nedenle yörede yabancı otlar ve yabancı otlardan yapılan yemekler ile ilgili gastronomi festivallerinin düzenlenmesi önemlidir. Tabloda yer almayan ancak bölgede düzenlenen birçok

festivalin olduğu aşıkardır. Bu festivallerin medya aracılığıyla duyurulması ve tanıtılması büyük önem taşımaktadır.

Festivaller tarihlere göre ele alınırsa Nisan, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında festival sayısı oldukça fazladır. Bu aylarda turizm sezonunun devam etmesi ve yerli ve yabancı turistlere ulaşımın kolay olması nedeniyle bu tarihlerde bir yığılma olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bir bölgeyi ziyarete gelen yerli ve yabancı turistlerin festivallere katılımı, turistlerin yöre halkına maddi katkı sağlaması anlamına gelmektedir. Rapor edilen tarihlerin, hasat dönemi nedeniyle genel olarak agregalarda yüksek olması beklenmektedir. Ocak, Şubat, Mart, Mayıs, Kasım ve Aralık aylarında festival sayısı azaldı. Bu tarihler tatil dönemi olmadığı için festival sayısı azdır. Aynı zamanda bu dönemlerde hasat edilen ürün sayısının az olması da festival sayılarının az olmasına katkı sağlamıştır. Bu dönemlerde düzenlenen gastronomi festivallerinin sayısının artırılması özellikle turizm alanının gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Festivallerin kapsamına bakıldığında çoğunun yerel ürünlerle ilgili festivaller olduğu görülmektedir. Bu durum Türk coğrafyasının yöresel ürünler açısından zenginliğini göstermektedir. Yöresel ürünler arasında özellikle sebze, meyve, peynir ve bal bölge halkları tarafından ön plana çıkarılmaktadır. Bu ürünlerin ön planda olduğu bölgede bolca tüketilmesi ve diğer bölgelerden farklı özelliklere sahip olması etkilidir.

Festivallerde düzenlenen bu ürünlerin bayram dönemi genellikle hasat edildiği dönemdir. Hasat döneminin şenlik için uygun olmadığı durumlarda şenliklerin farklı dönemlerde düzenlendiği bilinmektedir. Ancak takip eden şenlikler hasat döneminde yapılan şenlikler kadar etkili değildir. Özellikle Türkiye'de daha uzun süre yetiştirilen kahve hammaddeleri Türk kültüründe büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle festivallerin yapıldığı en önemli ürünlerden biridir. Çikolata festivalleri daha çok batıda düzenleniyor ve tüketicilere ve festivale katılan kişilere farklı sunumlarla sunuluyor. Ancak son yıllarda Türkiye'nin doğu ilinde bazı çikolata festivallerinin düzenlendiği görülmektedir. Batı illerinde çikolata festivallerinin düzenlenmesinde çikolata ve çikolata sektörünün etkili olduğu düşünülmektedir.

## **5. MATERYAL ve YÖNTEM**

### **5.1 Araştırmanın Problemi**

Türk Mutfağını Dünyaya Tanıtımında Festivallerin etkin bir sorumluluğu var mıdır? problemine yanıt aranmıştır.

### **5.2 Araştırmanın Önemi**

Dünyada yemek kültürü tarihi insanlık tarihi kadar eskilere dayanmaktadır. Yöresel yiyecek ve içecekleri kapsayan gastronomik unsurlar gerek bölgenin kalkınmasında gerekse pazarlanmasında ve aynı zamanda destinasyon marka değerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Gerçekleştirilen gastronomi festivalleri ve etkinlikleri bu doğrultuda birçok çalışmaya göre en etkili yöntemlerden birisidir. Bu çalışmada, ülkemizin sahip olduğu mutfak kültürü ve zenginliklerinin daha iyi tanıtılması için uygulanması için gerekenler araştırılacak festivallerin artı, eksi yönleri turizm profesyonellerinin görüşleri de alınarak incelenecektir. Turizmde pazarlama iletişimi ve Turizm pazarlaması kavramları eşliğinde konu araştırılarak öneriler sunulacaktır.

### **5.3 Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın ana amacı, ülkemizin sahip olduğu mutfak kültüründe festivallerin yeri ve önemi araştırılacaktır.

### **5.4 Araştırmanın Modeli**

Araştırma, tarama modelinde betimsel ve nitel veri analizi olan bir araştırmadır. Bu araştırma ile konu özelinde olan alanındaki araştırmaların amaç, kapsam ve yöntem açısından durumu analiz edilmeye çalışıldığından, betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Çünkü tarama modelleri, geçmişte ya da

halen varolan bir durumu varolduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırmalara uygun bir modeldir.

### **5.5 Araştırmanın Hipotezleri**

Türk mutfağının dñnyaya tanıtımında festivallerin olumlu bir rolü ve anlamlı ilişkisi olup olmadığını incelemektir.

Bu araştırmanın hipotezleri aşağıda verilmektedir:

H<sub>1</sub>: Türk mutfağını dñnyaya tanıtımında festivallerin olumlu bir rolü vardır.

H<sub>2</sub>: Türk mutfağını dñnyaya tanıtımında festivallerin yapıldığı bölgenin olumlu bir rolü vardır.

H<sub>3</sub>: Türk mutfağını dñnyaya tanıtımında festivallerin yapıldığı zamanın olumlu bir rolü vardır.

### **5.6 Sınırlılıklar**

1. Çalışmada örneklem 100 katılımcı ile sınırlı olacaktır.
2. Çalışmanın sonuçlandırılmasına ilişkin bulgular araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu ve demografik bilgilerden elde edilen verilerle sınırlı olacaktır.

### **5.7 Varsayımlar**

1. Araştırmanın uygulamasına dâhil olan katılımcıların samimi ve dürüst bir şekilde görüş belirtecekleri varsayılmaktadır.
2. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilindeki şefler, akademisyenler, yiyecek içecek sektör çalışmaları arasından seçkisiz (random) yöntemiyle seçileceği için evreni temsil edeceği kabul edilmektedir.

## 5.8 Çalışma Grubu

Çalışma grubumuz gastronomi alanıyla ilgilenen 10 kişiden oluşmuştur. Araştırmacı tarafından birebir görüşme gerçekleştirilerek yapılmıştır. Görüşme soruları tez sahibi ve danışmanı tarafından hazırlanmıştır. Görüşmelere geçilmeden önce 10 kişi ile uzman değerlendirme yapılmış ve uzmanların görüşünden sonra görüşme soruları revize edilmiştir ve görüşmelere sonra başlanmıştır.

## 5.9 Araştırma Soruları

1. Türk Mutfak Kültürü hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Sizce Türk Mutfağı Dünyanın en iyi mutfakları arasında mı?
2. Sizce Türk Mutfak Kültürü, Türk halkı ve uzmanlar (akademisyenler, şefler vb) tarafından doğru araştırılıyor ve biliniyor mu?
3. Türk mutfağı tanıtım faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?
4. Türkiye de ve yurtdışında Gastronomi festivaline katıldınız mı? Hangileri?
5. Festivallerin Türk Mutfak Kültürünü Dünyaya Tanıtımındaki Yeri Nedir?
6. Festivallerin Gastronomi Turizmine katkısı nedir?
7. Sizce yapılacak Festival organizasyonlarıyla Türkiye'den daha fazla destinasyonun UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi mümkün olabilir mi?
8. Festivallerin Sosyal farkındalık kapsamında etik değerler ve yerel lezzetlerin geliştirilmesine katkı sağlayacağını düşünür müsünüz?
9. Yemek Festivallerinin yurtiçinde ve yurtdışında arttırılması için neler yapılmalıdır?

10. Festivallerde Türk Mutfağının tanıtımı için ilave olarak neler yapılabilir? (Örn: Festival etkinliklerinde uluslararası dijital platformlarda gösterime girebilecek Türk gastronomisi film ve belgesel nitelikli projeler vb, logo, sembol, slogan vs)

### 5.10 Görüşmelerin Uygulanması

Çalışmamızda mülakat yöntemi uygulanmış ve aşağıda yer alan sorular sorulmuştur. Bunlar;

1. Türk Mutfak Kültürü hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Sizce Türk Mutfağı Dünyanın en iyi mutfakları arasında mı?

2. Sizce Türk Mutfak Kültürü, Türk halkı ve uzmanlar (akademisyenler, şefler vb) tarafından doğru araştırılıyor ve biliniyor mu?

3. Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?

4. Türkiye de ve yurtdışında Gastronomi festivaline katıldınız mı? Hangileri?

5. Festivallerin Türk Mutfak Kültürünü Dünyaya Tanıtımındaki Yeri Nedir?

6. Festivallerin Gastronomi Turizmine katkısı nedir?

7. Sizce yapılacak Festival organizasyonlarıyla Türkiye'den daha fazla destinasyonun UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi mümkün olabilir mi?

8. Festivallerin Sosyal farkındalık kapsamında etik değerler ve yerel lezzetlerin geliştirilmesine katkı sağlayacağını düşünür müsünüz?

9. Yemek Festivallerinin yurtiçinde ve yurtdışında arttırılması için neler yapılmalıdır?

10. Festivallerde Türk Mutfağının tanıtımı için ilave olarak neler yapılabilir? (Örn: Festival etkinliklerinde uluslararası dijital platformlarda

gösterime girebilecek Türk gastronomisi film ve belgesel nitelikli projeler vb, logo, sembol, slogan vs)

### **5.11 Verilerin Analizi**

Görüşme tekniğinde kişi sayısının az olması ve hazırlanan soruların cevapları ile belirgin bir yapı oluşturulabileceği düşünüldüğünden bilgisayar programları kullanılmadan bir kategorizasyon yapılmıştır. Görüşme soruları tez sahibi ve danışmanı tarafından hazırlanmıştır. Görüşmelere geçilmeden önce uzman değerlendirme formu istenerek uzmanların görüşünden sonra başlanmıştır. Yapılan görüşmeler kaydedildikten sonra verilerin analizi yapılmıştır.



## 6. BULGULAR VE TARTIŞMA

### 6.1 Bulgular

#### 1. Türk Mutfak Kültürü hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Sizce Türk Mutfağı Dünyanın en iyi mutfakları arasında mı?

- Türk Mutfağı, geniş bir kıtada uzun yıllar hüküm süren bir imparatorluğun mirası olması hasebiyle köklü ve çok çeşitli bir mutfak kültürü özelliğine sahiptir.
- Dünya’da Çin ve Arap mutfağı kadar köklü ve büyük bir mutfaktır.
- Yüzyıllar boyunca gerek yurt edindiğı coğrafyaların bitki çeşitliğı, gerekse sahip olduğı etnik ve kültürel çeşitliliğı harmanlayarak, bünyesine katmış ve zenginliğini bugünlere kadar taşımıştır.
- Türk mutfağı, çok çeşitli pişirme yöntemleri, yerel mutfak kültürleri ve törensel olarak sunduğı sayısız mutfak özelliklerine sahip bir yapısı olduğundan, dünyanın en iyi ilk üç mutfağı arasında olduğunu düşünölmektedir.
- Türk mutfağı diğere dünya mutfaklarının içinde zengin sayılabilecek mutfakları arasındadır.
- En zengin mutfağı ya da ilk üçe girer tespitleri kesinlikle gerçeğı yansıtmadığı görüşünü dile getiren katılımcılardan, bu durumu öznal ve şovenist bir yaklaşım olduğı düşünölmüştür.
- Türk mutfağı yapısal manada Dünya’nın sayılı mutfaklarından bir tanesidir, bununla birlikte farklı kültürlerden oluşması, Türk mutfağına renk katmaktadır.

- Coğrafi olarak, tarım ve hayvancılığın gelişmesi ve bu doğrultuda reçetelerde kullanılan malzemelerinde doğal olması Türk mutfağının en önemli özelliklerinden görülmektedir.
- Sayısız reçeteye sahip bir ülke olmasına rağmen, şehirlerimizde aynı isimli ürünlerin farklı reçeteler ile yapılması Türk mutfağının tek bir çatı altında toplanmasına engel olduğunu görüşünü getirmiş ve reçete ile ürünlerin doğallığı korunursa Türk mutfağı daha da iyi yerlerde olacağının altı çizilmiştir. .
- Türk mutfağı içinde, kendi öz kültüründen arınıp karma bir mutfağı ortaya çıkardığı düşünülmektedir. Türk mutfağı kendisine has olan mutfağına sahip çıkamamış, ev sahipliğini hem başka yöreler yapmıştır.
- Türk mutfağında küreselleşmenin olmamasının nedeni, geleneksel diyebileceğimiz tarifleri yeterli düzeyde geliştirmeyip geçmişe saplanması ve mutfak reklamını yeteri kadar yapmamasıdır.

**2. Sizce Türk Mutfak Kültürü, Türk halkı ve uzmanlar (akademisyenler, şefler vb) tarafından doğru araştırılıyor ve biliniyor mu?**

- Türk mutfağının yemek ve mutfak kültürleri yazılı tarihi kaynaklarda savaşlar kadar önemsenmemiş ve kayıt altına alınamamıştır.
- Somut ve ispat özelliği taşıyacak yeterlilikte kaynağın olmaması mutfağımızın en büyük sınırlılığıdır.
- Son yıllarda artış gösterse de genel manada tanıtımı kısıtlı kalmıştır.
- Türk halkının geçmişe nazaran bir ilgi ve merakı söz konusudur. Ama bu durum bilinç olarak yeterli düzeye tam ulaşmadığını gözler önüne sermektedir.
- Akademisyenlerin, şeflerin ve halk bilimcilerin dünya mutfağı kadar Türk mutfak kültürünü araştırdıkları ve bildikleri de düşünülmemektedir.

- Türkçe yazılan araştırmalar ve mutfak hakkındaki makaleler sadece Osmanlı ve son 100 yıllık mutfak kültüründen bahsetmekte ve çok daha derinlerde yatan Türklerin unuttuğu hakkında Türkçe kaynak dahi bulunması imkansıza yakın olan envayı çeşit lezzetler nedense gün yüzüne çıkarılmamaktadır.
- Fransızca ve Japonca pek çok Türk mutfak tanıtımı olduğu fakat bunların çeviriye tabi tutulmadığı aktarılmıştır.
- Bilgi eksikliği olan kişilerin de, Türk mutfağı tanıtımında kısıtlı olduğu görülmektedir.
- Bazen sosyal ağlar da ciddi sansasyonel haberlerle kötü örnekleri getirmekte ve Türk mutfağını olumsuz etkilemektedir.

### **3. Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?**

- Türk mutfağı özellikle son yıllarda gerek diplomatik gerekse ulusal ve uluslararası özel organizasyonların yapmış olduğu tanıtım faaliyetleri açısından iyi bir ivme kazanmış lakin son dönemlerdeki salgın bu durumu olumsuz etkilemiştir.
- Türk mutfağı tanıtımı genel manada yeterli bulunmamaktadır. Bu bağlamda büyük çaba var ama sadece mutfak alanında değil birçok kültürel alanda daha fazla tanıtım faaliyetleri yapılmalıdır.
- Türkiye'ye gelen pek çok kişide gastronomi turizm sebebi gelmektedir. İnsanların bir ülkeye gitme amaçlarından bir tanesi de gastronomi turizm olmaktadır. Yöresel ürünlere yönelim bu tanıtımlar sayesinde olmaktadır.
- Japon kültürler arası değişim projelerinde ve Ukrayna ile Moldavya'daki Türk restoranların da afişe edilen neredeyse tek ürün dönerdir. Döner ise çok da uzak sayılmayacak bir dönemde Almanya'da ortaya çıkmış bir tarif olarak kendisini gün yüzüne çıkartmıştır. Tanıtım faaliyetleri yeterli değildir.

**4. Türkiye de ve yurtdışında Gastronomi festivaline katıldınız mı?  
Hangileri?**

Türkiye de;

- İstanbul Gastronomi Festivali
- Gaziantep Gastronomi Festivali
- Beypazarı Gastronomi Festivali
- Kapadokya Gastronomi Festivali
- İstanbul Culinary Cup

Yurtdışında;

- Gaziantep Uluslararası Gastronomi Festivali
- Uluslararası Beypazarı Ve Yöresi Festivali
- Sihra Gastronomi Festivali
- Gastromasa Gastronomi Festivali
- İspanya- Alicante De Festivali
- Londra – Gastronomi Festivali
- Viyana - Gastronomi Festivali
- Fransa - Yöresel Lezzetler Festivali
- Almanya – Ekim Festivali
- İtalya – Dondurma Eğlence Festivali

## **5. Festivallerin Türk Mutfak Kültürünü Dünyaya Tanıtımındaki Yeri Nedir?**

- Türk mutfak kültürünün sahip olduğu birçok gastronomik ürün ile çok sayıda festival gerçekleştirdiği düşünülmektedir.
- Sahip olunan zengin mutfak kültürü, festivallerin tanıtımına güç katacaktır.
- Festivaller, hem ülkemizde ki doğru kültürü göstermek için hem de yurtdışından gelen ziyaretçilerin, şeflerin de kendi ülkelerinde bizim ürünlerimizi kullanmalarını sağlayacağı zemin hazırlamaktadır.
- Katılımın yüksek olduğu festivaller tanıtım konusunda çok daha etkin bir rol oynamaktadır.

## **6. Festivallerin Gastronomi Turizmine katkısı nedir?**

- Bütün turistler seyahat nedenlerine ve destinasyon tercihlerine bakılmaksızın gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilebilir.
- Gastronomi turizmi kapsamında düzenlenen festivaller de destinasyonlara tanıtım, ekonomik kazanç, kültürel mirasın devamlılığı ve tekrar ziyaret etme olanağı tanımaktadır.
- Ürün tanıtımı ve mutfak kültürümüzün milyonlarca insanlara doğru şekilde ulaşmasını sağlayacaktır.
- Hem döviz girdisi sağlayacak hem de gelen turistlerin bu ürünleri kendi ülkelerinde ve mutfaklarında kullanmalarını sağlayarak katkı sağlamaktadır.
- Festivaller ile oluşan farkındalık gastronomi turizmini olumlu anlamda etkilemektedir.
- Festivallerin gastronomi turizmini diri tutan yegâne olgu olduğu görülmektedir.

- Türklere özgü yemek kadar Türklere özgü içeceğe de ihtiyacımız vardır. Tek başına ayran maalesef yeterli görünmemekte çayı ise son 90 yıldır tüketilmektedir, kahve ise geliştirilmeye hiç uğraşılmamıştır.

**7. Sizce yapılacak Festival organizasyonlarıyla Türkiye’den daha fazla destinasyonun UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi mümkün olabilir mi?**

- Türkiye’de yapılacak festivaller ile gerek yerli gerekse yabancı turistlerin dikkati çekeceğinden, festivallere daha fazla talep oluşacağından ve destinasyonların bu yolla bilinirliği artacağından UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmeleri ve marka imajı oluşturmaları mümkün olacaktır.
- Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi için bir çok önemli detay bulunmaktadır. Ürünün tanıtımı sağlansa bile Unesco tarafından bu şekilde ifade edilebilmesi için festivaller tek başına yeterli değildir.
- Dikkatli şekilde incelendiğinde, Gaziantep mutfağını bu pozisyona getiren şey yenilikçi olmaları durumuydu. Şayet tutarlı ve disiplinli bir şekilde araştırma ve geliştirmeye odaklanılırsa, mümkün olacaktır.

**8. Festivallerin Sosyal farkındalık kapsamında etik değerler ve yerel lezzetlerin geliştirilmesine katkı sağlayacağını düşünür müsünüz?**

- Festivallerde yerel özellik taşıyan yemeklerin sunulmasını ve tanıtılmasını anlamlı bulunmaktadır.
- Doğru şekillerde yapılan tanıtım faaliyetleri yerel halkın kimlik bilincini geliştirir ve yerel lezzetlerin hazırlama, pişirme ve servis ritüellerinin nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır.
- Kar amacı ve satış üstünlüğü sağlamak adına yerel ürünlerin doğal yapılarının değiştirilerek özünden farklı şekillerde sunulmasını/pazarlanmasını etik bulunmamaktadır.

- Tanıtılan yöresel ürünlerin insanlar tarafından daha dikkatli incelenmesi ve tadım yapılması, ürünlere karşı duyulan isteği artıracaktır.
- Füzyon ve moleküler mutfak ile yelpazeler genişlemekte ve yeme içme alışkanlıkları da beraberinde değişmektedir. Festivaller bu bağlamda farklı kültürleri yakından inceleyip bizleri yeni ufuklar ile tanıştırmaktadır.

### **9. Yemek Festivallerinin yurtiçinde ve yurtdışında arttırılması için neler yapılmalıdır?**

- Yemek Festivallerinin hem yurtiçinde hem de yurtdışında arttırılması için öncelikle Türk mutfak kültürünün de festival teması olabilecek nitelikteki ürünlerin tespiti yapılmalıdır.
- Söz konusu ürünlere sahip destinasyonların yerel halkı, özel ve kamu kuruluşlarının kısacası bütün paydaşların sorumluluk üstlendiği bir çalışma grubu ile festivallerin düzenlenmesi sağlanmalıdır.
- Festivaller yüksek maliyetli organizasyonlar oldukları için yerel imkânları sınırlı olan destinasyonların devlet tarafından desteklenmesi gerekmektedir.
- Daha kaliteli ve insanları gerçekten bilgilendirecek etkinlikler yapılması gerekmektedir.
- Üniversitelerin ilgili bölümleri, çeşitli yiyecek-içecek toplulukları ve dernekleri, basın yayın kuruluşları bu konuda sıkı ve ciddi organizasyonlar düzenlemelidir.
- Yemek yemeği ve yapmayı çok daha eğlenceli ve heyecanlı bir hale getirerek festivaller yapılmalıdır. Bu noktada Avrupa'da yapılan orta çağ fuarında, giysiler, yemekler ve pişim metotlarının birebir orta çağa uygun yapılması fuarın pek çok ülkeden rağbet görmesini ve heyecanla beklenen bir etkinlik olmasını sağlamaktadır.

**10. Festivallerde Türk Mutfağının tanıtımı için ilave olarak neler yapılabilir? (Örn: Festival etkinliklerinde uluslararası dijital platformlarda gösterime girebilecek Türk gastronomisi film ve belgesel nitelikli projeler vb, logo, sembol, slogan vs)**

- Genel manada katılımcılardan alınan yanıtlarda, ülkemizde düzenlenmekte olan geniş katılımlı uluslararası festivallerin dijital platformlarda veya farklı ülkelerde bir benzerinin yapılabileceğini düşünülmektedir.
- Gastronomi içerikli filmler veya diğer Türk filmlerinde, dizlerde veya belgesellerde gastronomik ürünlere ve mekânlara daha fazla yer verebileceğinin altı çizilmiştir. yer verilebilir.
- Türkiye de faaliyet gösteren ulusal veya uluslararası şirketlerin belirli bir zaman aralığında olsa da yerel ürünlerin kullanıldığı logoları kullanmaları noktasında teşvikleri de oluşturulabilir.
- Pek çok dijital platform takip edilerek, teknolojik gelişmeler ışığında daha çok insana daha doğru bilgileri ulaştırmak gerekmektedir.
- Ayrıca festivallerde ya da tanıtımlarda, kurulmuş olan stantların gelen misafirler ile detaylı olarak ilgilenmesi gerektiği aktarılanlar arasındadır.
- Oluşması muhtemel insan kalabalığının iyi yönetilmesi, insanların stantlara uğramadan festival alanlarından çıkmalarının önüne geçilmesi gerekmektedir
- Ülkemizde mevcudiyetini sürdüren geniş katılımlı uluslararası festivallere benzer şekilde dijital platformlarda veya farklı ülkelerde bir benzerinin yapılabileceği de bildirilenler arasında yerini almıştır.
- Kımız ve kefir gibi tarihte kullanılan ve günümüzde unutulmaya yüz tutmuş olan pek çok içeceğimizin de tanımını yapmanın gerekliliği ve bunlar yapılırken de etnik tanıtım yapılabilir şeklinde bir düşünce haiz olmuştur. Örnek vermek gerekirse de, önü açık bir oba çadırında servis yapılabilir. Dijital platformlarda bir miktar abartı, hikayeleştirme ve



mitoloji ile süsleme çok daha etkili sonuçlar yaratabilir düşüncesi hâkim olmuştur.



## 7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi, temel olarak kültür ve yemeği tek bir başlık altında birleştirmektedir. Yörenin doğal güzelliklerini, denizini, kumunu, güneşini ve tarihini dikkat çekme açısından tamamlayacak bir nesne olmadan yemek tek başına bir anlam ifade etmediği gibi kültürde de bir anlam ifade etmeyebilir. Ekstra yemek ve kültürü yansıtabilecek egzersizler, bölgelerin turizm gelirlerinden daha fazla pay almasına ve bölge halkının finansal kalkınmasına katkı sağlayacaktır.

Bir bölgenin değerlerinin turizm bağlamında değerlendirilmesi, turizmin mevsimlik bir faaliyet olmaktan çıkarılması ve elde edilen değerlerin sürdürülebilirlik açısından avantaja dönüştürülmesi önemlidir. Bölgeye gelen turistler için büyük bir deneyim algısı gastronomi festivalleri ile sağlanabilir. Gastronomi festivalleri bölgeleri, şehirleri ve ülkeleri turizm alanında uzun süre tutabilen görsel festivallerdir.

Gastronomi festivalleri göz önüne alındığında destinasyona kattığı değer ve avantajların ne kadar büyük olduğu görülecektir. Festivallerin alışılmış turizm çeşitliliğinin ötesine geçerek düzenlenmesi bölgenin imajına ve sürdürülebilirliğine önemli katkı sağlayacaktır. Gastronomi festivalleri ile farklı destinasyon bölgelerinin turizme kazandırılmasının yanı sıra halihazırda turizm bölgelerinin özelliklerini taşıyan yerlerin cazibe unsurunu artıracakları düşünülmektedir. Tüm faktörler göz önüne alındığında gastronomi festivallerinin yerel düzeyde hizmet veren yiyecek içecek işletmelerini güçlendirdiği, bölgenin ürünlerinin ve biyolojik çeşitliliğinin gelişmesine ve korunmasına katkı sağladığı ve aynı zamanda yerel kimliklerin devamına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Türkiye'de düzenlenen gastronomi festivalleri ülkeye hem sosyal hem de ekonomik açıdan katkı sağlayacaktır. Bu katkılar aşağıdaki başlıklar altında incelenebilir.

- Gastronomi festivallerinin düzenlenmesi, Türkiye'de hizmet verecek alternatif turizm faaliyetlerini standart hale getirmiş turizm faaliyetlerinde yeni destinasyonların oluşumuna katkı sağlayacaktır.
- Ekim dönemi genellikle Nisan ayında başlar, Türkiye'de biten turizm faaliyetlerini 12 ay sağlar. Bu durum yerel halkın refah düzeyinin gelişmesine katkı sağlayacak ve sosyoekonomik düzeyi yükseltecektir.
- Bölgede üretilen ve yerli gıda, içecek ve ürünlerin Türkiye'de ve dünyada tanınmasına katkı sağlayacaktır. Bu tanınmadan sonra yerel iş olanakları artacak ve köyden kente göç azalacaktır.
- Yerel şenliklerde tartışılan konulardan biri olan unutulmuş veya unutulmuş yemekler ve adetler, hatırlanarak günümüze getirilecek ve kayıt altına alınma şansına sahip olunacaktır.
- Gastronomi festivalleri sadece yiyecek ve içecek sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda kültürel gelişimi ve yeni nesillere kültür aktarımını da sağlayacaktır.
- Bilinmeyen bir alanda gastronomi festivalleri düzenlemek, bilinmeyen birçok destinasyonun ulusal ve uluslararası tanınırlığının artmasına ve daha fazla ziyaretçinin gelmesine katkı sağlayacaktır.
- Bir bölgede yapılacak festival öncesi çevre düzenlemesi ve altyapı düzenlemelerinin gerekliliği nedeniyle festival nedeniyle düzenlemelerin yapılacağı düşünülmektedir.
- Festivalin kapsamlı veya ilgi çekici hale gelmesinden sonra medyanın ilgisini çekecek ve destinasyonun farkındalık düzeyini artıracaktır.
- Markanın turizmdeki önemi dikkate alınarak festival alanının veya ürünün markalaşma süreci başlayacak ve ürünün katma değeri artacaktır.
- Bir bölgeye bir kez gelen turistlerin bir sonraki dönemde aynı bölgeyi ziyaret etmelerine katkı sağlayacaktır.

- Turist ve yerel halkın etkileşiminin artması sonucunda samimi bir ortam oluşacak ve bu da ürün pazarlamasında güven sağlayacaktır.
- Bu çalışmanın konusuna ve bulgularına uygun olarak aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:
- Gastronomi festivallerinin sayılarının arttırılması ve yılın her bölümünde yapılabilir olması önemlidir. 2023 Turizm stratejisinde yer alan turizmin 12 aya yayılması hedefine de uygun bir strateji olacaktır. Bu sayede harita üzerinde bölgelere ait daha fazla işaretleme yapılabilir ve bölgeyi ziyaret edecek turist sayısında artış sağlanabilir.
- Destinasyonlara ait yerel yemekler, bölgeye has yetişen tarım ürünleri vb. ürünlerin tespiti için yerel halk ve yerel idarelerin birlikte çalışarak festivale konu olacak ürün çeşitliliği sağlaması gastronomi festivali haritalarına eklenecek ürünler için önemlidir. Bu sayede haritaya konu edilen ürünler çeşitlendirilebilir.
- Gastronomi festivalleri, festivale konu olan ürünün ya da ürün ile birlikte tüketilen ürünlerin sağlığa zararlı ve satın alınması yaş kısıtlı olan ürünler (alkol ve tütün mamulleri) olması nedeniyle iptal edilmemelidir. Bu tür iptaller olumsuz etki yaratması beklenmektedir.
- Sonraki araştırmacılar için her yıl içeriği, yapılış zamanı değişebilen, sonradan eklenen ya da artık yapılmayan festivallerin güncellenmesi ve bu veri ile ilgili Türkiye Festivalleri web sitesinin kurulması önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akbaba, A., & Çetinkaya, N. (2018). *Gastronomi ve yiyecek tarihi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpargu, M. (2008). Onikinci yüzyıla kadar İç Asya'da mutfak kültürü. In A. Bilgin, & Ö. Samancı (eds.), *Türk mutfağı* (pp. 17-25). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Atak, O. (2009). *Türk turizminin tanıtımında festivallerin yeri ve önemi: Antalya örneği (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
- Atalay, R. (2017). *Alternatif Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Beyşehir Yöresi Örneği*. Unpublished Master's Thesis, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aydın, Ö. (2017). *Turistlerin Sinop İlinin Alternatif Turizm Potansiyeline Yönelik Algılarının İncelenmesi*. Unpublished Master's Thesis, İskenderun Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Bakırcı, G. T., Bucak, T., & Turhan, K. N. (2017). Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy*, 5(2).
- Baysal, A. (1993a). *Beslenme kültürümüz* (2nd ed.). Ankara: T. C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Bilgin, A. (2002). Seçkin mekanda seçkin damaklar: Osmanlı sarayında beslenme alışkanlıkları (15. ve 17. yüzyıl). In M. S. Koz (ed.), *Yemek kitabı: Tarih halkbilimi- edebiyat* (pp. 78-118). İstanbul: Kitabevi.
- Chang, Meehyang; Kim, Jung-Hoon; Kim, Daecheol (2018-10-01). "The Effect of Food Tourism Behavior on Food Festival Visitor's Revisit Intention". *Sustainability*. 10 (10): 3534
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). *Food in Tourism: Attraction and Impediment*, *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755-778.
- Cohen, E. (1979). *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology*, 13(2): 179-201.
- Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment, *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cömert, M., & Çetin, K. (2017). Gastronomi temalı yerel festivaller üzerine bir değerlendirme. *Journal of International Social Research*, 10(54).

- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Unpublished Master’s Thesis, İstanbul.
- Çavuşoğlu, M. (2017). Gastronomy tourism and a study on Cyprus taste festivals. *International Rural Tourism and Development Journal (IRTAD)* E-ISSN: 2602-4462, 1(2), 47-52.
- De Jong, Anna; Varley, Peter (2018-08-13). "Food tourism and events as tools for social sustainability?" (PDF). *Journal of Place Management and Development*. 11 (3): 277–295.
- Demirbilek, E. (2018). Gastronomi festivallerinin başarısını etkileyen faktörler: Ege Bölgesi örneği (Yüksek Lisans Tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu, Türkiye.
- Denizer, D. (2007). Türklerde yeme-içme kültürü. In *Mutfak ve Gıda Güvenliği Semineri kitabı* (pp. 37-53). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Dereli, M. (ed.). (1989). *Ticari mutfak*. Ankara: T. C. Turizm Bankası A.Ş. Araştırma ve Eğitim Daire Başkanlığı.
- Doğanbey, N. (1988). Türk mutfak kültürü. In *İkinci Milletlerarası Yemek Kongresi bildirileri* (pp. 127-132). Ankara: Konya Kültür ve Turizm Vakfı Yayınları.
- Doğdubay, M. & İlsay, S. (2016). *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi Konulu Festivaller*, Hakan Doğdubay ve İlsay (Ed.), *Bir İletişim Biçimi Olarak Gastronomi içinde* (s. 169–193). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğdubay, M., & İlsay, S. (2016). Bir iletişim biçimi olarak gastronomi konulu festivaller. Hakan Doğdubay ve İlsay (Ed.), *Bir iletişim biçimi olarak gastronomi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ekin, Y. (2011). Etkinlik turizmi kapsamında festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin yerel halk üzerindeki sosyal etkileri konulu bir araştırma (Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya, Türkiye.
- Festival, (2019). <https://festivall.com.tr/fest-kategori/13/yeme-icme/> date of access: 12.10.2019.
- Genç, R. (2002). XI. yüzyılda Türk mutfağı. In M. S. Koz (ed.), *Yemek kitabı: Tarih halkbilimi- edebiyat* (pp. 3-17). İstanbul: Kitabevi.
- Getz, D. (2000). Developing a research agenda for the event management field. *Events Beyond 2000: Setting the Agenda, Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research and Education*. Editors J. Allen, R. Harris, L. K. Jago and A. J. Veal. Sydney: Australian Centre for Event Management, University of Technology Sydney.
- Güneli, M. (2012). *Gastronomi ve İmaj Devri* (Date of access: 15.10.2019). <http://www.turizmdebusabah.com/yazarlar/gastronomi-ve-imaj-devri-mehmetguneli-62638.html>.
- Gürkan, O. T. (2007). *Yöresel Türk mutfağı*. İstanbul: Yaylım Yayıncılık.

- Gürsoy, D. (2013). Tarihin süzgecinde mutfak kültürümüz. İstanbul: Oğlak Yayıncılık
- Gyimóthy, S., & Mykletun, Rj. (2009). Korkunç gıda: Turizm mirasını turizmde yemek maceraları olarak metalaştırmak. *Tatil Pazarlaması Dergisi*, 15 (3), 259-273.
- Gyimóthy, S., Rassing, C. R., & Wanhill, S. (2000). Marketing works: A study of the restaurants on Bornholm, Denmark. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 371-379.
- Hall, C. M., & Sharples, E. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumptions? An introduction of the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, B. Cambourne, & N. Macionis (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1-24). Oxford: ButterworthHeinemann.
- Helgadóttir, G. (2018). Herding Livestock and Managing People: The Cultural Sustainability of a Harvest Festival, (Editor) Judith Mair: *The Routledge Handbook of Festivals 1st Edition* (335–343), Publisher: Routledge Handbook
- Hornig, J. S. ve Chen-Tsang, T.(2012). *Culinary Tourism StrategicDevelopment: An Asia-Pacific Perspective*, *International Tourism of Journal Research*, 14,40–55.
- Jayswal, T. (2008). *Events Tourism: Potential to Build a Brand Destination*, Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15–17 May,IIMK.Kim, S. S., Prideaux, B. & Chon, K. (2010). *A Comparison of Results of Three Statistical Methods to Understand the Determinants of Festival Participants Expenditures*. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2): 297–307.
- Joppe, M., Martin, D. W., & Waalen, J. (2001). Toronto's image as a destination: A comparative importance-satisfaction analysis by origin of visitor. *Journal of Travel Research*, 39(3), 252-260.
- Kargiglioğlu, Ş., & Kabacık, M. (2017). Gastronomi turizmi kapsamında Urla Enginar Festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 409-421.
- Kastenholz, E., Davis, D., & Paul, G. (1999). Segmenting tourism in rural areas: The case of north and central Portugal. *Journal of Travel Research*, 37(4), 353- 363.
- Kim, Sangkyun (2015-10-02). "Understanding the Historical and Geographical Contexts of Food Festival Tourism Development: The of the Tatebayashi Noodle Grand Prix in Japan". *Tourism Planning & Development*. 12 (4): 433–446.
- Koz, M. S. (ed.). (2002). *Yemek kitabı: Tarih-halkbilimi-edebiyat*. İstanbul: Kitabevi.
- Küçük, M. (2013, 14-16 Kasım). Kültür turizmi kapsamında yer alan festival etkinliklerinin yerel kalkınmaya katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl

- Festivali üzerine bir araştırma. 1. KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Kitabı, Konya, Türkiye.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü. (2008). Dünya'da Türkiye. Ankara: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lee, Insun; Arcodia, Charles (July 2011). "The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding: The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding". *International Journal of Tourism Research*. 13 (4): 355–367.
- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K. & Babin, B. J. (2008). *Festival scapes and Patrons Emotions, Satisfaction, and Loyalty*. *Journal of Business Research*, 61(1): 56–64.
- Litvin, S. W. & Fetter, E. (2006). *Can a Festival Be Too Successful a Review of Spoleto, Usa*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1): 41–49.
- Maviş, F. (2003). Endüstriyel yiyecek üretimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oral, M. Z. (2002). Selçuklu devri yemekleri ve ekmekleri. In M. S. Koz (ed.), *Yemek kitabı: Tarih-halkbilimi-edebiyat* (pp. 18-34). İstanbul: Kitabevi.
- Ögel, B. (1981). Türk mutfağının gelişmesi ve Türk tarih gelenekleri. Ankara: T. C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Samancı, Ö. (2008). İmparatorluğun son döneminde İstanbul ve Osmanlı saray mutfak kültürü. In A. Bilgin, & Ö. Samancı (eds.), *Türk mutfağı* (pp. 199- 217). Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Samancı, Ö., & Croxford, S. (2006). 19. yüzyıl İstanbul mutfağı. İstanbul: Medyatik.
- Sayarı, B. K. & Gün, T. (2018). *Placemaking Betwixt and Between Festivals and Daily Life*, (Editor) J. Mair: *The Routledge Handbook of Festivals 1st Edition* içinde (ss. 373–383), Routledge.
- Şavkay, T. (2005). Medeniyet ve coğrafya değişimleri çerçevesinde Türk mutfağı. In E. Pekin, A. Sümer, & S. Arsel (eds.), *Eskimeyen tatlar: Türk mutfak kültürü* (4th ed., pp. 72-89). İstanbul: Vehbi Koç Vakfı.
- Şirvani, M. B. (2005). *15. yüzyıl Osmanlı mutfağı*. İstanbul: Gökkuşbu.
- Talas, M. (2005). Tarihi süreçte Türk beslenme kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk yemekleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 18, 273-283.
- Tanrısever, C., & Ekerim, F. (2018, Ekim 20-22). Tekerüstü Türk lezzetleri: "Gastrobüs". *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, Kocaeli, Türkiye.
- Tuncel, M. (2000). Fast food (hızlı yemek) sisteminin Türk mutfağına uyarlanması ve bir uygulama. (Unpublished master's thesis). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Türk Dil Kurumu. (2020). Festival. Alındığı uzantı: [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr).



- Türkben, C., Fulya, G. & Yılmaz, U. (2012). *Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi*, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23): 47–50.
- U. (2012). *Festival and Events Management*, Publisher: Routledge Handbook View publication stats.
- Ünsal, A. (2002). Osmanlı mutfağı. In M. S. Koz (ed.), *Yemek kitabı: Tarihhalkbilimi- edebiyat* (pp. 128-158). İstanbul: Kitabevi.
- Ünsal, A. (2010). Geçmişten günümüze İstanbul'un lokantaları. In A. E. Bilgili (ed.), *Şehir ve kültür: İstanbul*. İstanbul: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Ünver, A. S. (1952). *Fatih devri yemekleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü.
- Ünver, A. S. (1952). *Fatih devri yemekleri*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Tıp Tarihi Enstitüsü.
- Üstündağlı, E. (2009). *Balkan göçmenlerinin Türkiye’de kültürleşmeleri sürecinde Türk tüketim kültürüyle olan etkileşimi*. (Unpublished master's thesis). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Wu, Hung-Che; Wong, Jose Weng-Chou; Cheng, Ching-Chan (2014-11-02). "An Empirical Study of Behavioral Intentions in the Food Festival: The Case of Macau". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 19 (11): 1278–1305.
- Yeoman, I., Robertson, M., Ali-Knight, J., Drummond, S. & McMahon-Beattie, U. (2012). *Festival and events management*. New York, United States of America: Routledge.
- Zavalna, S. (2019). *Ukrayna Gastronomi Festivalleri, (Yüksek Lisans Tezi)*. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Yılmaz, A. (2002). *İşyerimiz mutfak mesleğimiz aşçılık sanatımız pişirmek*. İstanbul Boyut Yayın Grubu.

## **EKLER**

**Ek 1:** Etik Kurul İzni

**Ek 2:** Uzman Değerlendirme Formu

**Ek 3:** Görüşme soruları



## Ek 1: Etik Kurul İzni



T.C.  
İSTANBUL AYVANSARAY ÜNİVERSİTESİ  
REKTÖRLÜK

Sayı : E-31675095-100-2100001388  
Konu : Etik Kurul Raporu Hk.

23.02.2021

Sayın Araştırmacı Betül ÇAM

“Türk Mutfağını Dünyaya Tanıtımında Festivallerin Rolü” konulu çalışmanız 09/02/2021 tarih 2021/01 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda görüşülmüş olup; Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin değerlendirmesi sonucunda söz konusu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Barış BULUNMAZ  
Rektör Yardımcısı

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34097, Beşik - İstanbul  
Tel: 4447096 Faks: +90 212 621 4342  
E-Posta: info@ayvansaray.edu.tr Elektronik Ağ: www.ayvansaray.edu.tr

Doç. Dr. Merve Buse YILMAZ  
Yeni İşletme Bilimleri Bölümü



Bu belge 5070 sayılı elektronik imza kanununa göre güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

DoÄY imzama adresi: <https://bilgi.ayvansaray.edu.tr/BelgeDogrulama> - DoÄY imzama kodu: DTR41ED6

## Ek 2: Uzman Değerlendirme Formu

**Sayın Hocam,**

“Türk Mutfağını DÜnyaya Tanıtımında Festivallerin Rolü” başlıklı yüksek lisans tez çalışması kapsamında görüşme formu geliştirilmiştir.

Görüşme formunun veri toplamak için uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla değerli görüşlerinize ihtiyaç duymaktayız. Bunun için bir “**Uzman Değerlendirme Formu**” hazırlanmıştır. Form içindeki soruları, aşağıda belirtilen hususlara göre değerlendirmenizi talep etmekteyiz.

- a. Herkes için aynı anlamı ifade ediyor mu?
- b. Birbiriyle örtüşen maddeler var mı?
- c. Bölünmesi gereken maddeler var mı?

Cinsiyetiniz :

Yaşınız :

Eğitim durumunuz :

Göreviniz :

Toplam iş Deneyiminiz (yıl olarak):

**Araştırmacı**

**Danışman**

Betül Çam

Dr. Öğr.Üyesi İlkay YILMAZ

İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

İstanbul Ayvansaray Üniversitesi

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

betul.cam@gmail.com

ilkayyilmaz@ayvansaray.edu.tr

### **Ek 3: Görüşme soruları**

1. Türk Mutfak Kültürü hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Sizce Türk Mutfağı Dünyanın en iyi mutfakları arasında mı?
2. Sizce Türk Mutfak Kültürü, Türk halkı ve uzmanlar (akademisyenler, şefler vb) tarafından doğru araştırılıyor ve biliniyor mu?
3. Türk Mutfağı Tanıtım Faaliyetlerini yeterli buluyor musunuz?
4. Türkiye de ve yurtdışında Gastronomi festivaline katıldınız mı? Hangileri?
5. Festivallerin Türk Mutfak Kültürü Dünyaya Tanıtımındaki Yeri Nedir?
6. Festivallerin Gastronomi Turizmine katkısı nedir?
7. Sizce yapılacak Festival organizasyonlarıyla Türkiye'den daha fazla destinasyonun UNESCO Gastronomi Alanında Yaratıcı Şehirler ağına girmesi mümkün olabilir mi?
8. Festivallerin Sosyal farkındalık kapsamında etik değerler ve yerel lezzetlerin geliştirilmesine katkı sağlayacağını düşünür müsünüz?
9. Yemek Festivallerinin yurtiçinde ve yurtdışında arttırılması için neler yapılmalıdır?
10. Festivallerde Türk Mutfağının tanıtımı için ilave olarak neler yapılabilir? (Örn: Festival etkinliklerinde uluslararası dijital platformlarda gösterime girebilecek Türk gastronomisi film ve belgesel nitelikli projeler vb, logo, sembol, slogan vs)