

**TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARINDA TATLI TABAĞI
TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESMA ZEYNEP KARA

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı

TEMMUZ, 2022

**TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARINDA TATLI TABAĞI
TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESMA ZEYNEP KARA

21220102009

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Elçin NOYAN

TEMMUZ, 2022

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAY FORMU

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı Programı 21220102009 numaralı öğrencisi **Esma Zeynep KARA**'nın “**TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARINDA TATLI TABAĞI TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ**” konulu Yüksek Lisans tezi Enstitümüz Yönetim Kurulunun 25/05/2022 tarihli ve 2022/10 sayılı Yönetim Kurulu kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği/oyçokluğu ile 28.07.2022 tarihinde kabul edilmiştir.

<u>Unvan</u>	<u>Adı Soyadı</u>	<u>Üniversite</u>	<u>İmza</u>
ASIL ÜYELER			
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi	Elçin NOYAN	İstanbul Topkapı Üniversitesi
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Başak SUNGUR	İstanbul Topkapı Üniversitesi
2. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Murat DOĞAN	İstanbul Gelişim Üniversitesi
YEDEK ÜYE			
1. Üye	Dr. Öğr. Üyesi	Aslı AKSOY	Haliç Üniversitesi

ONAY
Dr. Öğr. Üyesi Bora GÜNDÜZYELİ
Enstitü Müdürü

(*) Oybirliği/Oyçokluğu hâli yazı ile yazılacaktır.

(**) Kabul / Ret veya Düzeltme kararı hâli yazı ile yazılacaktır.

AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Türk ve Dünya Mutfaklarının Tatlı Tabağı Tercihleri: İstanbul Restoranları Örneği” başlıklı çalışmamın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun olarak tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmam içerisinde kullandıkları her yerde atıf yapıldığını belirtir ve onurumla doğrularım.

.../.../2022

Esmâ Zeynep KARA

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sũresince yardımlarımı asla esirgemeyen, sabırla sorularımı yanıtlayan, tũm sũre boyunca iletişimde kalarak emin ellerde olduğumu hissettiren kıymetli danışman hocam Sayın Dr. Őđr. Őyesi Elçin NOYAN'a, akademik hayata hazırlanırken engin bilgilerini bizlerle paylaőan ve Őđrencisi olmaktan gurur duyduğum kıymetli hocam Sayın Prof. Dr. Aziz EKŞİ'ye, eğitim hayatım boyunca her an desteklerini hissettiğim sevgili annem Sultan KARA, babam Resul KARA, kardeőim Őmer Baki KARA'ya, başarılı olmamı en az ailem kadar gũnũlden isteyen, tez yazma sũrecinde manevi desteği ile gũ veren sevgili arkadaőım Sakinur KOCA ve ismini sayamadığım diğer yakın arkadaőlarıma teőekkũrũ bir borç bilirim.

Esmay Zeynep KARA

İÇİNDEKİLER

Sayfa

KABUL VE ONAY	ii
AKADEMİK DÜRÜSTLÜK BEYANI	iii
TEŞEKKÜR	iv
İÇİNDEKİLER	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
TABLOLAR LİSTESİ	viii
ÖZET	ix
ABSTRACT	x
1. GİRİŞ	1
2. TÜRK MUTFAĞININ GENEL ÖZELLİKLERİ	4
2.1. Orta Asya Dönemi (1040'dan önce)	4
2.2. Selçuklular ve Beylikler Dönemi (1040-1299)	6
2.3. Osmanlı Dönemi (1299-1923)	7
2.4. Cumhuriyet Dönemi (1923-...)	10
2.5. Türk Mutfağının Özellikleri	11
3. DÜNYA MUTFAĞININ GENEL ÖZELLİKLERİ	15
3.1. İtalyan Mutfağı	17
3.2. Fransız Mutfağı	18
3.3. Uzakdoğu Mutfağı	20
3.3.1. Tayland Mutfağı	20
3.3.2. Japon Mutfağı	21
3.3.3. Kore Mutfağı	22
3.3.4. Çin Mutfağı	23
3.4. İspanyol Mutfağı	24
3.5. Meksika Mutfağı	26
3.6. Amerikan Mutfağı	27
4. GASTRONOMİDE ALGIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER	30
4.1. Gastronomi Kavramı ve Lezzet Algısı İlişkisi	30
4.2. Sunum Estetiği, Geşalt Kuramı, Duyusal Pazarlama	35
4.3. Lezzet Algısını Etkileyen Faktörler	38
4.3.1. Koku	39
4.3.2. Görsel Öğeler	41
4.3.2.1. Nokta	41
4.3.2.2. Çizgi	42
4.3.2.3. Doku	42
4.3.2.4. Renk	42
4.3.2.5. Şekil	45

4.3.3. İşitsel Öğeler	46
4.3.4. Dokunsal Öğeler	47
5. YEMEK SUNUMUNDA BAŞVURULAN TEMEL FAKTÖRLER	49
5.1. Denge	50
5.2. Süsleme	52
5.3. Tabak Düzenlemesi	52
6. TATLI SUNUMUNDA TABAK TERCİHİ	54
6.1. Tatlı Sunumunda Tabak Seçimi	54
6.2. Tatlı Sunumu İçin Tabak Tercihini Etkileyen Faktörler	56
7. TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARINDA TATLI TABAĞI TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ	58
7.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	58
7.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi	58
7.3. Araştırma Evreni (Ana Kütlesi) ve Örneklem	60
7.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	61
7.5. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği	61
7.6. Araştırmanın Bulguları	62
8. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
KAYNAKÇA	81
EKLER	84
ÖZGEÇMİŞ	87

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1: Osmanlı Saray Mutfağı Bölümleri.....	10
Şekil 4.1: Yemek Seçimini Etkileyen Faktörler.....	31
Şekil 4.2: Gastronominin İlişkili Olduğu Bilimler.....	32
Şekil 4.3: Lezzet, Lezzet Algısı ve Tatma İlişkisi.....	33
Şekil 4.4: Beş Duyu Yardımıyla Karar Alma Süreci.....	38
Şekil 7.1: Kelime Bulutu.....	75

TABLÖLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 7.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	62
Tablo 7.2: Araştırma Verileri.....	76



ÖZET

TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARININ TATLI TABAĞI TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ

Lezzet algısında yemeğin ağza alındığı anda dilde hissedilen tadı kadar görüntüsü, kokusu, yapısı gibi pek çok değişken de etkili olmaktadır. Bu sebeple yemeğin yanında sunulan her bir öğe algıyı etkilediği bilinerek özenle seçilmektedir. Renk, şekil, boyut gibi görsel öğeler ile, diğer duyuşsal öğeleri de içinde barındıran yiyecekler daha fazla ilgi çekerek tercih edilmektedir. Bunun bilincinde olan günümüz restoranları ve bu restoranların mutfaklarını yöneten şefler, artık yemeği farklı yönlerini ön plana çıkararak sunmakta, yaratıcılıklarını kullanarak yemek sunumlarını geliştirmektedirler. Çok yönlü bir yemek deneyimi sağlamak için tabaktaki yenilebilecek öğeler kadar, yemeğin birlikte sunulduğu araç gereçler de özenle seçilmektedir. Tabak seçimi ise bu bağlamda önemli bir faktördür. Tabak seçerken şekli, büyüklüğü, materyal, doku gibi değişkenler yemeğin lezzet algısında büyük bir etkiye sahiptir. Türk ve dünya mutfağı restoranları, geleneksel ya da modern konseptlerine uygun olarak tabak tercihlerini yemeğe en uygun şekilde yapmaktadırlar. Örneğin geleneksel Türk mutfağı konseptli restoranlar, tabak seçimlerinde bakır, kalay gibi materyalleri tercih ederlerken, modern Anadolu mutfağı konseptli restoranlarda ise özel yapılmış seramik ya da porselen materyalli tabaklar sıklıkla kullanılmaktadır. Yemek deneyimini ve konseptlerini doğru yansıtabilmek için araç gereç seçimlerinde de bu özeni göstermektedirler. Bu çalışmada Türk ve dünya mutfağı restoranlarının tatlı tabağı tercihlerinin incelenmesi ve bu tercihlerin yeme isteğı, lezzet algısı ve satın alma niyeti üzerine etkisi hakkında bilgi edinmek amaçlanmıştır. Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölümde Türk ve Dünya mutfaklarının genel özellikleri araştırılmıştır. Üçüncü bölümde gastronomide algıyı etkileyen faktörler incelenmiştir. Dördüncü bölümde yemek sunumunda başvuruşulan temel faktörlere değinilmiş olup beşinci bölümde tatlı sunumlarında tabak tercihleri hakkında bilgiler verilmiştir. Altıncı bölümde araştırma bulguları incelenmiştir. Çalışmada, İstanbul ilinde bulunan restoranların mutfaklarında çalışan şefler ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniğı uygulanarak elde edilen veriler, sesli veya çevrimiçi görüntülü görüşme programları aracılığı ile kayıt altına alınarak elde edilmiştir.

Katılımcılardan edinilen bilgiler ışığında, İstanbul ilinde bulunan Türk ve Dünya mutfağı restoranlarının tabak tercihlerini belirlemede, konsept, tatlının sunum şekli, porsiyon büyüklüğü, hitap edilen kesim gibi pek çok faktörün etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu faktörler detaylı şekilde incelenerek çalışmada yer verilmiştir.

Anahtar Sözcükler: *Türk Mutfağı, Dünya Mutfağı, Tabak Tercihi, Restoran, İstanbul.*

ABSTRACT

DESSERT PLATE PREFERENCES OF TURKISH AND WORLD CUISINES: THE EXAMPLE OF ISTANBUL RESTAURANTS

Many variables such as the appearance, smell and structure of the food as well as the taste felt on the tongue as soon as the food is taken into the mouth are effective in the perception of taste. For this reason, each item served with the meal is carefully selected, knowing that it affects the perception. Foods that contain visual elements such as color, shape, size, as well as other sensory elements are preferred by attracting more attention. Being aware of this, today's restaurants and the chefs who manage the kitchens of these restaurants are now presenting the food by emphasizing its different aspects and improving their food presentations by using their creativity. In order to provide a versatile dining experience, the utensils with which the meal is served, as well as the edible items on the plate, are carefully selected. Plate selection is an important factor in this context. When choosing a plate, variables such as shape, size, material, texture have a great effect on the taste perception of the food. Turkish and world cuisine restaurants make their choice of plates in accordance with their traditional or modern concepts in the most appropriate way for the meal. For example, traditional Turkish cuisine concept restaurants prefer materials such as copper and tin in their plate selection, while in modern Anatolian cuisine concept restaurants, specially made ceramic or porcelain material plates are frequently used. In order to accurately reflect the dining experience and concepts, they also show this care in their selection of tools. Those who show this care for food and to reflect their designs correctly are the ones who choose the tools. In this study, it will be aimed to review the sweet preferences of Turkish and world cuisines and information about the eating preferences, taste perception and purchase of the preferences. The study consists of six chapters. In the first two chapters, the general characteristics of Turkish and World cuisines were investigated. In the third chapter, the factors affecting the perception in gastronomy are examined. In the fourth section, the basic factors used in food presentation are mentioned, and in the fifth section, information about the plate preferences in dessert presentations is given. In the sixth chapter, the research findings are analyzed. Among the elderly people who work in communication with the people who work in their restaurants in Istanbul, by applying semi-structured training, with the interview program with the people who look after the elderly education.

In the light of the information obtained from the participants, it has been concluded that many factors such as the concept, the way the food is presented, the portion size, the segment addressed are effective in determining the plate preferences of Turkish and World cuisine restaurants in Istanbul. These factors were examined in detail and included in the study.

Keywords: *Turkish Cuisine, International Cuisine, Plate Preference, Restaurant, Istanbul.*

1. GİRİŞ

Gastronomi olgusu, sanayi devriminin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkmıştır. Kişiler, vakitleri ve kazançları artınca evden başka yerlerde yemek yeme alışkanlığı edinmişlerdir. Bu gelişmelerle yeni bir boyut kazanan gastronomi olgusu, teknoloji ve globalleşmenin de etkisiyle fizyolojik bir ihtiyacın çok ötesinde anlamlar kazanmıştır (Avcıkurt ve Sarıoğlan, 2019). Kişiler artık dışarıda yedikleri yemeklerde tatmin düzeylerine önem vermektedirler. Bu tatmin düzeyini etkileyen ise lezzet algısıdır. Algılama süreci, çevresel ve bireysel uyaranların duyu organları aracılığıyla fark edilmesi, tüketicinin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılaması için gerekenlerin yerine getirilmesi ve anlamlandırılması sonucu, davranış ve tutumu değiştirerek eylemi sonuçlandırır. Bu süreç sonunda kişinin hafızasında bir bilgi oluşur ve zihin yoluyla deneyim elde edilir (Akıllıbaş, 2019).

Lezzet algısı farklı birçok disiplinin etkisi altındadır. Nörogastronomi, psikoloji, somato-sensori ve duysal analiz bu disiplinlerin başlıca olanlarıdır. Lezzet algısı, tüm duylardan olumlu ya da olumsuz bir şekilde etkilenmektedir. Bu sebeple mutfak şefleri bir yemeği hazırlarken pişirmeden sunuma kadar müşteri memnuniyeti için çalışmaktadırlar (Boyacı, 2017).

Lezzet, yiyecek ve içeceklerin ağızda bıraktığı tat ve retronazal koku sinyallerini içeren bir algı olarak tanımlanabilir. Dokunsal, kinestetik ve termal etkilerle lezzet algısı oluşurken görsel ve işitsel faktörler oldukça önem kazanmaktadır (Cankül ve Uslu, 2020). Bu kapsamda mutfaklarda şefler, yemekleri hazırlarken tat, koku, görüntü gibi etkenlere özen göstermektedirler. Duyuları kullanarak lezzet algısını oluşturup geliştiren şefler, başarılı yemek tasarımı ile yeni bir deneyim oluşturmak konusunda yaratıcı fikirlerle yola çıkmaktadırlar.

Beş temel duyu organından; bazıları daha yoğun olmak üzere, lezzet algısını etkilemektedir. Yenilen yemeklerde kişiler, duylar aracılığıyla olumlu veya olumsuz lezzet algısına sahip olmaktadır (Spence vd., 2014). Nasıl ki tat alma duyumuz yemek için önemli bir lezzet algısı sebebiyse, leziz ya da vasat koku, çıtırtı, doku da iyi ya da kötü bir yemek deneyiminin başlıca sebepleri arasındadır. Lezzet ile aynı

anlamlarda kullanılan tat ifadesi, tat alma duyusunun diğerk duyulardan daha baskın olabileceğini bize göstermektedir. Fakat lezzet algısı sadece yemeğin tadı ile oluşmaz. Aynı zamanda diğerk duyularımızı da harekete geçiren yemekler, algıyı tat kadar etkilemektedir.

Yeme alışkanlığı anne karnında başlayarak, yaşanan çevre, bulunduğu toprakların kültürü gibi koşullardan etkilenerek bilinçaltını şekillendirmektedir. İnsanların yeme davranışlarını etkileyen fiziki faktörler, ses, ısı, ışık, mekân, çevre olarak sayılırken; sosyal faktörler ise, ekonomik etmenler, demografik yapı, kültür, inanç; biyolojik etmenler, iştah, hormonlar, biyolojik durum, beden algısı sayılabilmektedir. Psikolojik olarak ise kişinin duygu durumu, depresyon, sıkıntı, stres, çok mutlu veya sevinçli olma halleri yeme içme davranışlarını etkilemektedir (Özkan ve Bilici, 2018).

İnsanların, kişiler, mekânlar ve olaylara dair fikirleri, genel olarak konuya dair edinilecek tutumu belirler ve bu bağlamda oldukça önemlidir. Sunum ise bir yemek hakkında bilgi edinmemizi sağlayan ilk izlenimdir. Bunun sebebi, tat alma, görme, koklama gibi duyuların etkilendiği yemek tecrübesinde görsellik ilk aşamadır. Bir porsiyon yemeğe dair etkileyici bir sunum, yeme isteğini artırır; aynı şekilde göze güzel görünmeyen çirkin bir görünüm ise lezzet bakımından çok iyi olsa da yemeği tatma isteğini kaçırabilmektedir. Bu nedenle, iyi bir şefin yemek pişirme tekniklerini iyi bilmesi ve etkin kullanması yanında; yemeği bir sanat olarak değerlendirmesi ve tabak prezantasyonu konusunda yetenekli olması gerekmektedir. İyi bir şef, tabağıyla sanatını ortaya koymalı ve yemeği yiyenlerin bu sanatın ifade ettiklerini anlaması gerekmektedir. Diğerk bir deyişle, usta bir şefin tabakları kişiler ile görsel iletişim kurmayı sağlayan araçlar olarak kabul görmeli, itina ile sunulmalıdır (Yılmaz, 2016).

Özgün menülerin hazırlanması, yiyeceklerin hijyen kurallarına uygun ve sağlığa elverişli ortamlarda muhafaza edilmesi, lezzet ve görsel açıdan iyi olması amaçlanarak hazırlanması ve sunulması gastronomi biliminin çalışma alanındadır. Bu bağlamda şef, hazırladığı tabaklarıyla müşteriler ile iletişim kurar. Hazırlanan tabaklar ise birer görsel simgedir.

Simge, iletişimin ana yapısal ögesidir. Simgeler göze hitap eden yani görsel ve kulağa hitap eden yani işitsel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Görsel iletişim doğrudan göze, görsel algıya hitap eden iletişim şeklidir. İletişimin etkili

elementlerinden olan görsel iletişimde mesajın alıcıya iletilmesi sürecinde görme duyusu etkilenmektedir. Sözlü ve sözsüz iletişim süreçlerinin her birinin yaşanması için iki kişinin varlığı şartı aranırken, görsel iletişim süreci kişilerin zihin süzgecinden tek başına geçmektedir (Güngör, 2011).

Görsel sanatlar, renk kullanımıyla ilintili semboller, mekânsal aktiviteler gibi iletişimin farklı biçimleri görsel iletişim kapsamındadır. Yemeğin sunumunu anlatan tabak prezantasyonu da görsel iletişim kapsamındadır ve yemek hakkında genel bir algı oluşturmaktadır. Örnek olarak bir yemek, doğru değerlendirmeler yapılarak seçilen doğru tabakta ve doğru süsleme ile sunulursa, birey bu yemeğin sahip olabileceği olumlu özelliklere (iyi malzeme, kalite ve lezzet gibi) sahip olduğu fikrini edinmektedir. Bu sayede daha yemek yenilmeden olumlu bir değerlendirmeye sahip olunmaktadır. Bu değerlendirme doğrultusunda, sunum ve süsleme gibi görsel emareler, kişinin fikrini hatta algıladığı tadı etkilemektedir (Yılmaz, 2016).

Ürün ve ürünün estetiğinin önemini vurgulayan mutfak sanatları, hazırlık, yemeğin pişmesi ve sunulması aşamalarının birleşimidir. Bu nedenle lezzetli yemek kadar sunumun da önemi göz önüne alınmaktadır (Arıkan ve Ekincek, 2016). “Yenilebilir sanat” ifadesi günümüzde oldukça yaygın bir kullanım alanına sahiptir ve gastronominin uygulama alanındadır. Bu alan, yenilebilir maddelerin şekli, dizaynı ve tabak prezantasyonu evrelerini dikkate alarak gelişmektedir (Uçuk ve Özkanlı, 2017). Yemeğin sunumu ile kalitesinin anlaşılabilmesiyle “Güzel olan lezzetlidir.” söylemi ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucunda süsleme ile sunumun kişilerin algısını ve bununla birlikte yemeğin tadını etkileyebileceği fikri oluşmaktadır (Arıkan ve Ekincek, 2016). Sunum sadece görsellik olarak karşımıza çıkmamaktadır. Aromatik kokular ve duyguları ön plana çıkaran bir olgu olarak da karşılaşılmaktadır (Sünnetçioğlu ve Özkök, 2017).

Yemek sunumunun önem kazanması sürecinde gastronomi lezzet kadar göze de hitap etmesiyle çok algılı bir sanat alanı olmuştur. Sunum, füzyon mutfağı, moleküler gastronomi, nörogastronomi gibi alanlardaki gelişmelerle daha da önemli bir hal almıştır (Arıkan ve Ekincek, 2016).

2. TÜRK MUTFAĞININ GENEL ÖZELLİKLERİ

Türk Mutfağı, Klasik Türk Mutfağı ve Türk Halk Mutfağı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Klasik Türk Mutfağında, İstanbul'un, restoran, saray ve konaklarında başlayıp 19. yüzyıl sonu 20. yüzyıl başına denk gelen zamana ait mutfak incelenirken, Türk Halk Mutfağında klasik mutfağa dair yemekler incelenir. Türk Halk Mutfağında ayrıca Anadolu'ya özgü yöresel yemekler incelenmekte olup, klasik mutfağın aksine Anadolu'da hala yaşatılmaktadır.

Türk mutfağı, Orta Asya, Çatalhöyük ve Anadolu uygarlıklarının ilk çağlardan beri süregelen etkisiyle günümüzdeki şeklini almıştır. Türk tarihinde olduğu gibi Orta Asya, Selçuklu, Osmanlı ve Cumhuriyet dönemleri incelenerek Türk mutfağının oluşumu hakkında bilgiye ulaşılmaktadır (Halıcı, 2015).

2.1. Orta Asya Dönemi (1040'tan önce)

Türk mutfak kültürü üzerine yapılan araştırmalar, geleneklerde yeme içme alışkanlığının önemini vurgulamaktadır. Doğumlar, ölümler, imece geleneği, düğünler, bayramlar gibi sosyalleşmenin yaşandığı organizasyonlarda hazırlanan yemeklerin önemi bunu kanıtlar niteliktedir. Bu organizasyonlarda geleneklere uygun sofralar kurularak, yemekler pişirilip dağıtılmış, birlikte acı ya da eğlence paylaşmıştır. İslam'ın kabulünden önce yaşayan Türk toplumlarında sofranın kuralları, yemeğe katılanların sosyal konumları göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Geleneklere göre 'Misafirin en şerefli baş köşeye oturtulur.' gibi yaklaşımlar söz konusudur (Demirgöl, 2018).

Orta Asya'da göçebe hayatı yaşayan Türklerin yemek kültürleri hakkında edinilen bilgiler kısıtlı ve tahminlere dayanmaktadır. Göçebe hayata uygun şekilde Türkler, koyun ve at eti gibi hayvansal gıdalar, bunlardan üretilen süt ve süt ürünleri ve buğday ve diğer tahıllardan yapılan hamur işleri gibi yiyeceklerle beslenmişlerdir. Kıymız ve ayran ise içecekleri arasındadır. Çince "Man too" sözcüğünden türetilen Mantı, Katmerli Börek, Tatar Böreği, Çibörek gibi açma hamurlar, tarhana ve benzeri yiyecekler Orta Asya'dan günümüze ulaştığı düşünülen yemeklerdir. İslamiyet'ten

önceki döneme ait yazılı kaynaklardan olan Orhun Kitabeleri'nde Türk mutfağına dair ilk yazılı bilgilere rastlanmaktadır. Göktürklerle ait bu yazıtlarda, yas töreni için "ölü yemeğı" daveti verildiğı bilgisine ulaşılmıştır. Geyik ve tavşan etinin yemek olarak tüketildiğı belirtilmiştir. Göçebe Türkler, geçimlerini avcılıkla sağlamış olsalar da bazı kaynaklarda hayvanlara karşı çok merhametli oldukları ve ava meraklı olmadıkları şeklinde bilgilere de rastlanmaktadır (Halıcı, 2015).

Ülkelerin mutfakları buldukları coğrafyanın özelliklerine göre oluşmaktadır. Türklerin ilk yerleşim yerleri olan Orta Asya'da sert bir iklim ve kurak topraklar nedeniyle tarımsal faaliyetler gelişmemiş, denize uzaklığı da göz önünde bulundurularak bir mutfak kültürü gelişmiştir. Bu sert iklim göçebe hayat süren Türklerin yaşadıkları zor şartların etkisiyle besin kaynağı olarak ete yönelmelerine sebep olmuştur. Hayvan yetiştiriciliğinde uzmanlaşan ve çevrenin avantajlarını kullandıkları bir yapı oluşmuştur (Kurgun, 2016). Büyük ölçüde hayvancılıkla geçimlerini sağlayan Orta Asya Türklerinin, et üretimlerinin fazlalığı dolayısıyla etin uzun süre bozulmadan saklanmasını amaçlayarak konserve yapmayı bu dönemlerde ilk olarak öğrendikleri düşünülmektedir. Türklerin Çin'e sattıkları ihraç ürünlerinin başında bu konserveler gelmektedir. Etler ve sakatatlar, kavrulup tuzlandıktan sonra kurutularak kış için saklanmıştır. Pastırma olarak da bilinen kurutulmuş et oldukça değerlidir ve bozulma riskinin düşük oluşu seferlerde de tercih edilmesinin sebebidir. Etler ayrıca bağırsak kılıflarında fermente edilerek saklanmıştır. Günümüzde tüketilen sucuk öğrenilen bu yöntemlerin sonucudur. Eski Türklerin topuk kemiğinden yaptıkları paça kemiğinden yapılan yemek de günümüzdeki paça çorbasının atası niteliğindedir (Demirgöl, 2018).

Orta Asya bozkırında yaşayan Türkler' in besin kaynakları hayvansal ürünler ile buğday ve hububat temelli yiyeceklerdir. Doyurucu oluşu sayesinde buğdaydan yapılan ekmekler buğday üretimini teşvik etmiştir. Ayrıca süt, yoğurt ve tereyağı gibi hayvansal ürünler de yemek kültüründe yerini almıştır. Kısırdan elde edilen kıymız ve ayran ana içecekler arasında olup törenlerde tüketilmiştir. Patlıcan, biber, bakla gibi sebzeler ve arpa, darı gibi diğer tahıllar tüketilen yiyecekler arasındadır. Türkler hayvansal ve bitkisel bu besinleri besin maddesi olarak kullanmışlar ve kutsal Tanrılara kurban olarak da sunmuşlardır (Kurgun ve Özşeker, 2016).

2.2. Selçuklular ve Beylikler Dönemi (1040- 1299)

11. yüzyılda yaşayan Türklere dair geniş bilgilerin edinildiği Divan-ü Lügat-it Türk isimli Kaşgarlı Mahmut tarafından yazılan Türk sözlüğünde kullanılan mutfak eşyalarından bahsedilmiştir. Bardak, aşçı bıçağı, tepsi, kova, ibrik, et çengeli, sac, şiş, susak, havan, tekne, tuzluk, kaşık, çanak gibi araç ve gereçler bunların bazılarıdır. Eski Türk yemeği olarak adlandırılan yufka, katmer, ekmek, tutmaç, yoğurt, ayran, kımız, çörek, pekmez, bulduni (höşmerim), kavut, helva gibi yiyecekler bu sözlükte yer almıştır. 1070'te Yusuf Has Hacip tarafından yazılan Kutadgu Bilig isimli eser, sofras, şölen ve yemek törenlerine dair bilgiler içermektedir. Mevlana'nın Mesnevi ve Divan-ı Kebir eserleri ile 14.yüzyılda kaleme alınan Dede Korkut Hikayeleri de bu döneme ait yemek kültürü araştırmalarına ışık tutan kaynaklar arasındadır. Yahni, Şişlik, Toyga Çorbası, Kalyeler, Boraniler gibi yemekler; pekmez helvası, zerde, badem helvası ve paluze gibi tatlılar bu dönemde yapılmaya başlanmıştır. Mevlana'nın ölümü sonrasında Mevlevilik tarikatının, mutfak çalışma düzenleri ve sofras adabına ilişkin koyduğu bazı kurallar günümüzde de geçerliliğini korumaktadır (Halıcı, 2015).

Orta Asya'dan göç ederek Anadolu topraklarına yerleşen ve geçtikleri yerlerden de etkilenecek gelişen Selçuklu Mutfağında, göçebelikten gelen hayvansal ürünler ve yerleşik hayatın avantajı olan zirai ürünlerin etkisi yemek kültürünün zenginliğini oluşturmuştur. Genellikle iki öğün kuşluk ve akşam vakti yemek yeme için önemlidir. Kuşluk vaktinde tok tutucu özellikte hamur işleri, öğle vakitlerinde ise meyve ve içecek tüketmişlerdir. Anadolu Selçuklu ve Beylikler döneminde et yemeklerinde küçük ve büyükbaş hayvanların yanında tavuk, horoz, kaz, ördek gibi kanatlılar da çokça tüketilmiştir. Biryani adı verilen kebab et yemekleri arasında en çok bilinen yemektir (Kurgun, 2016).

Orta Asya Türk Mutfağında olduğu gibi bu dönemde de arpa, yulaf, buğday ve çavdar unundan bazlama, yufka, somun ekmekleri yapılmış, fakat farklı olarak bu dönemde her yemeğin yanında bu ekmekler tüketilmeye başlanmıştır. Selçukname'de 'arı girde' olarak sözü edilen yufka ekmeğinin sadece padişahların yemesi için özel olarak yapıldığı bilgisine ulaşılmaktadır. Selçuklular ayrıca Orta Asya'da da tüketilen Toyga aşısı, Yoğurtlu çorba gibi yemekler ve keşkek, aşure gibi yiyeceklerde yarma kullanmışlardır. Buğday ve arpa fermente edilerek boza üretilmiştir. Buğday çorbası tüketmek de bu dönemin alışkanlıkları arasındadır. Sütten tereyağı, kurut, kefir, ayran,

yoğurt, peynir ve kıyma üretilmiştir. İslam'ın benimsenmesiyle alkol içeren kıyma tüketimi oldukça azalmıştır. Selçukname'de pilav, kebab, yahni, borani, tutmaç, keşkek, çorba, ekme, sebze yemekleri, kadayıf ve helva gibi tatlıların, düzenlenen törenlerin önemli yemekleri olduğu yazılmıştır. Patlıcan, turp, şalgam, ıspanak, bakla, mercimek, fasulye, nohut, erik, elma, ayva üzüm gibi sebze, meyve ve hububatlar da bu dönemin besin kaynakları arasındadır. Yemekleri lezzetlendirmede kullanılan baharatlar ise Anadolu'ya Araplarla yaşanan etkileşim sonucunda gelmiştir. Kandil gibi önemli günlerde halka helva yapılıp dağıtıldığı da bilinmektedir (Demirgöl, 2018).

2.3. Osmanlı Dönemi (1299-1923)

Fatih Sultan Mehmet 1453'te İstanbul'un fethinden hemen sonra bir saray yaptırmış ve çıkarılan Kanunnamesi'nde imparatorluğun teşrifat protokolü, birlikte yemek yeme adabı gibi usulleri belirlemiştir. Sadece padişaha küçük tencerelerde ve az oranlarda yemeklerin pişirildiği 'küçük tencere' anlamına gelen 'Kuşhane'; Valide Sultan, şehzadeler ve haremın önde gelen kişilerinin yemeklerinin pişirildiği 'Has Mutfak'; harem mutfağı, kapı ağası mutfağı, divanı hümayun mutfağı ve makamlarına göre diğer saray halkının mutfakları olmak üzere bölümlere ayrılmıştır. Sarayda Osmanlı'nın ilk dönemlerinde gösterişsiz ve sıradan yemekler yenirken; zamanla usuller değişerek bir öğünde 100 yemek sunulan ihtişamlı sofralar kurulmuştur. Yabancı kaynaklarda da yer verilen Osmanlı saray mutfağının özellikleri arasında, ihtişamlı sofralar, yemek ritüelleri, farklı ve çok çeşitli yemekler ve içecekler bulunmaktadır (Halıcı, 2015).

Türk mutfağının gelişimi hakkında bilgiler veren diğer etkende konaklardır. Selçuklular döneminde başlayıp Osmanlı'yı da içine alan soylu halkın yaşadığı konakların davetlerinde üstünlük göstergesi kabul edilen yemeklerin en iyisini sunmak için yarışılmıştır. İstanbul'daki Osmanlı konaklarında verilen ziyafeti oluşturan 23 tane yemekten oluşan Friedrich Unger'ın listesi şu şekilde sıralanmıştır:

- Acem Pilavı
- Baklava
- Dolma
- Duda Dolması
- Elma Dolması

- Elma Kompostosu
- Elmasiye
- Enginar Yahnisi
- Etlü Börek, kabuksuz badem, havyar, turp ve zeytinli salata ile
- Kayısı Hoşafi
- Kuzu Kebabı
- Peynirli Börek
- Pilav Peltesi
- Sütlü Ař (Sütlaç)
- Sütlü Ekmek
- Sütlü Tavuk Göğsü,  zerine tereyağı
- Süzme Aşure
- şerbet ve Tatlılar
- Tandır Kebabı
- Tavuklu Tencere Kebabı
- Terbiyeli orba (Yumurta ve limonlu etli orba)
- Yaprak Sarma
- Yumurta Dolması (Işın, 2021).

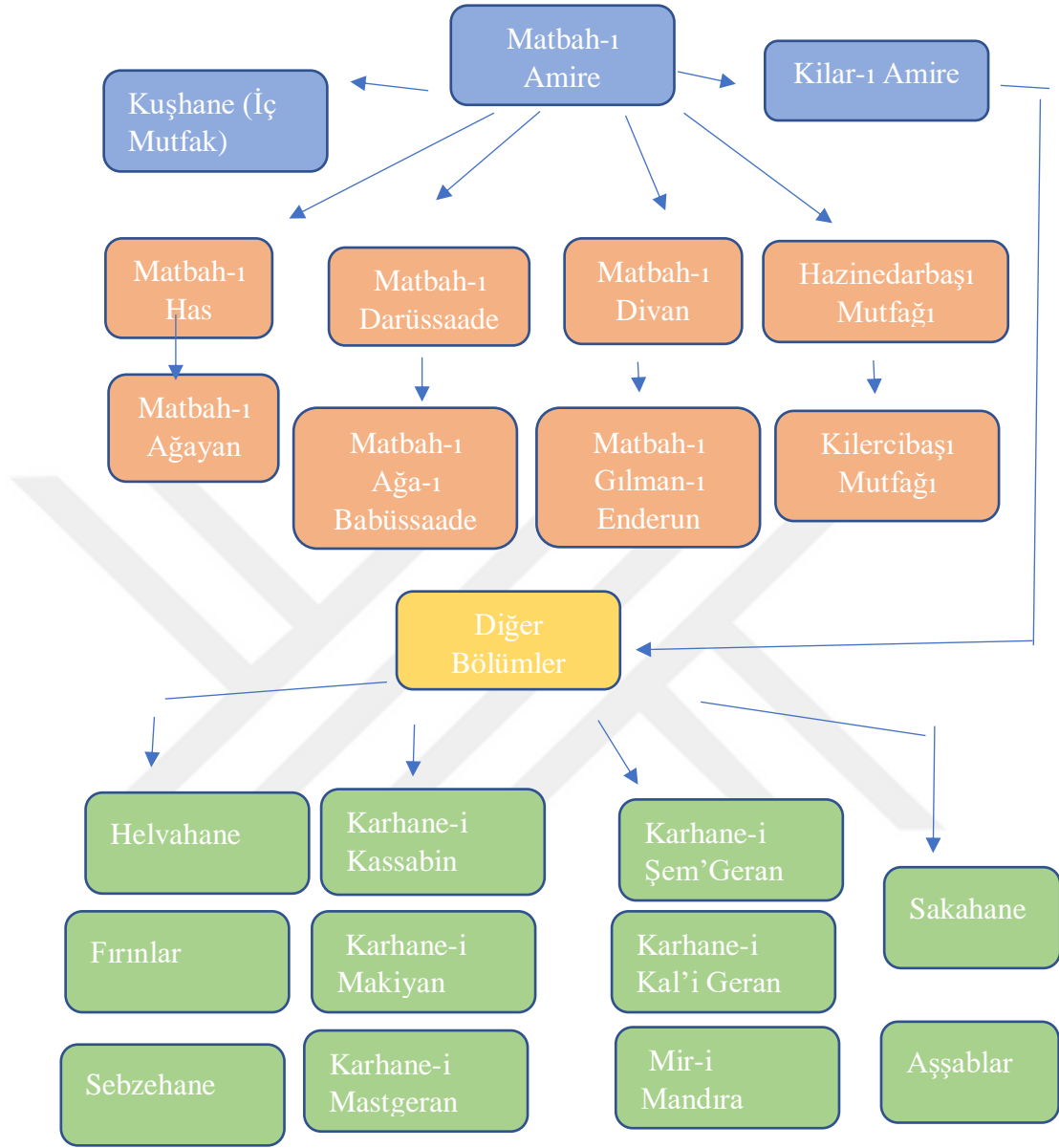
Konaklar dönem padişahlarının ilgisini çekecek kadar gösterişli yemekler sunmuşlardır. II. Mahmut zamanında yaşayan D rizzade şeyhülislam Abdullah Molla kibarlığı, zenginliği ve mutfağıyla  n salmış ve II. Mahmut'un da konağına misafir olmasını sağlayacak kadar güzel yemekleriyle bilinmektedir. Sadrazam Mahmut Paça, konağındaki ziyafetlerde pilav içerisine sakladığı altın ile 'diş kirası' vermiştir. Konaklardaki aşçılar da saraydaki gibi, et, börek, tatlı, ekmek gibi farklı bölümlerde yeni yemekler yaratmak için yarışmışlardır. Ramazan aylarında konaklarda aşçılar olsa dahi G lla yapımının evin hanımının zarif ellerinden olması gibi adetleri vardır (Halıcı, 2015).

Geç Osmanlı döneminde sofralara k uk tabaklarda, zeytin, peynir, yoğurt, turşu, havyar, reçel gibi atıştırmalıklar konulmuş, yemek boyunca insanlar istedikleri zaman bunları tattmışlardır. Ana yemekler, sofralara sırasıyla ve teker teker getirilip, herkes tattıktan sonra kaldırılarak, Rusları da etkilemiş olabileceğine inanılan tek tek sunma usulü service a la Russe'un ilham kaynağı olarak görülmektedir. Meyveler

genellikle kahvaltı ve kuşluk vakitlerinde tercih edilmiştir. 19. yüzyıl sonlarında Avrupa usulü sunumlar yayılmış, sofraya kişisel tabaklar, çatal, bıçak ve bardaklar konmaya başlanmıştır. 1883'te basılan *Ev Kadını* isimli kitapta bu sofraya düzenini gösteren 'Alafranga Sofra' çizimi bulunmaktadır. Saray ve konaklarda Avrupa'nın da etkisiyle artık özel yemek odaları bulunmaktadır. 18. yüzyılda devletin ileri gelenleri arasında yayılan çay içme geleneği, 19. yüzyılda halk tarafından da benimsenmiş ve çayhaneler açılmıştır. Avrupa ve Amerika'dan alkollü içki ithal edilmiştir. Bira, rom, cin, elma şarabı, şarap ve şampanya bu içkilerin başlıca olanlarıdır. Mastika adlı rakı türü, sakız, yıldız anason, kişniş ve tarçın ile tatlandırılarak tüketilmiştir (Işın, 2021).

Osmanlı döneminde yayınlanan yemeğe dair kitaplar şunlardır:

- 13. yüzyılda Bağdadi tarafından yazılan ve Şirvani tarafından yemek tarifi eklemeleriyle çevrilen, Orta çağ, Arap ve Fars mutfağı etkisinde *Kitabü't-Tabih*,
- 18. yüzyıla Ait Bir Yemek Risalesi, Ağdiye Risalesi olarak bilinen bir yemek kitabının esin kaynağı olmuş, 1985 yılında Nejat Sefercioğlu tarafından Türkçeye çevrilmiştir.
- Ali Eşref Dede'nin *Yemek Risalesi*, diğer adıyla *Et-Terkibat Fi Tabhi'l Hulviyyat*, 19. yüzyılda yazılmış olup, Günay Kut tarafından Türkçeye çevrilmiş bir tatlı risalesidir.
- 1844'te Mehmet Kâmil tarafından yazılmış olan *Melceü't-Tabbahin* (Aşçıların Sığınağı), İstanbul'un aşçıları için unutulmuş ya da yanlış uygulanan eski reçeteleri canlandırmak amacıyla yazılmıştır.
- 1880'de basılan *Yeni Yemek Kitabı*,
- 1883'te basılan *Ev Kadını*,
- 1900'de basılmış *Aşçı Başı*, bu üç kitap *Aşçıların Sığınağı* kitabı ile ortak özellikler taşımaktadır.
- 1920 yılında *Aşçı Mektebi* isimli, ağırlıklı Fransız yemeklerine yer verilen eski harfli Türkçe yemek kitabı (Samancı, 2020).



şekil 2.1.: Osmanlı Saray Mutfadı Bölümleri

Kaynak: Akbaba ve çetinkaya, (2020). Gastronomi ve Yiyecek Tarihi

2.4. Cumhuriyet Dönemi (1923-...)

Cumhuriyet Döneminin başlarında iletişimin yetersiz oluşu ve teknolojinin henüz gelişmemesi sebebiyle bazı yörelerin yemekleri olduğu gibi korunsada dahi; kalıcılık ve yemeklerin yaygınlaşması iletişimin ve teknolojinin gelişmesi sonrasında olmuştur. Bu dönemin başlarında Türkiye mutfadı daha çok İstanbul mutfadı ile özdeşleşmiştir.

Cumhuriyet Döneminde yemekler, Anadolu'da önceden yaşayan, uygarlıklar ve devletlerin mutfak kültürlerinin doğal olarak birleşimi ile oluşmuştur. Önceleri yalnızca saray ve konak mutfaklarında, Ege ve Akdeniz'den gelen zeytinlerden elde edilen yağ kullanılırken, daha sonra halkın kendi evlerinde ve lokantalarda sıklıkla zeytinyağı kullanılmaya başlanmıştır. Yağların rafine teknikleri eğitilmiş kişiler tarafından teknoloji kullanılarak geliştirilmiş, tereyağı ve iç yağının yerine margarin ve çiçek yağları, bal ve pekmezin yerine endüstriyel şeker, tam buğday unu yerine beyaz un üretilip kullanılmaya başlanmıştır. Konserveler, hazır gıdalar ve katkı maddeleri mutfak kültürünü kökünden etkilemiştir (Oktay, 2018).

Osmanlı Dönemi saray mutfağı aşçıların yerini, Batılılaşan yemekleri bilen aşçılar almış ve bu aşçıların büyük çoğunluğu esnaf lokantalarının çoğalmasında öncü olmuşlardır. Deneyimini saraylarda edinen Bolulu aşçılar, açtıkları esnaf lokantalarında mutfakların başına geçerek saray tecrübelerini buralara aktararak günümüz esnaf lokantalarının özünü oluşturmuşlardır. Aşçıların bir kısmı ise İstanbul'da 1800'lerde açılan Pera Palas ve Tokatlıyan otellerinde çalışıp Fransız yemeklerini Türk mutfaklarına taşımışlardır.

Seksenli yıllar ise, dışa yönelim, pazarın gelişmesi, köyden kente göçün artması, kadınların iş hayatında aktif rol almaları gibi etkilerle, yeme içme konusunda değişimlerin gerçekleşmeye başladığı yıllardır. Sanayileşme ve küreselleşme etkileriyle günümüzdeki halini alan Türk mutfağı, tarih boyunca birçok faktörün etkisiyle oluşmuştur (Sarışık, 2019).

2.5. Türk Mutfağının Özellikleri

Türk mutfağının tarihi süreçte bulunduğu toprakların da etkisiyle oluşan zengin kültürü, dünyanın sayılı mutfakları arasındaki yerini almasını sağlamıştır. Gastronominin temelini yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi yönetmesi olduğu göz önüne alındığında; Türk mutfak sanatlarının, İtalyan mutfağı, Fransız mutfağı, Meksika mutfağı gibi popüler mutfaklarla bir arada anılması kaçınılmazdır. Çok eski dönemlerden günümüze ulaşan Türk mutfak kültürü köklü ve zengin geçmişiyle, dünya gastronomisinde de önemli bir yere sahiptir. Türk mutfağında üç binin üzerinde yemek çeşidi olduğu bilinmektedir. İçerikleri ve yapıma teknikleri açısından farklı sınıflara ayrılmışlardır. Değişik iklimlere sahip bölgelerde yetişen sebze meyveler,

hayvansal ürünler ve farklı gıdalar coğrafi özelliklerin etkilerini taşıyan bölgesel yemeklerin ana unsurlarını oluşturmaktadır (Oktay, 2018).

Türk mutfağına dair genel özellikler şu şekilde sıralanabilir:

- Yemekler genel olarak tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanır.
- Bulunulan coğrafi bölgenin özellikleri yemeklerde yapılaş, sunum ve kullanılan malzeme açısından etkilerini gösterir.
- Tarihsel gelişim sürecinde yemekler sosyal yapıya göre değişerek gelişmiştir.
- Bayram, cenaze, düğün gibi özel gün ve törenlerde sunulan yemekler değişiklikler gösterir.
- Gelenekler ve dini inanışlar yemek çeşitlerinde etkilidir.
- Alışkanlıklar, Türk mutfağını önemli ölçüde etkiler.
- Sulu yemekleri seven bir toplum olarak çorbalar ise Türk mutfak kültürünün önemli bir geleneğidir. Kahvaltı olarak bile tüketimine rastlanan çorbalar, Anadolu'nun her yerinde birçok malzemeden farklı şekillerde yapılmaktadır. En bilinen çorbalar; Ezogelin, Mercimek, Tavuk Suyu, Tarhana, Düğün Çorbası ve İşkembedir. Yemeklerde başlangıçta sunulur.
- Yemeklerin en önemli eşlikçisi ekmektir. Türk lokantalarında ekmekler taze olarak sunulur. Yemeklerin yanında tüketilmesi için Yufka, Sac Ekmeği, Bazlama, Gözleme, Kete gibi farklı ekmek çeşitleri yapılır. Mecazen emek, gelir, hayatta kalma gibi anlamlarda kullanılan ekmek kutsal bir yiyecektir.
- Türk yemeklerinin yapımında tereyağı, zeytinyağı, kuyruk yağı ve iç yağı, salça ve domates sıklıkla kullanılır.
- Ucuz ve sağlıklı oluşu nedeniyle sebze yemekleri Türk mutfağında önemli bir yere sahiptir. Etlili, salçalı, tereyağlı sıcak sebze yemekleri yanında, zeytinyağı ile yapılarak soğuk servis edilen ve yemeklerin yanında sunulan sebze yemekleri de mevcuttur.
- Hamur işleri Türk mutfağının belirleyici lezzetleridir. Buğday tüketimi yerleşik düzene geçilmesiyle artmıştır. Bu da çok çeşitli hamur işlerinin yapılmasının önünü açmıştır. Börekler Türk mutfağında önemli bir yere

sahiptir. Sade, kıymalı, patatesli, peynirli, otlı gibi seçenekleriyle bir kültür olarak karşılaşılmaktadır.

- Bulgur ve pirinç pilavları sulu sebze yemekleri ya da et yemeklerinin yanında yan ürün olarak servis edilir.
- Yoğurt, Türk topraklarında bulunmuş olması yanında isim ve yapılış biçimiyle de tüm dünyada bilinen ünlü bir Türk lezzetidir. Yemeklerin yanında ya da sade olarak tüketildiği gibi, birçok yemeğin yapımında da kullanılır. İnsan vücudu için yararlı organizmaları içeren bir probiyotik kaynağıdır.
- Etler, lokantalardan ziyade kebabçılarda yapılış biçimleri farklı olarak daha fazla tüketilir. Türk mutfağında saygınlık yiyeceği olarak anılır. Kırsal kesimin geçim kaynağı da olan hayvanların kesildikten sonra her yeri değerlendirilir. Sakatat kültürü de buradan gelmektedir. Ayrıca eti uzun süreler saklamak için pastırma ve sucuk gibi et kurutma yöntemleri bulunmuştur.
- Coğrafi konumu dolayısıyla kıyı kesimlerinde balıkçılık faaliyetleri yoğunudur. Yöre halkları yemeklerde kızartma, buğulama gibi farklı birçok şekilde balık yemekleri yaparlar. Özellikle Karadeniz’de yoğun olarak çıkarılan hamsiden farklı yemekler hatta tatlılar bile yapılmaktadır.
- Soğan yemeklerin yapımında kullanılmasıyla birlikte salatalarda çiğ olarak da kullanılır.
- Sebze çeşitleri, sadece sebze yemeklerinde değil et yemeklerinde de çokça kullanılır. Soğan, domates ve salçayla pişirilmesi yaygındır.
- Yemeklerde kuru baharatlarla birlikte, nane, maydanoz, dereotu kullanımı da yaygındır.
- Bilinen ünlü içecekler ayran ve rakıdır. Halk dilinde milli içecekler olarak anılırlar. Kebap, pide, lahmacun gibi yemeklerle en çok ayran tüketilirken; rakı sofraları ise zengin meze çeşitleriyle birlikte kurulur.
- Bira ve şarap, tarihsel kazı çalışmalarının sonucu olarak Anadolu topraklarında keşfedildiği düşünülen ve günümüzde de hala üretilen alkollü içeceklerdir. Yöresel üzüm bağlarında üretilen yerel şaraplar olduğu gibi Bomonti markalı ülkemize ait bir bira da vardır.

- Yemek sonrası veya sohbet eşliğinde tüketilen bir gelenek olarak da anılan Türk kahvesi, küçük fincanlardaki sunumuyla dünyaca bilinmektedir.
- Süslemeden ziyade lezzete önem verilir. Fakat günümüzde tabak süsleme Türk mutfağında da önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Sunumda ise bazı yemeklerin özellikle geçmişten günümüze aktarılan yöntemleri vardır ve halen kullanılmaya devam edilir.
- Yemeklerde taze meyve ya da meyve kurularının da kullanıldığı gözlemlenir. Genel olarak yağda pişirilerek yemeklere eklenmeleri söz konusudur.
- Baklava ve kadayıf gibi hamur işi Türk tatlıları mesleği baklavacılık olan kişiler tarafından yapılır.
- Sütlaç, Muhallebi, Tavuk Göğsü gibi sütlü tatlılar Türk mutfak lezzetleri arasındadır. Osmanlı döneminde Tavuk Göğsünün üstü biraz yakılarak Kazandibi bulunmuştur. Ölen kişilerin evlerinde Helva kavrulur. Helva da Türk mutfağında her yörenin farklı şekillerde yaptığı önemli tatlıları arasındadır.
- Tatlılarda bal ve pekmez tatlandırıcı olarak kullanılır (Kızıldemir ve Saruşık, 2014; Oktay, 2018).

3. DÜNYA MUTFAĞININ GENEL ÖZELLİKLERİ

Sosyokültürel ve ekonomik yönden farklı coğrafi koşullarda yaşayan birçok insan topluluğu bulunmaktadır. Bu topluluklardan oluşan toplumların her biri, sahip oldukları farklılıklar dolayısıyla değişik yeme içme alışkanlıkları edinmiştir. Bu bilgiler ışığında toplumların ve ülkelerin, kendi sosyokültürel yapısına, gelenek, örf ve adetlerine, tarihsel kimliklerine sahip olduklarını söylemek mümkündür. Ayrıca, coğrafi konum, iklim özellikleri, kentleşme, sanayileşme, tarım ve hayvancılık ile kitle iletişim araçları kullanımının artması gibi etkenler yeme içme anlayışı üzerinde doğrudan etkisini göstermektedir. Bunlarla birlikte kadının iş hayatındaki yerini almasıyla dışarıda yeme alışkanlığı kazanılması, teknolojinin gelişmesi, farklı kültürlerle ulaşmanın kolaylaşması, moda, turizm gibi olgular ortaya çıkmıştır. Yemek pişirme-hazırlama tekniklerinin gelişmesi, diğer kültürlerle ilginin artması, farklı ülkelerin mutfaklarında uzmanlaşan restoranların artması, sosyal medya, basın, mutfak şeflerinin yenilikleri takip ederek mutfağı ve kendilerini geliştirmeleri ve gastronomi ile ilgilenen kişilerin artması ulusal mutfakların gelişip tanınmasında çok etkili olmuştur (Sarışık, 2019).

Dünya mutfağını tanımlarken iki öge göz önünde bulundurulmaktadır. Birinci olarak, tüm dünyada bilinirliği olan, sadece ortaya çıktığı ülkede değil farklı ülkelerde de sevilerek tüketilen yemeklerin oluşturduğu mutfaklardır. Bu tanıma göre yemeğin ait olduğu mutfaktan ziyade artık önemli olan yemeğin kendisidir ve bu yemeği tatmak için bulunduğu ülkeye gitmeyi gerektirmez ve farklı ülkelerdeki restoranlarda da sıkça karşılaşılmaktadır. Örneğin, Sushi, Pizza, Hamburger, Noodle bu şekilde dünya yemeği olarak anılabilen yemeklerdir. İkinci tanıma göre ise; yerel fakat tüm dünyaca bilinen lezzetler, yemeğin ait olduğu coğrafyada tüketilerek burada edinilen hazzı vurgu yapmaktadır. Örnek olarak Pizzanın tüm dünyada, İtalya'daki kadar iyi yapılan yerleri olsa da özellikle Napoli'de sırf domates soslu, Mozarellalı yapılan ve İtalya'nın bu şehriden adını alan Napoli Pizzasını özellikle burada tüketmek önemlidir. Bu nedenle dünya mutfakları ifadesi ilk olarak tüm dünyaca

bilinen mutfağı, ikinci olarak ise yerel lezzetlerin herkesçe bilinmesini anlatmaktadır (Oktay, 2018).

Her ulusun kendine özgü ve kültürünü yansıtan bir mutfağı bulunmaktadır. Bu mutfakların bazıları ise farklı nedenlerle tanınarak diğer uluslarca da ünlü kabul edilmiştir. Dünyaca tanınarak kabul görmeyi etkileyen üç faktör vardır;

- Bilinirlik, bir mutfağa ilişkin ürünlerin, yeme-içme davranışlarının diğer kültürlerce bilinmesidir.
- Özgünlük, mutfakta üretilen ürünlerin, hazırlama teknikleri ve servis etme yöntemlerinin o mutfağa özel olmasıdır.
- Farklılık ise mutfakta üretilen ürünlerin çok çeşitli ve bol olmasıdır.

Bu özellikleri bünyesinde barındırarak en popüler mutfaklar arasında sayılan, Türk mutfağı, İtalyan mutfağı, Meksika mutfağı, Uzakdoğu mutfağı, Fransız mutfağı ve Amerikan mutfağı gibi mutfaklar bulunmaktadır (Sarışık, 2019).

Bu mutfakların yemekler kadar tatlılarda da birbirlerini etkiledikleri görülmektedir. Tatlıların yapılış biçimi, lezzeti veya sunumundaki pek çok benzerlik dikkat çekmektedir. Örneğin, Fransa'nın geleneksel tatlarından 'profiterol' yapım aşamasında kaynayan sıvı ve tereyağının içerisine un ekleyip ocakta kavrulmasının ardından yumurta eklenerek çırpılması sonucu elde edilen krema kıvamındaki bir hamurdan elde edilmektedir. Aynı zamanda 'Eclair, Saint Honore ve Parist Brest' gibi bilinen Fransız tatlıları da benzer şekilde üretilen hamurun farklı şekillerde tepsiye sıkılarak fırında pişirilmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. 'Choux' olarak bilinen bu hamur ülkemizde de çok bilinen bir sokak lezzetinin yapımında kullanılmaktadır. 'Tulumba ve halka tatlıları' aynı teknikle elde edilen hamurun derin yağda kızartılarak şerbetlenmesi ile oluşmaktadır. İspanya'nın geleneksel sokak lezzetlerinden olan ve tüm dünyada bilinen 'Churros' isimli tatlısı da tulumaya benzer şekilde choux hamurunun derin yağda kızartılmasının ardından şeker ve tarçın karışımına bulanması ile elde edilmektedir. Rulo şeklinde sarılarak derin yağda kızartılan İtalya'nın ünlü tatlılarından 'cannoli' ise Fransız choux hamurlu tatlılar gibi içerisine pastacı kreması ya da peynirli krema dolgusu ile servis edilmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere Dünya mutfaklarının birbirlerini etkileyerek benzer lezzetleri farklı şekillerde sunmaları ile pek çok tatlı ortaya çıkmıştır.

Amerika’da çörek olarak bilinen ve özellikle sabah kahvaltılarında tercih edilen, kızarmış hamur olan ‘Doughnut’ isimli tatlının içerisine kremalı ya da çikolatalı tercih edilebilen dolgular sıkılmaktadır. İsteğe bağlı olarak çikolata ya da karamel tarzı soslara batırılmaktadır. Bir sokak lezzeti olan bu yiyecek, çoğunlukla kese kağıdında servis edilmektedir. Aynı şekilde hazırlanan hamur, Almanya’da ‘Berliner’ adıyla ünlüdür. Burada farklı olarak içerisine marmelat doldurulup pudra şekeri serpererek yenmektedir. Fransız mutfağında ise ‘Beignet’ olarak bilinen kızarmış hamur içerisine pralin sıkılarak servis edilmektedir. Ülkemizde ‘Pişi’ olarak bilinen ve sabah kahvaltılarında tercih edilen yiyecek yapılış şekli itibariyle bu ürünlere benzerlik göstermektedir.

3.1. İtalyan Mutfağı

Dünyanın en eski mutfak kültürüne sahip İtalyan mutfağı, Antik Roma’ya kadar uzanan geçmişi dolayısıyla Avrupa Mutfağının ataları olarak gösterilmektedir. Roma İmparatorluğu dönemindeki gösterişli ve zengin İtalyan mutfağı, imparatorluğun yıkılmasıyla sadeleşmiş; fakat Rönesans Dönemi ile birlikte sofistike ürünlere olan ilgi yeniden artmış ve İtalyan mutfağı da eski ihtişamlı zamanlarına dönmüştür. İtalyan mutfağı bu sebeple Rönesans öncesi ve sonrası olarak iki dönemde incelenmektedir (Sarıışık, 2019).

İtalyan mutfağı denilince akla ilk gelenler Pizza, Makarna, Tiramisu, Cannoli gibi yiyecekler olmaktadır. Makarna, salata ve şarap ise birlikte tüketilerek bir yemek kültürü oluşturmaktadır. Kendi coğrafyalarında üretilen domateslerden elde ettikleri farklı domates sosları, yerel buğdaylarından elde edilen unları ile yaptıkları ekme ve pizzaları, hayvansal kaynaklı sütlerle yaptıkları Parmesan, Mozzarella, Ricotta, Mascarpone gibi peynirleri, bu peynirlerin bazılarını kullanarak yaptıkları ünlü tatlıları ve Antik Roma’ya dayanan yöntemleri kullanarak halen üretimini devam ettirdikleri şarapları ile hem kendi toplumunun hem de tarihsel süreç boyunca etkileşim içerisinde olduğu toplumların yemek kültürünü derinden etkilemiştir. Sadece yemek kültürü olarak değil yemeklerin yapımında kullanılan ürünleri de diğer ülke mutfaklarında oldukça tercih edilmektedir. Cappucino, Espresso gibi kahve türleri kahve kültürünü etkilemektedir. ‘Gelato’ olarak bilinen taze meyve ve baskın aromalarla elde edilen dondurmasıyla da ünlü bir mutfaktır (Girgin vd., 2017).

İtalyan makarnalarının 300'den fazla çeşidi olduğu bilinmektedir. Yapılış teknikleri, pişirilme şekilleri, dolgulu ya da dolgunsuz oluşları, kalınlık ve incelikleri, kullanılan soslar ve peynirler gibi birçok değişken ile birlikte oluşan makarna tabakları; Lazanya, Spagetti, Penne, Linguini, Ravioli, Tortellini, Fusilli, Gnochì, Orechiette gibi taze olarak yapılan farklı makarna çeşitlerinden oluşmaktadır. Makarnalar, üzerine konulan soslar sebebiyle farklı isimler almaktadırlar. Acı sos kullanılarak yapılan Penne Arabiata, domuz pastırması kullanılarak yapılan Carbonara, havuç, soğan, kereviz gibi sebzeler ve kıyma ile yapılan spagetti Bolognaise, sosunda mantar ve krema kullanılan Fettucini Alfredo örnekler arasında sayılabilmektedir. Önemli bir diğer nokta ise, İtalya'da makarna üretimi yasal mevzuatla korunmaktadır. İçeriğinde çok ince çekilmiş irmikten elde edilen 'Semolina Unu' kullanılma zorunluluğu getirilmiştir (Oktay, 2018).

İtalya aynı zamanda tiramisu, cannoli, panna cotta, makaron gibi pek çok tatlı ürünün anavatanıdır. Bu ürünler, farklı birçok ülkenin dünya mutfağı restoranlarının menülerinde de sıklıkla yer verilen tatlılardır. Bu tatlılar, dünyadaki pastane şeflerinin yaratıcılık ve yetenekleri ile birleştiğinde değişik sunumlara kavuşmuştur. Örneğin; Rus şirketin Bodrum'da yer alan bir kuruluşu olan Sakhalin Restaurant, tiramisu sunumunu havyar kutusuna benzer metal kapaklı kutularda, kahveli havyarlar ile süsleyerek yapmaktadır. Masaya geldiğinde balık havyarı gibi görünen sunumun yaratıcı olduğu söylenebilmektedir.

3.2. Fransız Mutfağı

Fransız mutfağının gastronomide dünyaca üne kavuşması, Fransa tahtının varisi II. Henry'nin İtalya'nın Floransa kentinde yaşayan Medici ailesinin kızları Catherine ile 1533 yılında evlenmesinin ardından olmuştur. Catherine, Fransa yolculuğunda yanına kendi İtalyan aşçı ekibini de alarak Fransa'nın mutfak kültürü ile etkileşimin temel taşlarını oluşturmuştur. Catherine yalnızca yemeklerde değil, saray sofrası düzeninin tarzında da değişiklikler yapmıştır. Bu tarz ise tüm Fransa'yı etkileyerek, yemeğe olan ilginin artması ve mutfak anlayışının kökten değişimiyle sonuçlanmıştır (Sarışık, 2019).

Dünya mutfakları üzerinde büyük ölçüde etkili olan Fransız mutfak kültürü özgün lezzetler, sunumlar ve kullanılan ürün kaliteleri ile sanatsal bir formdadır. Et

yemekleri, deniz ürünleri, peynirler, soslar ve şaraplar belirgin özelliklerindedir. Her ülkede yemeklerle birlikte kullanılan sosların birçoğu Fransız mutfağında yaratılmıştır. Görselliğe de önem veren Fransız mutfağında yemeğin hazırlanması ve pişirilmesi kadar önemli olan diğer faktör yemek sunumudur. Sanat alanı olarak gördükleri mutfaklarda özenli ve planlı olarak en ince detayına kadar yemek sunumu üzerinde çalışılmaktadır. Günümüzde 400 değişik peynir çeşidine sahip olan Fransa, bu peynirlerin bir kısmını tescilleyerek koruma altına almıştır (Oktay, 2018).

Yemek pişirmeyi sanat olarak nitelendiren Fransızlar, dünyaca ünlü bir mutfak olarak bilinmektedirler. Etleri pişirmeden önce şarapta dinlendirerek marinasyonunu yaparlar ve şarabı yemeklerin yanında da sıklıkla tüketirler. Şarap ve peynir birlikteliği ise Fransız mutfağında önemli bir yer edinmiştir. En önemli gastronomi unsurları arasında, çikolata, ekmek, şarap, peynir, Trüf Mantarı, Kruvasan ve Danişler, Soğan Çorbası, Sufle, kekler ve tartlar sayılabilmektedir. Ayrıca mutfak dili de denilen ve kavram ve pişirme tekniklerine verilen isimlerin birçoğunun kökeni Fransızcadan gelmektedir (Girgin, 2017).

Önemli misafirler ile yenilen öğle yemeklerinde, başlangıç, ana yemek, tatlı ve kahve sırasıyla tüketilmektedir. Günlük hayatta ise öğle yemekleri salata, sandviç ve peynirler gibi atıştırmalıklardan oluşmaktadır. Akşam yemekleri ise yemek ve sofraya düzeni bakımından çok özenli şekilde hazırlanmaktadır. Yemek öncesi hafif alkoller tüketildikten sonra yemeğe başlarken küçük soğuk zeytinyağlı mezelerden oluşan ordövr tabakları servis edilmektedir. Sonrasında et suyuyla yapılan 'Konsome' çorba olarak tüketilip ara sıcaklara geçilmektedir. Ana yemekte özenle hazırlanmış bir et yemeği şarap ile birlikte mutlaka sunulmaktadır. Yemeğin yanında salata ve peynir tabakları da bulunmaktadır. Ana yemek sonrası tatlı ve meyve ikramının ardından maden suyu ve mutlaka sert bir konyak ile bu ritüel son bulmaktadır (Oktay, 2018).

Fransız mutfağının en bilinen tatlılarından olan 'Creme Brulee' için özel bir sunum kabı tercih edilmektedir. Yapımı sırasında öncelikle sıvı şekilde hazırlanan sos, fırına girerek düşük derecelerde pişmektedir. Bu derecelerde fırına girebilecek şekilde üretilen ve kremanın katılaşmadan pişebilmesi için sığ olarak tasarlanan bir porselen kasede özel olarak hazırlanmaktadır. Fırından çıkıp dolapta soğuyan tatlı, sonrasında üzerine şeker dökülüp yakılarak aynı tabakta servis edilmektedir. 'Madeleine' isimli

Fransa'nın ünlü keki ise özel olarak deniz kabuğu şeklinde üretilmiş kalıplarda pişirilmektedir. Fırından çıktıktan sonra içerisine dolgu sıkılarak yenmektedir.

3.3. Uzakdoğu Mutfağı

Uzakdoğu mutfağının belirgin özelliği; yemeklerde en çok kullanılan pirinç ve deniz mahsullerinin, Güney Asya ve tüm Uzakdoğu'da yaygın olarak kullanılması ve yemekleri lezzetlendirmek için onlarca çeşit baharattan yararlanılmasıdır (Sarıışık,2019).

Uzakdoğu mutfakları denildiğinde Tayland mutfağı, Japon mutfağı, Kore mutfağı ve Çin mutfağı ilk akla gelenlerdir.

3.3.1. Tayland Mutfağı

Tayland mutfak kültürü, nesiller boyunca birlikte yaşadığı ülke mutfaklarından etkilenecek günümüzdeki şeklini almıştır. Yemekleri kadar servis ediliş ve sunum tarzı olarak farklılık göstermektedir. Çin ve Japon mutfağının etkisi altında olan bu mutfak, görünüş olarak birbirine benzese de yemekleri lezzetlendirdikleri soslar açısından birbirinden farklıdır. Tayland mutfağında soslar daha yoğun kıvamlı ve çok çeşitlidir. Kahvaltılık kültürleri pirinç lapasından Chok, şekerli süt, çikolata ve kızarmış ekmekten yapılan Pathongko, acı sosla servis edilen bir tür omlet olan Khao Khai Chiao gibi yemeklerden oluşmaktadır. Bu mutfakta bilinenin aksine, böcek, tavukayağı, köpek eti gibi yemekler değil; et, tavuk, deniz ürünleri, sebzeler, baharatlar, lapa pirinç, Hindistan cevizli köri sevilerek tüketilen ve kültürü oluşturan yemeklerdendir. Yoksulluk dönemlerinde hayatta kalmak için tüketilen böcek, köpek gibi şeyler sıra dışı gelenekler olarak görülmektedir (Oktay, 2018). Tai insanları, Güneybatı Çin'den Tayland'a göç ettikleri için Tayland mutfağında Çin kültürünün etkili olduğu söylenebilmektedir. Yapılan ticaretlerin etkisiyle batının pişirme tekniklerinin yanında, Endonezya ve Malezya'nın tekniklerini de kullanarak kendi kültürlerini oluşturmuşlardır (Teyin vd., 2017).

'Mango Sticky Rice' ismiyle bilinen Tayland'ın meşhur tatlısının geleneksel sunumu muz yaprağı üzerinde yapılmaktadır. Süt ile pişirilen yapışkan pirinç ve mango dilimleri ana malzemesini oluşturmaktadır.

3.3.2. Japon Mutfağı

Japon mutfak kültürü, Çin mutfağı etkileri gösterse de kendine özgü yemek kültürüne sahip bir Asya mutfağı olma özelliği taşımaktadır. Japonya'nın ada ülkesi oluşu sebebiyle hammadde çeşitliliği sınırlıdır. Bu sebeple iş alanı olarak balıkçılık ön plana çıkmıştır. Dünyada balıkçılık yapan ülkeler arasında üst sıralarda yer alan Japonya, balık ve diğer deniz ürünlerini mutfağında sıklıkla kullanmaktadır. Görselliğe önem veren bir halk olan Japonlar, mutfakta da sunum ve servis tarzına çok özen göstermektedir. Çinlilerin aksine lezzet ikinci plandadır. Yemekler sanatçı edasıyla, göze hitap eden, gösterişli ve rengarenk hazırlanarak sofralardaki yerlerini almaktadır. Çin mutfağına benzer olarak yemekler az pişmiş tercih edilmektedir. Pirinç, fasulye ve buğdaydan yapılan makarnalar yaygındır. Deniz ürünleri dışında pirinç, tavuk, yumurta, mantar, fasulye, yeşil çay, sebze, meyve ve kök turşuları da sıklıkla tüketilmektedir. Kahvaltılarda çiğ yumurta ve soya sosu ile karıştırılan pirinç lapası öğün olarak tüketilirken; öğle ve akşam yemeklerinde yan ürün olarak tercih edilmektedir. Miso Çorbası da her yemeğin yanında yenmektedir. Meyveler kızartılıp tatlı olarak tüketilmektedir. Çay bir soylu içeceği olarak tercih edilip, milli içecekleri olan 'Sake', Japon birası ve sade, şekerli, meyveli gibi çeşitleri olan bir tür ayran genel olarak tüketilen içecekleridir (Dilsiz, 2010).

Japon mutfağının bilinen en ünlü yemeği Sushi olsa da bu mutfak, Tempura, Sukiyaki, Udon, Ukonomiyaki, Soba, Ramen gibi çeşitli yemeklere sahip zengin bir mutfaktır. Sushi, geçmiş yüzyıllar öncesine dayanan geleneksel bir yemektir. Çiğ balık ve deniz ürünlerinin pirinç sirkesi, şeker gibi ürünlerle tatlandırılmış pirinç, sebzeler veya omlet gibi çeşitli malzemeler ile birleşiminden oluşan bu yemek yeniliş biçimi ve sunumu ile özgün ve ünlü bir lezzettir. Japon mutfak kültürünün önemli bir diğer özelliği yemeklerde kullanılan ürünlerin mümkün olduğunca orijinal hallerini koruması amaçlanmaktadır. Bu sebeple, aşırı baharatlı, tuzlu veya tatlı yemeklere sık rastlanmaz. Yemeklerin tuzluluğu soya sos ile sağlanmaktadır. Yoğun şekerli ürünlerden de kaçınılmaktadır (aof.sorular.net, 2022).

Misafirperverlikleriyle dünyaya örnek olan Japon toplumu, geçmişten gelen önemli geleneklerini halen sürdürmektedirler. Konuklar yer masalarında oturtulur, odanın en güzel manzarasını gören sandalyeler onlar için ayrılır, çatal yerine

'Chopstick' kullanılır ve bu çubuklar tabak önündeki kayık şekilli kaplarda sunulur (Dilsiz, 2010).

3.3.3. Kore Mutfağı:

Kore, geçmişi çok eskilere dayanan, M.Ö. 668'de üç hanedanın birleşimi ile oluşan büyük bir topluluktur. Geleneksel ve klasik uzak doğu kültürlerinin etkisini taşıyan Kore mutfağı, günümüze ulaşana kadar kendi yemek kültürünü oluşturmuştur. Kore insanları genel olarak gelenek ve adetlerine bağlıdırlar ve sağlık için yeme felsefesini benimsemişlerdir. Vücudu iyileştiren kaynakların yenilerek vücuda alındığını savunan Yak Sik Dong Won fikrine inanmaktadırlar. Yiyeceklerle hastalıkların önüne geçilebileceğini ve sağlıklı yemekler tüketerek hastaları iyileştireceklerini düşünen bir gastronomik kültürü özümsemektedirler (Oktay, 2018).

Kore mutfağının önemli özelliği, besin değeri yüksek ancak kalorisi düşük yemeklerle isminden söz ettirmesidir. Basit olarak tahıl ve sebzelerden oluşan mutfak kültürü, geniş açıdan incelendiğinde et ürünlerinin de besin kaynağı olarak çoğu yemeğinde kullanıldığı görülmektedir. Oldukça zengin bir mutfağa sahip olan Kore halkı, geleneksel mutfak kültürlerini korumuşlar, yeme alışkanlıklarına bağlı kalarak özgünlüklerini korumuşlardır. Güney Kore mutfağında, Kuzey Kore'ye göre, daha tuzlu, acı ve yoğun baharatlı yemekler görülmektedir. Pişirme yönteminde de farklılıklar söz konusudur. Bir yarımada oluşu, Korelileri balıkçılığa yönlendirmiş, geçim kaynakları kadar yemek kültüründe de deniz ürünlerini sıklıkla kullanmalarında etkili olmuştur. Sokak lezzetleri konusunda geniş bir yelpaze sunan Kore mutfağında, sokakta yemek yeme önemli bir yere sahiptir. Tatlı kültürüne sahip olmamakla birlikte, mevsim meyveleri, sıcak çay veya kahve tüketilen besinlerdendir. Kore mutfağına özgü yemeklerin bazıları;

- Jajangmyeon: siyah fasulyeli erişte.
- Bibimbap: pirinç, sebzeler, kıyma ve yumurtalı bir yemek.
- Tteokbokki: pirinç keki, sebzeler, susam ve sosla servis edilen acılı bir yemek.
- Kimchi: özel bir sos ile kurulan bir Çin marulu turşusu.
- Mandu: harcında pırasa, kıyma ve siyah mantar kullanılan bir çeşit mantı.

- Fishcake: balık, karides ve kalamar ile hazırlanan bir nevi balık köftesi.
- Kimbap: renkli görüntüsüyle ilgi çeken bir tür Sushi.
- Yakwga: bir tür kurabiye hamurunun kızartılıp şerbette bekletilmesiyle oluşan tatlı. Evlilik gibi özel günlerde tercih edilmektedir.
- Ginseng çayı: şifa niyetine tüketilen bitki çayı.
- Jeonggwa: Dilimli meyvelerin bal veya şekerli suda kaynatılması ile elde edilen bir tatlı
- Dasik: Un veya polenlerin balla yoğrulup kalıba bastırılmasıyla elde edilen bir tatlı.
(aof.sorular.net, 2022).

3.3.4. Çin Mutfağı

Dünyanın en eski uygarlığı olarak bilinen Çin’de yapılan arkeolojik kazılarda, geçmişi 5000 yıla dayanan pirinç tanelerinin bulunduğu tarım araçları ve kaplara rastlanmıştır. Bunun gibi pek çok çalışma ile oluşan Çin mutfağı ise, geçmişten günümüze kadar Çin’de bulunmuş 56 etnik grubun katkılarıyla 10,000’e yakın yemek çeşidini barındırmaktadır (Girgin, 2017).

Dünyaca ünlü Çin mutfağı, çeşitliliğinin yanı sıra sağlıklı ürünlere verdiği önem ile de tanınmaktadır. Pişirme yöntemlerinin farklılığı, kullanılan gereçler, yemeklerde kullanılan soslar, baharatlar ve sunum çeşitliliği ile diğer dünya mutfaklarından ayrılmaktadır. Pişirme tekniği olarak çoğunlukla buhar ya da kızartma kullanılmaktadır. Wok tavalarda çok yüksek ısılarda pişirilen, besin değerlerini koruyan, sağlıklı ve hızlı pişen yemekler Çin mutfağında önemli bir yere sahiptir. Dinç ve uzun yaşamı amaçlayan Çin halkı, bunun için sağlıklı olduğunu düşündükleri sebze ağırlıklı ve soya yağıyla hazırlanan yemekleri tercih etmektedirler. Diğer Uzakdoğu mutfaklarına benzer şekilde tatlı olarak, yağ ve unlu ağır tatlılar değil meyveli hafif tatlılar tüketilmektedir. Ülkede en çok tüketilen besinler, pirinç, deniz ürünleri, yeşil çay, sebze, soya, mantar ve etlerdir. Sunumun önemli olduğu Çin mutfağında çoğunlukla kullanılan servis biçimi, çok sıcak şekilde küçük kaselerde gelen yemeklerin masada birbirine karıştırılmasıdır.

Yemeklere lezzet vermesi amacıyla Çin mutfağının kendine özgü besin kaynakları bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak : soya sütü, soya sosu, soya fasulyesi, fasulye filizi ve tofu verilebilir. Çorba dışında diğer yemekler Chopstick ile

yenmektedir. Bu sebeple yemekler yemeyi kolaylaştıracak şekilde küçük boyutlarda hazırlanmaktadır. Geçmiş 3000 yıl öncesine dayanan çay tüketimi, Çin'in çayın anavatanı olarak bilinmesinin nedenidir. Çay üreten toplumlar arasında ilk sırada Çin yer almaktadır. Çay töreni önemli bir seremonidir (Dilsiz, 2010).

Çin mutfağının en bilinen yemekleri;

- Pekin ördeği: Çin'de bulunan Pekin şehrinde adını alan, dünyaca ünlü yemek.
- Sushi: Uzakdoğu ülkelerinde sıkça karşılaşılan çiğ balıktan yapılan yiyecek.
- Dim Sum: Çin mantısı olarak bilinen yemek.
- Sashimi: çiğ balıkların farklı kesim teknikleri ile hazırlanarak, soya sosu ve Wasabi adındaki acı sos eşliğinde sunulduğu tabak.
- Ramen çorbası: Noodle, tavuk eti, tavuk suyu, susam yağı, sebzeler ve soslar ile sunulan bir tür çorba.
- Ballı Susamlı Tavuk: bal, susam ve soya sosu ile hazırlanan yemek.
- Çin Böreği: kereviz, pırasa, havuç gibi sebzeler ve kıyma ile hazırlanan bir börek.
- Soya Filizli Salata: sağlıklı olması sebebiyle sıkça tercih edilen bir salata.
- Kızarmış Muz: tatlı olarak tüketilen muzun tempuraya batırılıp kızartılması ile elde edilen bir tatlı.

3.4. İspanyol Mutfağı

İspanya hem okyanusa kıyısı olan hem de Avrupalı bir Akdeniz ülkesidir. Mutfağında, deniz ürünlerinin yanı sıra, zeytinyağı, sarımsak, çeşitli sebzeler de sıklıkla kullanılmaktadır. Afrika ile asırlar boyunca süren ticareti sayesinde, bu kıtaya özgü tatlar da İspanyol mutfağında yer edinmiştir. Birçok kültürün etkisiyle gelişen bu mutfak oldukça zengindir. Bununla birlikte, kültüründe özgünlüğe dayalı yemekler barındıran İspanyol mutfağında yemek zevki, diğer dünya mutfakları gibi saraydan halka yayılmamış, temelinde halk yemekleri olan bir mutfaktır.

Yemek kültürünün zenginliği, arkadaşlarla, aileyle uzun zaman ve emek harcanarak yenilen yemekler ile yemek yapımında kullanılan taze yiyecekler, İspanyol mutfak kültürünün yapı taşlarını oluşturmaktadır. Farklı iklim özellikleri gösteren birçok bölgeden oluşan İspanya'nın, üç tarafının denizle kaplı olmasının da etkisiyle, yemek yapımında kullanılan farklı ve çok çeşitli malzemelere bu sayede de yemek çeşitliliğine sahip olması kaçınılmazdır. Karides, istakoz gibi deniz ürünleri, ülkenin kuzeyinde yetişen sığırların etleri, tavuk, sebze, meyve, zeytin, narenciye ve üzüm bağları yemek kültürünü oluşturan besin öğeleridir.

Yüzyıllar boyunca süren ticari faaliyetleri sayesinde, Avrupa ülkelerine domates, kabak, mısır, patates, fasulye çeşitleri, çikolata, vanilya gibi ürünleri götüren İspanya olmuştur. Orta Amerika ülkelerinde görülen İspanyol mutfak kültürü benzerliği, bu eski ticari faaliyetler sayesinde olmuştur (Doğdubay, 2016).

İspanyol mutfağında kahvaltı, jambon, domates ve sarımsaklı bir ekmek olan Pan Con Tomate ile Cafe Con Leche denilen bir kahve ile yapılmaktadır. Peynir, reçel, füme balık ve patatesli omlet de tercih edilenler arasındadır. Sık sık ve az miktarda yemek yiyen İspanyollar, ara öğünlerde Tapas adı verilen ve dünyaca ünlü olan atıştırmalıklarını tercih etmektedirler.

Tapas, küçük ekmek dilimleri üzerine konan mezelerle yapılan ve yüzlerce çeşidi olan farklı lezzetlerdeki mini atıştırmalıklardır. Halk, eve veya işe giderken, sokaklarda bulunan Tapas marketlerde durup birkaç Tapas atıştırarak yollarına devam ederler. İspanyol içecekleri arasında tescilli şarapları oldukça ünlüdür. Süt ve badem ile yapılan horchata, kırmızı şarap, maden suyu ve meyve ile hazırlanan Sangria sevilerek tüketilmektedir (Oktay, 2018).

İspanyol mutfağına ait yemekler arasında en bilinenler şu şekildedir:

- Paella: deniz mahsulü ya da tavşan eti ile hazırlanan bir pirinç yemeği.
- Gazpachio: çiğ sebzelerle yapılan soğuk bir çorba.
- Albondias: domates soslu ve sarımsaklı İspanyol köftesi.
- Tapas: küçük ekmek dilimleri üzerine konan mezeler ile hazırlanan atıştırmalık.
- İspanyol tortilla: bir tür patatesli omlet.

- Churros: kızartılan bir hamurun şeker ve tarçına bulanarak servis edildiği tatlı.
- Creme Catalan: Creme Brulee benzeri tatlı.

3.5. Meksika Mutfağı

Meksika mutfağının geçmişi M.Ö. bin yıllarında yaşayan Maya topluluğuna, sonrasında Aztekler'e son olarak 16. yüzyılda İspanyolların Amerika kıtasını keşfetmesi sonucu İspanya mutfağı etkilerinin de görüldüğü uzun bir tarihsel süreçte dayanmaktadır. Etkilenilen kültürlerin zenginliği ile hayvanlar, bitkiler ve pişirme teknikleri bir araya gelerek; renkli, çeşitli, lezzetçe yoğun Meksika mutfağı ortaya çıkmıştır. Meksika mutfağına bakıldığında, çok eski medeniyetlerden günümüze aktarılan sebze, meyvelerin yeni uygulamalar ve eski metotlarla işlenerek Avrupa mutfaklarının teknikleriyle oluştuğu görülmektedir (Mil, 2016).

Mısır yemekleri, Taco ve Tortilla Maya medeniyetinden; farklı türlerdeki acı biber ve tavuk yemekleri ise Aztek medeniyetinden miras kalmıştır. Ülkenin en çok ürettiği ve ünlü gıda ürünleri arasında, mısır, tavuk, et, deniz ürünleri, kakao, vanilya, fasulye, domates, yer fıstığı ve tropikal meyveler sayılabilir. Taco ve Tortilla dışında, et yemekleri, çorbalar ve acı biberleriyle ünlü bir mutfaktır. Biraz bisküvi ve kakao ile sınırlı olan bir kahvaltılı alışkanlığına sahiptirler (Oktay, 2018).

Temeli hamur işlerine dayalı bir mutfak olan Meksika mutfağı, acılı, baharatlı yemekleriyle ünlü olup, biber ve domates bu yemeklerin en sık kullanılan bileşenleridir. Hem sebze hem de meyve olarak tüketilen avokado ile yapılan Guacomale Sos, dünyaca bilinip tüketilmektedir (Dilsiz, 2010).

Meksika yemek kültürüne göre beslenme, soğuk-sıcak teorisi olarak bilinen bir inanca göre, sıcak yiyeceklerle soğuk yiyeceklerin bir arada tüketilerek bir denge sağlanarak planlanmalıdır. Burada bahsedilen sıcak-soğuk yemekler düşünülenin aksine yemeğin ısısına göre belirlenmemektedir. Felsefi olarak gücü ifade ettiği düşünülen sığır eti, domuz eti, acı biber, sarımsak, soğan, alkollü ürünler sıcak yiyeceklerdendir. Bunun yanı sıra buğday, mısır, pirinç, fasulye ve şeker gibi besinler ise soğuk yiyeceklerdir. Meksika kültüründe soğuk yiyecekler zayıflığı temsil ettiklerinden sıcak yiyeceklerle karıştırılarak tüketilmeli ve denge sağlanmalıdır.

Meksika mutfuğının çok renkli, karışımlara olanak veren, baharatlarla etleri, soslarla sebzeleri bir arada uyum içinde sunulmasını sağlayan bu denge faktörüdür (Mil, 2016).

Meksika mutfuğına özgü en bilinen bazı yemekler şunlardır:

- Taco: iç harcında kıyma, sebze ve peynir gibi gıdalar bulunan ince bir lavaşa benzer tortilla ekmeğı ile yapılan bir tür sıcak sandviç
- Fasulyeli enchilada: Tortilla, et, chili biber, fasulye, maydanoz, cheddar ve özel sos ile hazırlanan bir tür dürüm.
- Burrito: isteğe göre tahin ve yoğurt sos ile servis edilen iç harcında tavuk olan tortilla veya lavaştan yapılan dürüm.
- Quesadilla: şarküteri ürünleri, mozzarella ya da cheddar gibi peynirler, sebze ve tavuk ile yapılan bir atıştırmalık.
- Aztek Çorbası: avokado ve chili biber ile hazırlanan bir çorba.
- Meksika Pilavı: İspanyol pirinci le yapılan domatesli bir pilav.
- Tamale: mısır koçanı ve tavuklu harç ile hazırlanan yemek.
- Chili Con Carne: domates, et ve acı biberle yapılan yemek nachos ile servis edilir.
- Fajita: bonfile, biber ve zeytinyağı ile yapılan bir nevi sac kavurma.
- Juanmonino: krem karamel benzeri tatlı.
- Pastel de Tres Leches: üç süt anlamına gelen trileçe.
- Arroz con Leche: baharat ilavesiyle sütlaca benzer bir tatlı.

3.6. Amerikan Mutfuğı

Kuzey Amerika kıtasının tamamına yakın kısmına hâkim olan Amerika Birleşik Devletleri'nin mutfak kültürü, tarihsel süreç boyunca coğrafyasında bulundurduğu medeniyetlerin etkisiyle oldukça zengindir. Pek çok göçmen alan bir ülke olduğundan, göç eden toplumların kültürünü de yansıtmaktadır. Bununla birlikte komşu ülkelerin de etkilerini görmek mümkündür. Et, patates, yumurta, tavuk ve pastalar ön plana çıkan gıda ürünleridir. Bu mutfak kültürü, Çin, Filipin, Meksika, Fransız ve İtalyan yemek kültürlerinin örneklerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu çok uluslu kültürü en iyi tanımlayan ve en bilinen özelliğı ise, fast food ve hot dog lezzetlerinde öncü olmasıdır (Oktay, 2018).

Amerikan mutfağı, iklim koşullarının çeşitliliğı ve bulunduğu coğrafyanın farklı özellikler göstermesi sebebiyle, diğere dünya mutfakları gibi tutarlı bir kültüre sahip değildir. Örneğın Alaska yerlileri yoğun olarak balıkçılık yaptıkları için balık ürünleri ve et ile günlük ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Louisiana Bölgesi ise çoğunlukla Afrika, İspanya, Almanya, İtalya ve Amerika yerlilerinin yerleşim yeridir. Buranın mutfak kültürünü ön plana çıkaran ‘*creole*’ ve ‘*cajun*’ bölgesi olmasıdır. Cajun yemekleri genellikle bir tencerede pişirilir ve yemeğe eklenen unsurların hepsi bu tencerenin içinde pişmektedir. Yemek servis edilmeden önce, av etleri, tavuklar ve tuzlanmış etler ayırardan pişirilip kaselere konmaktadır. New Orleans mutfağı olarak da bilinen Creole mutfağı, buraya göç eden göçmenlerin eski mutfak ürünleriyle yenilerini birleştirmesi sonucu ortaya çıkmış ünlü bir mutfaktır. Bir başka kültür de Çinlilerin Batı Amerika’ya göç ettikten sonra, burada yeni yemekler keşfederek ve bu yemekleri Amerikan damak tadına uygun hale getirmek için kullandıkları baharat ve soslarda değışikliğe gitmeleriyle ortaya çıkmıştır. Bu sebeple burada keşfedilen yemekler Çin’den ziyade Amerika mutfak kültüründe yer bulmuştur (Çil, 2016).

Amerikan mutfağına dair en çok göze çarpan özellik porsiyonların büyüklüğüdür. Kahvaltılarda yumurta, pancake, bacon, tereyağılı ekmek, reçel, meyve suyu ve kahve tercih edilmektedir. Yoğun iş yaşamı dolayısıyla tatlı ve kahve satılan nerdeyse her yerden alınabilen Donut ve birlikte tüketilen kahve bu kültürün simgelerindendir. Bagel gibi yuvarlak ekmeklerle yapılan sandviçler ayak üstü yeme alışkanlığının getirdiklerindendir (Oktay, 2018).

Sunum kabı olarak elde yenebilen yemekleri için yalnızca kese kağıdı, karton kutu ya da peçete ile tükettikleri birçok tatlıları bulunmaktadır. Bununla birlikte hurmalı bir kekin üzerine dökülen karamel sos ile hazırlanan ‘Sticky Toffee Puding’ ünlü tatlılarındanır. Dünyada da farklı pek çok şekilde sunumu yapılan bu ıslak kek benzeri tatlı, lezzeti dolayısıyla tercih edilmektedir.

En bilinen ünlü yiyecekleri;

- Hot dog: ketçapla yapılan bir sos ile sunulan sosisli sandviç.
- Hamburger: yumuşak tereyağılı bir ekmek arasına konan büyük köfte ve sebzelerle yapılan sandviç.
- Pretzel: özel bir solüsyona batırılıp pişirilen bir tür simit.

- Clam Chowder: İçi oyulmuş ekmek içerisinde sunulan midye ve patates gibi ürünlerle yapılan bir çorba.
- Bagel: şekli simite benzeyen ve sandviç yapımında kullanılan bir ekmek.
- Cheesecake: tabanında bisküvi kırıntıları ve bazında sürülebilir peynir bulunan bir tatlı.
- Donut: mayalı bir hamurun derin yağda kızartıldıktan sonra çikolata ve başka ürünlerle süslendiği bir yiyecek.
- Sticky Toffee Puding: Hurma ile yapılan kekin üzerine karamel sos dökülmesiyle elde edilen bir tatlı



4. GASTRONOMİDE ALGIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

4.1. Gastronomi Kavramı ve Lezzet Algısı İlişkisi

Gastronomi kelimesi, Yunanca mide anlamına gelen “gastros” ile yasa anlamına gelen “nomos” kelimelerinin birleşiminden oluştuğu varsayılan bir kavramdır. Brillat-Savarin gastronomiyi, varoluştan itibaren insana dair her şeyin mantık anlayışı olarak tanımlarken; “Tadın Fizyolojisi” kitabında fen bilimleri, siyaset, yemek pişirme gibi birçok parçanın bir araya gelerek gastronomiyi oluşturduğunu söylemiştir. Kivela ve Crotts (2006) da gastronomiyi farklı birçok disiplinle ilişkilendirerek, sanatın yanında kimya, jeoloji, müzik, felsefe, psikoloji gibi bilimlerle iç içe olduğunu ifade etmektedirler. Fransız yazar Joseph Berchoux 1801’de gastronomiyi, ‘iyi yemeğe meraklı olma, iyi hazırlanmış sağlıklı ve lezzetli yemek, hoş yemek yeme düzeni’ olarak tanımlamıştır. Oxford sözlüğüne göre gastronomi Antik Yunanlı Atheneus’un şiirinin ismidir (Oktay, 2018).

Gastronomi, bütün yiyecek ve içeceklerin üretme, hazırlanış, sunum ve tüketiminin yanı sıra, gıdaların mikrobiyolojik, fizyolojik yapıları, kişilerin beslenmesi, yeme içme davranışları, alışkanlıkları ve yiyecek içeceklerin sunulduğu işletmelerin yönetimi, oluşan atıkların güvenli imhası gibi başlangıçtan son evreye kadarki süreci kapsayan bir kavramdır (Akdağ, 2015).

Gastronomi, mutfak kültürüne dahil olan yiyecek içeceklerin düzen, lezzet, görsellik ile bunlar arasındaki ilişkiyi inceleyen lezzetli yemeği araştıran ve yemek yiyen kişilerin sanat olarak adlandırdıkları aktiviteye ilişkin bir disiplin olarak adlandırılmaktadır (Şengül, 2016).

Marshall, yemek seçiminin asla tesadüfi olmadığını, bu süreci etkileyen birden fazla öge olduğunu savunmaktadır. Özdemir (2010)’a göre yemek yeme sebebi, fizyolojik, psikolojik, sosyal ve ekonomiktir. Temel gereksinimler, fizyolojik boyutta, ruh sağlığı, mutluluk vb. psikolojik boyutta, sosyal iz düşüm, farklılıklar ve statü sosyal boyutta, zaman kavramı da ekonomik boyutta incelenmektedir (Özdoğan, 2016)



Şekil 4.1.: Yemek Seçimini Etkileyen Faktörler

Kaynak: Özdoğan, (2016).

Gastronominin etkileşimde olduğu pek çok bilim dalıyla yemek olgusu bir araya gelerek, yemek yeme eylemi farklı boyutlara taşınmaktadır. Bununla birlikte yemek ile kültür arasında bir bağa sebep olarak bu iki kavramı birleştiren olgu olarak ortaya çıkan gastronomi, özellikle turizm pazarlamasında çok önemli bir yerdedir. Gastronomi, tarihsel gelişmeler ışığında yiyecek ve içeceklerin tüm özelliklerinin ayrıntılı şekilde uygulanması, özümsemesi ve gelişerek zamanın koşullarına ayak uydurması için yapılan çalışmaların bütünü olarak değerlendirilen bir bilim dalıdır. Bir ülkenin gastronomi kültürü, karakteri ve özellikleri için kullanılan terim gastronomidir. Gastronomi öğeleri, tarihi, psikolojik, coğrafi, kültürel, sosyal

faktörleri içeren farklı etkenlerin bileşiminden oluşan faktörler topluluğu olarak ifade edilmektedir (Batu, 2017).



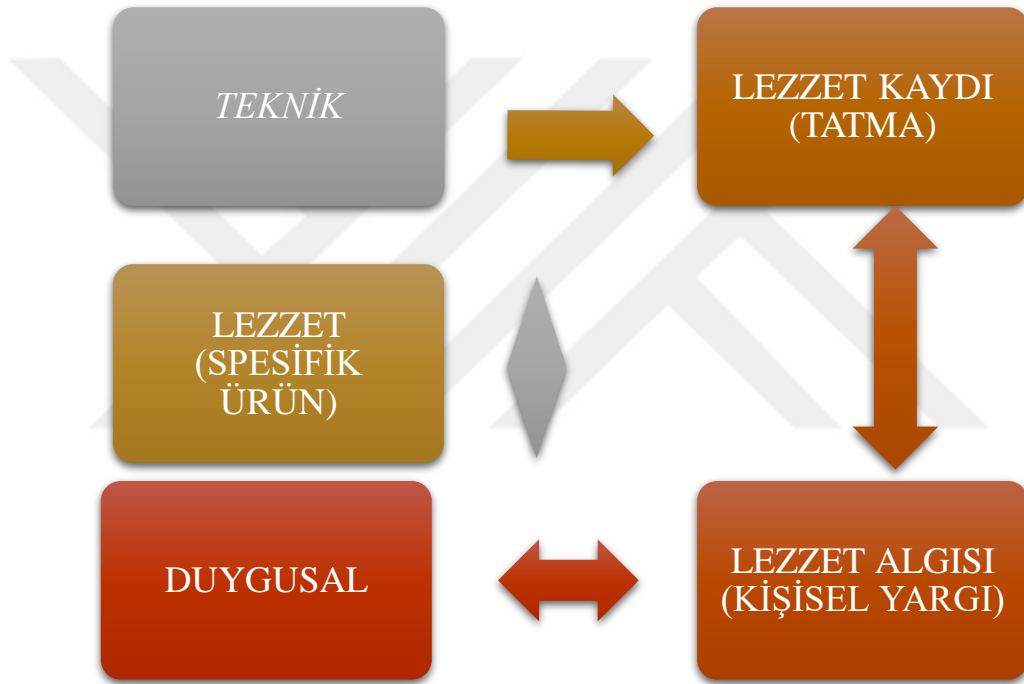
Şekil 4.2.: Gastronominin İlişkili Olduğu Bilimler

Kaynak: Klosse, (2012).

Gastronomi, disiplinler arası bilim dalları ve sanatın kesişim kümesinde yer alan öz kavramlardandır. Bu bağlamda tat ve lezzet ise, sözel sayısal bilimler bakımından bütünleyici niteliktedir (Boyacı, 2019). Lezzete ilişkin temel fizyolojik tepki doğuştan gelmektedir. Temel tatlara ilişkin tercihler yaşam boyunca gelişmektedir. Tatlı, tuzlu, ekşi, acı ve umami gibi kompleks lezzetler zamanla öğrenilerek, lezzet algısı oluşmuştur. Aynı gıdaların algılanma şekli kişiden kişiye ve kültürden kültüre değişiklik gösterdiği gibi kişinin lezzet algısı da yıllar içinde değişebilmektedir. Örneğin çocukken yenilen tatlı yiyecekler çok lezzetli algılanırken, ilerleyen yaşlarda tatlılık aynı hazzı vermemektedir. Yemekleri farklı algılamamızla ilgilenen bilim dalı olan nörogastronomi, temelinde beynimizin lezzet algımızı nasıl şekillendirdiği üzerine yoğunlaşan birden fazla bakış açısını içeren ve geçmişte çok eski olmayan bir çalışma alanıdır.

Genellikle lezzet veya lezzet algısı ile tat alma duyusu birbirine karıştırılan olgulardır. Yemeğin ‘tadı’ ile ‘lezzeti’ aynı şeyler olarak düşünülse de birbirinden farklı anlamlara gelmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK)’ ya göre, tat için “hoşa giden durum, lezzet” tanımlaması yapılırken; lezzet için ise “ağız yoluyla alınan tat” ifadesi

kullanılmaktadır. Dictionary of Food (2004)' a göre ise lezzet “gıda ürünlerinin ağızda deneyimlenen tat ve koku duyumuyla birleşimi” tanımı yapılmıştır. Ek olarak bu sözlükte tat, dilde direkt olarak oluşan bir sinir iletisiyken, koklama duyusu burun ve serebral kortekste geniş bir alanda oluşur ve bir noktaya kadar kültürel faktörler etki etmektedir (Boyacı, 2019). Lezzet algısı Klosse (2012)'nin görüşüne göre, tüm duyuları etkilemektedir. Nitekim, duysal sistemlerin her biri bir başka duyuyu uyarabilir, geçişler sağlayabilir, onu değiştirebilir veya etkileyebilir. Örneğin, vanilyanın kokusunu hoş bulan biri, vanilyalı bir tatlıyı daha lezzetli bulabilmektedir. Klosse (2012)' ye göre lezzet teknik ve duysal olmak üzere iki yönüyle incelenmelidir.



Şekil 4.3.: Lezzet, lezzet algısı ve tatma ilişkisi

Kaynak: Klosse, (2012).

Lezzet kaydı ile lezzet algısı arasındaki çift yönlü etkileşime dikkat çekilmektedir. Marka, renk, şekil ve paket gibi algıyı etkileyen dış faktörler aynı zamanda tat alma duyusunu da etkilemektedir. Güçlü bir marka, şöhret kadar lezzet algısı üzerinde de olumlu yönde etki bırakmaktadır. Yemeği yapan şefin popüler oluşu algı üzerinde olumlu bir etki bırakırken; tek bir sefer olsa bile beğenilmeyen ya da fiziksel olarak kötü hissettiren bir yemek için negatif bir yargıya varılmaktadır. Bu

gelişmeler insan beyninde gerçekleşmekte olup, beyinde toplanan duyuşal sinyallere dayanmaktadır (Klosse, 2012).

Yeme içme alışkanlıkları, anne karnından başlayarak yaşanan çevre, kültür, hormonlar, anlık ruh hali, geçmiş deneyimler, dini inanışlar, demografik özellikler, beden algısı gibi faktörlerin etkisiyle şekillenerek bilinçaltını oluşturur. Yeme davranışı mutluluk, heyecan, stres, üzüntü, gerginlik gibi psikolojik faktörlerle yakın ilişki içerisinde. Bu sebeple bireysel olarak yeme farkındalığı kazanma çalışmaları sürdürülmektedir. Yeme davranışının önemi kavranırsa tüketilen besinler içselleştirilip, duyuş ve düşünce hassasiyeti azaltılabilecek, böylece sağlıklı besinlere yönelerek fiziksel sağlık korunabilecektir (Özkan ve Bilici, 2018).

İnsan beyni, yeme içme eylemini gerçekleştirmeden önce, gıda ürününün tadı hakkında bilinçaltının oluşturduğu bir fikre sahip olmaktadır. Henüz tadına bakılmamışken, beğeni durumuna dair yargılamada bulunmaktadır. Bu duruma “hedonik beklenti” denmekte olup kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Beklenti, yemekten alınan hazzı belirlerken; iyi yemek tabağın içinde sunulandan çok daha fazlasıdır. Gıda tasarlayanlar, her daim olabildiğince çok duyuşu harekete geçirmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda tüketicinin tercih edebileceği ürünü oluşturmak amacıyla çalışılmaktadır (Spence ve Piqueras-Fiszman, 2014).

Ödül yemeği denildiğinde akla ilk gelenler sağlıklı sebze meyveler değil, şeker çikolata gibi tatlı ürünlerdir. Beynimiz çok eskiye dayanan bir yaklaşım olarak acı tatları zehirli bitkiler ile eşleştirirken; şekerli tatları ise sağladığı enerji ve yüksek kaloriyle bağlantılı olarak hayatta kalma sinyaliyle bütünleştirmiştir. Günümüzde hayatta kalma gereksinimleri ise şekerli kalorili yiyecekler ile değil sağlıklı sebze meyveler ile daha çok desteklenmektedir. Bu sebeple değişmesi gereken bu uyum sağlama sürecinde “nörogastromi” önemli bir bilim olarak karşımıza çıkmaktadır (Kurgun, 2017).

Nörogastromi kavramı ilk kez Yale Üniversitesi Tıp Fakültesi Profesörü Gordon Murrar Shepherd tarafından 2006 yılında Nature dergisinde yayımladığı makalede bahsetmesiyle ortaya çıkmıştır. Shepherd bu makalede gıdaların hazırlanma sürecindeki biyokimyasal reaksiyonlar, koklama duyuşunu oluşturan koku reseptörlerinin moleküler yapısı ve beynin algısı ile birleşerek nörogastrominin yakın gelecekte önemli olacağını vurgulamıştır. Bu birleşimin insanların yeme

davranışları ile yeme deneyimini lezzet ve sağlık çerçevesinde bir araya getirmenin yöntemlerini iyileştirme gücüne sahip olabileceğini söylemiştir (Özata, 2016).

Nöropsikolog Dan Han ve şef Frederic Morin, Shepherd'ın ardından nörogastronomi alanındaki çalışmalarıyla önderlik etmişlerdir. Morin ve Han 2012'de Montreal'deki Joe Beef isimli restoranda tanışmışlar, bu görüşme sırasında şefler ve bilim insanlarını nörogastronomi çalışmaları ekseninde bir araya getirerek Nörogastronomi Sempozyumunu gerçekleştirme ve Uluslararası Nörogastronomi Topluluğu (International Society of Norogastronomy- ISN) oluşturma fikrini ortaya atmışlardır. ISN 2014'te klinik bilimler, mutfak sanatları ve tarım-gıda teknolojilerinin öne çıkan uzmanları tarafından kurulmuştur. Misyonu, yaşam kalitesini artırmak ve beyin davranış ilişkilerini yorumlayarak paylaşmak amacıyla nörogastronomiyi sanat ve bilim olarak geliştirmek amaçlarıyla ISN, 2015'te Kentucky Üniversitesi'nin düzenlediği Nörogastronomi Sempozyumu'nda resmiyete kavuşmuştur. Sempozyum, nörogastronomi alanında öncü konumda olan, Gordon M. Shepherd, Charles Spence, Dan Han ve Frederick Morin'in katılımıyla gerçekleşmiştir. Nörogastronomi biliminin doğuş aşamasında olduğu süreçte gerçekleşen bu sempozyuma bilim insanları, nörologlar, yemek sanatçıları, tarım bilimi insanları gibi konusunda uzman kişilerin katılımı, bu kişiler arasındaki bilgi akışının önemini fark edilmesini sağlamıştır (Kurgun, 2017).

Önemli ölçülerde etkiye sahip hafıza, duygu durumu, bağlam, koku-tat bağlantısı ile yaşanan çevreden öğrenilen görme, işitme, dokunma arasında var olan ilişkilerin gıda algısını etkileme ve farklılaştırma özelliği bulunmaktadır. Kanser hastaları ve hastane ortamları üzerine yapılan çalışmalarda gıda tüketiminin sağlık açısından önemine dikkat çekilmektedir. Örneğin iştahsızlık problemi çeken hastalara servis için kullanılan tabak, tepsi gibi araçların gıda tüketimi için tehlikeli hissi uyandıran kırmızı renklerde olmaması gerektiği, nörogastronomi araştırmaları sonucu elde edilen bulgulardandır. Ek olarak, çocukların beslenmelerinde olması gereken sağlıklı ürünleri nasıl daha lezzetli ve ilgi çekici hale getirebileceklerine dair yapılan pek çok bilimsel araştırma nörogastronomi perspektifini kullanmaktadır (Herz,2016).

4.2. Sunum Estetiği, Geşalt Kuramı, Duyusal Pazarlama:

Yiyeceklerin yalnızca damak tadına uygunluğu değil, aynı zamanda göze güzel görünmesi de gastronomik açıdan oldukça önemlidir. Mutfak sanatları açısından

yemeğin hazırlanma, pişirilme süreçleri kadar sunum tekniklerinin de önemli olduğu vurgulanırken; ana ve yan ürünlerin tabağa yerleştirilmesi, sunumda kullanılan tabak, bardak gibi servis malzemelerinin özellikleri, tabaktaki uyum, konum, renk gibi estetik unsurlar sunumun ana öğeleridir. Yenilikçi Mutfak Akımı (Nouvelle Cuisine), 1730’lu yıllarda Fransa’da ortaya çıkmış, klasik mutfak otoritesini yıkmayı amaçlamıştır. Klasik mutfak anlayışında, yemek dışı ritüeller, uzun servis süreleri ve uzun menüler varken, yenilikçi akımda ise taze malzemelerin kısa sürelerde sunulması amaçlanmış, şeflerin kurallara bağlı kalmak zorunda olmadıkları hayal güçlerini kullanabildikleri bir ortama olanak sağlamıştır. Böylelikle sunum teknikleri gözle görülür ölçüde farklılaşarak günümüzdeki birçok akımın gerçekleşmesinin yolunu açmıştır (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

Almanca kökenli Geştalt kavramı sözlükte, biçim, şekil, kişilik gibi anlamlarında kullanılırken; literatürde ‘bütün’ anlamında kullanılmaktadır. Geştalt yaklaşımı üç önemli özelliğin bütünü temsil etmektedir. Bunlar:

- İnsan ya da eşya gibi bir nesnenin varlığı
- Nesnenin içinde bulunduğu ortam
- Nesnenin çevre ile ilişkisi

Geştalt kuramcılar, bireylerin fiziksel, sosyal ya da psikolojik ihtiyaçları olduğunu, bu ihtiyaçlar ortaya çıktığında kişilerde gerilime sebebiyet verdiği, ihtiyacın fark edilmesiyle gerilimi azaltma eğilimine gidildiği, ihtiyaçlar karşılandığında ise bireylerin dengeye ulaştığı ve bunun yeni bir ihtiyaçla yeniden yaşandığı bir döngünün olduğunu savunurlar. Bu döngüyü şu aşamalarla açıklamışlardır (Vardal, 2017):

1. Duyum aşaması
2. Farkına varma aşaması
3. Harekete geçme aşaması
4. Hareket aşaması
5. Temas aşaması
6. Doyum aşaması
7. Geri çekilme aşaması

Geştalt kuramı algılama, hatırlama, bellek, problem çözme ve algılama konularında yapılan analizler ile davranış bilimlerine yeni bakış açıları kazandırmıştır. Bu kurama göre; alakasız parçalardan daha kolay öğrenilen organize bütünler, daha

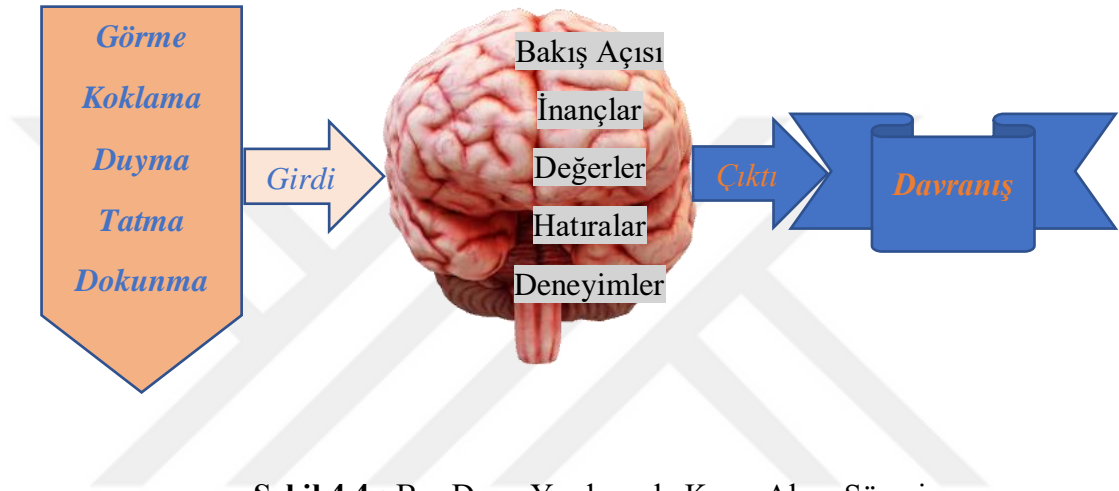
kalıcıdır. Geşalt kuramına göre bir imajı ya da bir yemeği algılama ilkeleri şu şekilde sıralanabilir:

- Figür-arka plan ilişkisi
- Denge ilkesi
- Eř biçimli uygunluk ilkesi
- Algısal gruptama ilkesi
- Benzeşme-farklılaşma ilkesi

Sanat ve tasarım alanlarında özellikle etkili olan figür-arka plan ilişkisinde, figür ana yemek, arka plan ise zemin, tabak veya ara yemektir. Figürler pozitif eleman olarak değerlendirilirken, arka plan görsel olarak ana yemeği ortaya çıkaran öğelerdir. Denge ilkesi doğada kendiliğinden bulunmakla birlikte, fiziksel ve çevresel koşullar bu ilke etrafında incelenir. Denge denildiğinde simetri, doku, boyut, renk gibi zıtlık ve benzerlik gösteren etmenler ön plana çıkmaktadır. Yemek sunumlarında ise en önemli faktörlerdendir. Eř biçimli uygunluk, görünümünün yapısal özelliklerinin karakterize ettiği şekillerin ilişki ve uyumluluğu ilkesidir. Yemek sunumlarında birbirine benzer ve uyumlu öğelerin seçimi veya daha geniş kapsamda yemeğin yerleşimine etki eden yemek dışı faktörlerin dikkate alınması buna örnektir. Birbirine yakın kümelerin uzaktakilere oranla belirli gruplar olarak algılanması, algısal gruptama ilkesini açıklamaktadır. Örneğin yemek büfelerinde salatalar ve soğuk başlangıçlar bir yerde, ara sıcaklar bir yerde, ana yemek ve karbonhidratlar yine yan yana ve tatlılar bir arada sunulmaktadır. Bu şekilde düzenleme yemeğe ait bilgi edinilmesini kolaylaştırmaktadır. Benzer biçimli grupların birlikte algılanması fakat birbirlerinden ayrışmaları benzeşme-farklılaşma ilkesi kapsamında açıklanmaktadır. Kuru fasulye ile pilav, et ile sos birlikteliği yemeğe keyif veren faktörlerdir. Yemeğin genel yapısına bakıldığında yemeğin kişiliğini oluşturan, bağlı ya da zıt olduğu ürünlerle birlikte kullanılmasıdır (Baysal vd., 2017).

Duyusal pazarlama, kişilerin olumlu duygularına yoğunlaşarak satın alma kararını etkilemeyi amaçlar. Uyarıların etkileriyle duyuların oluşturduğu bilgiler, duygusal ve mantıksal olarak zihni etkilemektedir. Bireyler karar alırken, bu bilgilerle oluşan ruh halinden oldukça etkilenmektedir. Değişen teknoloji, maddi olanaklar ve tüketici ihtiyaçları göz önünde bulundurulduğunda, markaların diğerlerinin önüne geçerek ayırt edilebilmeleri için, farklı, yaratıcı ve yenilikçi denemelere yönelmeleri

gerekmektedir. Duyulara hitap edebilmek ön koşullardan biridir. Bir ürün ortaya konulurken işletmeler, hedef kitledeki tüketicilerin, psikolojik beklentilerine cevap verebilmeyi amaçlayarak olumlu tutum göstermeleri için duyulara hitap etmenin yeni yollarını aramaktadırlar. Duyuların karar alma süreci üzerindeki etkisi aşağıdaki tabloda verilmiştir (Akıllıbaş, 2019).



Şekil 4.4.: Beş Duyu Yardımıyla Karar Alma Süreci

Kaynak: Akıllıbaş, (2019).

Nöropazarlama ise, insan beyninin çalışma prensibi ve nasıl karar aldığı konularında araştırmalar yaparak pazarlama alanında kullanılabilir olmasını sağlayan bilim dalıdır. Bireylerin bir yemeğin, tadı, kokusu, dokusu gibi ayırt edici özelliklerinin beyinde bıraktığı his ile satın almaya karar vermesini sağlamak amaçlanmaktadır. Örneğin, mutluluk hormonu olarak bilinen serotonin, beynin hayati öneme sahip kısmı olan limbik sistemi etkilemektedir. İştahı beslenmeyi aynı zamanda, motivasyonu, cinselliği ve uyku düzenini de etkilemektedir. Mutluluğu sağlayan bu hormonu salgılayacak gıdalara yer verilen menüler haliyle daha fazla tercih edilecektir (Behremen, ve Doğdubay, 2021).

4.3. Lezzet Algısını Etkileyen Faktörler

Algılama sürecinin üç bileşeni ürün, algılayan ve ortamdır. Algılayan kişi diğerlerinden biraz daha önemli olup, algılama kişinin bilgi, fiziksel ve manevi

ihtiyaçları ya da istekleri gibi değişkenlerin etkisindedir. Örnek olarak, soğuk havalarda tüketilen sıcak içeceklere dair alg, keyfi olarak tüketildiği zamana göre değişebilmektedir. Kişilerin ilgi duydukları şeylerle ilgilenip, ilgi alanı dışındakilere kayıtsız kalmaları algılamanın sonucudur. Uyarının duygusal boyutu, bulunulan çevre ya da öncesinde edinilen tecrübeler algı sürecini etkileyen önemli faktörlerdir (Kaptanoğlu vd., 2019).

Beyin bir yemek hakkında lezzetli ya da lezzetsiz kararını vermeden önce tat kadar önemli olan diğer duyuların oluşturduğu sinyalleri de dikkate almaktadır. Diğer duyulara hitap edilmediğinde yemekten alınan haz tek notalı ve yavan olacaktır. Algılanan lezzetin temelinde çok yönlü duygusal tecrübeler vardır. Bazıları lezzet algısında diğerlerinden daha fazla ya da daha az etkili olabilmektedir. Tat, koku, sıcaklık, ses, görüntü hatta bazen ağrı/iritasyon gibi pek çok duyum yeme içme esnasında gerçekleştiğinden lezzet algısında etkilidir (Kurgun, 2017).

4.3.1. Koku

Koku duyusu, çevreyi tanıma ve algılamada birey için önemli bir yol gösterici olduğundan önemli duyulardan biridir. Nefes alma ihtiyacından doğan havayı soluma gereksinimi, kokuyu engelleme şansını ortadan kaldırmaktadır. Bu duyuya ilişkin olarak bilim insanlarının araştırmaları çok eskiye dayanmaktadır. Bu alanda çalışan nörolog ve kimyagerler, pazarlama çalışmalarına uygun olarak tasarlanan ürünlerin etkili olması, hoş kokulu ve lezzetli olması için yeni yaklaşımlar bulmaya çalışmaktadırlar. Koku alma duyusu, tat alma duyusundan 10000 kat hızlı iletilmekle birlikte, diğer duyulardan da oldukça hızlı bir biçimde beyne sinyaller gönderir. 6 milyon alıcısı ile burun, koku alma duyusunun ne denli güçlü ve etkili olduğunu kanıtlamaktadır. Modern psikolojiye göre de en güçlü hafıza unsuru olan koku duyusu, diğer duyulardan önce gelişmiş özel bir duydur. Yenmeden önce tazeliğini kontrol için koklanan meyveler, içmeden önce bozulup bozulmadığı anlaşılсын diye koklanan süt ürünleri gibi koku duyusuna, tehlikeden koruması ve lezzetli ürün yemeyi sağlaması için sıkça başvurulmaktadır (Akıllıbaş, 2019).

Tat ve koku duyuları algısal boyutta etkileşimde oldukları bilinmektedir. Lezzet algısına karar verme sürecinde her duyudan yararlanılsa da tat ve koku alma duyularının bir arada etkilendiği durumlarda benzersiz sonuçlara ulaşılmıştır. Tat alma

duyusunda belirleyici faktör olan koku alma duyusunun, %80-90 oranında tat alma duyusunun sebebi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Burun koklama organı olarak düşünülse de koku alma olayının yalnızca %5'lik kısmı burunda gerçekleşmektedir. Lezzet algısında koku alma duyusunun rolü araştırılırken farklı iki duyu sistemi dikkate alınmalıdır. Bunlar;

- Dış kokuların solunmasıyla bağlantılı Ortonazal sistem,
- Ağız yoluyla gıdaları alırken oluşan koku ve aromaları bulan Retronazal sistem.

Ağızda dolaşırken gıdaların oluşturduğu kimyasallar, koku alıcı reseptörleri harekete geçirip beyne gönderdiği sinyaller ile gıdaların koku görüntülerini oluşturmaktadır. Burunda bulunan 400'den fazla reseptörün her biri farklı koku moleküllerine cevap verebiliyorken, kokular ise birden çok reseptörü aktifleştirebilmektedir. Tuzlu, tatlı gibi basit tatlar doğuştan biliniyorken, Retronazal kokular bireysel farklılıklardan doğar ve sonradan öğrenilmektedir. Dünya mutfaklarının çok çeşitli olmasında Retronazal koku sistemleri etkilidir (Kurgun, 2017).

2005 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada, limon özlü bir temizlik malzemesini bir kova sıcak suyun içerisine koyup görünmeyecek şekilde saklamışlardır. Deneklerin yarısı kokulu odaya yarısı da kokusuz odaya alınmıştır. O gün ne yapmayı planladıkları sorulan deneklerin kokulu odada bulunanlarının %36'sı temizlik yapmayı düşündüklerini söylerken, kokusuz odadakilerin yalnızca %11'i bu cevabı vermişlerdir. Sonrasında araştırmacılar 22 üniversite öğrencisi deneği kokulu ve kokusuz odalara alarak konuyla alakası olmayan anketler doldurtmuşlardır. Bu odalardan çıkarılarak kötü görünümlü kurabiyelerin olduğu başka bir odaya alınan öğrencilerden kokulu odadan gelenler bu kurabiyelerin tadına bakmakta daha titiz davranmışlardır. Deneklere kokunun davranışları üzerindeki etkilerine dair fikri olup olmadığı sorulmuş ve her biri bu etkinin farkında olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu araştırma ile kokunun tüketici davranışları üzerinde etkili olduğu ve ürünü düşündürdüğü anlaşılmıştır.

Kuzey Avrupa'da marketler, taze sıcak ekmekleri dükkânın girişinde sergilerken, tavana ekmek kokularını tüm markete yaymayı sağlayacak vantilatörler koydukları göze çarpmaktadır. Bu sayede yalnızca ekmek satmayı değil diğer

ürünlerin de satın alınması için marketlere insan çekmeyi amaçladıkları söylenebilir. Güzel ve çekici kokulara kayıtsız kalmayan insani yapı dolayısıyla bu özellikten yararlanmak amaçlanmaktadır. Her zevke hitap etmesi için üretilen sabun, parfüm, deterjan gibi ürünler yüz yüze satışta kokuları sebebiyle tercih edilirken, daha çok tüketici ve kazanç sağlamak amaçlanmaktadır (Behremen ve Doğdubay, 2021).

4.3.2. Görsel öğeler

Görme, otonom sinir sisteminin tükürük bezleri aracılığıyla uyarılması sonucunda, yemeği sindirmek için gereken tükürük salgısını aktifleştirmektedir. Lezzetli bir yemek açken görülürse, ağız sulandırır ve o yemeği yeme isteği uyandırır. Bu sebeple görme, ağız içinde gerçekleşmemesine rağmen, lezzetin çok yönlü hissinin bir parçasıdır (Cankül ve Uslu, 2020).

Lezzet ve tat üzerindeki görsel unsurların etkisini araştıran yüzlerce araştırma, yiyecek ve içeceğe eklenen renk tonu veya yoğunluğu değiştirilerek algılanan tadın etkilenebileceğini göstermiştir. Sadece yemekte değil yemek sunumunda kullanılan tabak, çatal, bardak gibi öğelerin materyal, renk ve dokusunun da lezzet algısına etkisi araştırmalarla kanıtlanmıştır (Kurgun, 2017).

Bir manav tezgahındaki sebze ve meyvelerin, renkleri, dış görünüşleri taze olup olmadıklarına dair bilgi verir ve bu görüntü davranışsal olarak satın alma kararını etkiler (Aydın, 2021).

Hazırlanan bir yemekte sunum, ilk izlenimi edinerek lezzetli ya da lezzetsiz olmasına henüz tatmadan karar verme sürecini etkilemektedir. Tabağın estetiği ile lezzetli, iştah açıcı bir yeme tecrübesi edinileceğine ilişkin ilk bilgiler işlenmektedir. Sunuma ilişkin tasarım öğeleri şunlardır:

4.3.2.1. Nokta

Nokta, en küçük görsel öğe olsa da bir kâğıt üzerinde kendi başına rastlanıldığında dahi beyin buna bir anlam kazandırmak için çabalamaktadır. Noktalar birleşerek çizgiyi ve yüzeyi oluşturmaktadır. Yemek sunumlarında yoğun ya da seyrek, büyük küçük, renkli renksiz, ortada ya da kenarda konumlandırılan noktalar

bir araya gelerek önemli bir etki oluşturmaktadırlar. Tabakta odak noktasını belirleyerek bütünlüğü sağlamak amacıyla düzenli ya da düzensiz şekilde kullanılan noktalar, yemeğe dair bilgiler içermektedir (Gezer, 2019).

4.3.2.2. Çizgi

Noktaların birleşimi ile oluşan çizgiler, sanat dalları arasında birincil bileşenlerdir. Birleşerek sanat eserini oluşturan çizgiler, yemek sunumunda ise dikkatin çekilmek istediği yönü vurgulamaktadır. Sunumda bütünlük sağlayarak odağa yönelmek amaçlanırken, tamamlayıcı özelliği ile karşılaşılmaktadır (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

4.3.2.3. Doku

Bir ürünün dokusu yapısal, yüzeysel, mekanik özelliklerinin işitsel ya da görsel anlamda duyuşsal olarak aktarılması anlamını taşır. Yemekte doku gözde başlar, ağızda çiğnenirken dil, diş, yanaklar ve tükürük aracılığıyla dönüşümü tamamlanır. Kompleks bir yeme deneyimi sağlayan dokuyu belirli bir çerçevede değerlendirebilmek için gıdanın tüketildiği sırada ve sonrasında gerçekleşen eylemler, uyarılar ve algılar göz önünde bulundurulmalıdır. Örneğin sert kabuklu bir ekmeğin dokusu, ekmeğe kesilirken çıkardığı ses, içi açıldığında gözeneklerin beynimizde oluşturduğu sertlik ya da yumuşaklık algısı, ağızda yerken bıraktığı duyumsama gibi birçok şey ile karar verilen bir olgudur (Yılmaz vd., 2021).

Gözde oluşan dokunma etkisi ile dokunulmasa bile nesnenin doku olarak neye benzediğine daha önceki tecrübelerine dayanarak hafıza karar vermektedir. Sunulan yemeğin dokusu da önceki deneyimler ışığında dokusal olarak yumuşak, sert, çiğ ya da fazla pişmiş gibi beyinde bir algıya yol açmaktadır. Oluşacak bu farklılıkların bilicindeki şefler ise, sunumda kullandıkları değişik dokularla yemeğe ilgi çekmeyi bilmektedirler (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

4.3.2.4. Renk

Renk faktörünün bireylerin davranışları ve karar alma süreçlerinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Ayrıca renk, ürünleri, ürün çeşitlerini ve tatları ayırt

etmede de kullanılmaktadır. Ürün grupları oluşturulurken renk belirleme de önemli bir etkidir. Belirlenen renkler, tüketici alışkanlıklarını geliştirir ve ürün gruplarındaki farklılıkların kaynağıdır. Renkleriyle özdeşleşmiş çok bilinen markalar, öncü konuma gelip benzerlerini de etkilemiştir. Rengin ürün üzerindeki etkisine dair şunlar söylenebilmektedir:

- Renk, bir ürün veya ürünün paketini rakiplerinden ayıran en önemli araçlardandır.
- Ürünü tanımayı kolaylaştırır.
- Ürünün sunumu renk sayesinde daha etkili olmaktadır.
- Tüketicinin ilgisini ürüne çekmeyi sağlar.
- Ürünün tasarlandığı alana uygun renkler belirleyerek kişilerin algısını değiştirmeyi sağlar.
- Yanılmaları önlediği gibi, yanılsamalar kullanılarak bireyleri şaşırtabilir ve farklı deneyimler sunulabilir (Aygün, 2007).

Çeşitli duyguları ortaya çıkararak, kültürden kültüre farklılıklar gösteren bir öge olan renkler ve çağrıştırdığı duygular duyuşal pazarlamanın değerlendirdiği konulardır. Renklerin bazı anlamlar taşıdığına dair ortak düşünceler vardır. Renklerin dalga boylarının ruh hallerine tetikleyici olabileceğini kanıtlamak için yapılan çalışmalarda, kısa dalga boyuna sahip mavi rengin huzurlu ve dingin, uzun dalga boyuna sahip kırmızı rengin ise kışkırtıcı ve harekete geçirici özellikleri olduğu söylenmiştir. Sarı parlak ve ilgi çeken bir renk olduğundan, uyarı ve tehlike tabelaları genellikle sarıdır. Ülkemizde taksiler de dikkat çekici özelliği sebebiyle sarı rengi tercih etmektedirler. Gri için profesyonellik, açık mavi için sükûnet, koyu mavi için güvenilirlik gibi duygulara sebep olduğu söylenmektedir. Kırmızının yenilikçi düşünceyi sağladığı görüşünün yanında, rakibe üstünlük sağlamak amacıyla kullanımı da görüşler arasındadır. Olimpiyatlarda kırmızı giyen sporcuların mavi giyenlere göre daha fazla galibiyet kazandığı görülmüştür (Sakarya, 2020).

Oxford Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada, çatal, bıçak, tabak gibi sunumda kullanılan materyallerin renk ve boyut gibi özelliklerinin lezzet algısında etkili olup olmadığına dair çalışmalar yürütülmüştür. Çilekli Musun kalite, beğenilme oranı, yoğunluk ve tatlılığı üzerinde tabak rengi veya şeklinin etkisi olup olmadığı üzerine yapılan bu araştırma, tabak renginin algılama üzerinde çok etkili olduğu

sonucunu doğurmuştur. Araştırmanın bulgularına göre, siyah tabak yerine beyaz tabaktan yenen tatlının %10 oranında daha tatlı ve %15 oranında ise daha lezzetli olduğu ve daha çok sevildiği ortaya çıkmıştır.

Yapılan bir başka araştırmaya göre, yoğurt tadı kaşığın renginden etkilenmiştir. Mavi kaşıkla yenen yoğurt, pembe kaşıkla yenene göre daha tuzlu addedilmiştir. Mavi kaptaki sunulan tuzsuz bir patlamış mısır, beyaz kaptakine oranla daha tuzlu bulunmuştur. Diğer bir araştırmaya göre, çatal, kaşık ve kurdanla tadılan bir yiyecek bıçakla tadılandan daha tuzsuz olarak değerlendirilmiştir. Kırmızı bir tabak ve bardakta servis edilen yemeğın daha az tüketildiği sonucuna ulaşılan bir araştırmaya göre, kırmızı rengin evrensel olarak durdurma ve tehlike anlamına gelmesinin etkili olduğu düşünölmektedir (Kurgun, 2017).

Bir tasarımda kullanılan renklere karar verme sürecinde bazı ilkeler göz önünde bulundurulmaktadır.

- Renk sayısı
- Renk kombinasyonları
- Rengin sembolize edilmesi
- Yemeğe dair bilgi veren renk
- Bir kompozisyon oluşturan renk
- Yemeği vurgulayan renk

Renk belirlenirken gözün tek seferde işleyebileceği kadar sayı tercih edilmelidir. Tasarımın önemli olmasıyla beraber bir tabakta maksimum 5 renk kullanmak yeterli olacaktır. Renk skalasında birbiriyle benzer renkler kullanmak tabakta ahenk sağlayacaktır. Örneğın bir salata tabağında dekor yapılırken mor rengin üç tonu kullanılırsa uyum ve gösteriş sağlanabilir. Aynı şekilde sunumunda domates kullanılan bir tabakta kırmızıya zıtlık olması için taze yeşil fesleğenler kullanılırsa yine renk uyumundan söz edilebilecektir. Kişiden kişiye, kültürden kültüre değişen renkler her durumda ve her bireye aynı etkiyi sembolize etmeyecektir. Hedef kitle belirlenerek bir sembolizme gidilmesi uygun olacaktır. Bozuk ya da çürümüş gıdaların kahverengi ve mavimsi renk tonları, bu gıdalara dair bilgi edinerek yemekten kaçınılmasını sağlamaktadır. Doğada bulunmayan mavi renk, tarihsel süreçte yiyecek olarak kabul edilmemiştir. Küf rengi olarak algılanan mavi, son yıllarda gıda ürünlerinde ve sunumlarda kullanılmaya başlansa da daha çok gençlere pazarlanabilmektedir. Mavi

bir içecek, ağız temizleme suyu ve mentol tadı ile beyinde işlenmektedir. Bunun yanında son yıllarda, doğal yollarla elde edilen yaban mersininin mavi rengi ise sağlıklı beslenen kişiler tarafından ‘Smoothie Bowl’ lar da tercih edilmektedir. Görsel olarak zen gösterilen bir tabak sunumunda karşıt ya da tamamlayıcı renkler kullanılarak tabaklarda bir kompozisyon oluşturulabilmektedir. Yemek ve tabak ilişkisinden yararlanarak kullanılan renklerle bir denge oluşturulmaktadır. Yemek sunumunda tabaktaki, sostaki ya da yardımcı üründeki bir renk ana yemeği vurgulamak için de kullanılmaktadır. Renkli tabaklar ya da süslemeler ile yemek daha eğlenceli hale de getirilebilmektedir (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

4.3.2.5. Şekil

Şekil, çizgilerin ya da renklerin oluşturduğu görsel olarak algılanan alandır. Geometrik, rstik ya da doğal olabilen Şekiller, yemek sunumlarının vazgeçilmez parçasıdır. Yuvarlak hazırlanan pizza ya da pastanın üçgen dilimlenerek servis edilmesi bilinen ve kabul gören yöntemdir. Ancak pizzanın yuvarlak dışındaki sunumları algı olarak farklı düşünmeye kanalize edecektir. Sunumda Şekil faktörünün diğer önemli özelliği, lezzet ve zevk duyma gibi davranışların yanı sıra fazla ödeme isteğini de sağlayabilmesidir. Örneğin son zamanlarda popülerleşen bir akım olan, meyvelerin kendi Őekillerinde yapılan tatlıların lezzetinin de o meyveyle sağlanması beklenmektedir. Şekli ile pazarda ürününü farklılaştıran ve özgünlük yakalayan markalardan tobleron, gen Şekli ile market raflarında bireylerin ilgisini çekmekte ve tanınırlığı açısından bunu kullanmaktadır (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

Yapılan bir araştırmada, ‘‘Cheesecake’’in tatlılık, kalite, yoğunluk ve beğenilme durumlarının tabağın Şekli ya da rengiyle ilişkisi olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, beyaz yuvarlak tabaklarda yenen yiyecek, beyaz kareye göre daha tatlı ve yoğun olarak algılanmıştır. Beyaz yuvarlak ve siyah karede yenen tatlı, beyaz kare ve siyah yuvarlakta yenenden daha kaliteli bulunmuş ve sevilmifitir. Beyaz yuvarlak tabaklar ile gelişen temel yargılar, siyah kare tabaklarla güçlenmiş olup, buna sebep olarak öğrenilmiş çağrışımlar ve yenilik etkisi gösterilmiştir (Kurgun,2017).

4.3.3. İşitsel öğeler

İyi bir yemek deneyiminin önemli parçalarından biri de işitmedir. Her yemek, yapısal özelliği dolayısıyla kendine özgü bir sese sahiptir. Örneğin bir simit ağızda çiğnenirken çıkardığı sesi duymamak mümkün değildir. Yiyecek ısırıldığında çıkardığı ses, ağızda bıraktığı tazelik hissi lezzet algısını önemli ölçüde etkilemektedir. Gevreklik, işitsel, kinestetik, mekanik ve dokunsal olmak üzere pek çok karakteristik öğe barındıran dokusal bir tamamlayıcıdır. Tazelik ile aynı anlamda kullanılabilen gevreklik geniş açıdan bakıldığında pek çok ifadeyi içinde barındırabilmektedir. Meyve ve sebzelerin ısırıldığında çıkardıkları sesler tazelik ya da bayatlık sonuçlarına varılmasını sağlar. Hellim peyniri ısırıldığında çıkan ses ise 'lastiksi ses' olarak ifade edilmektedir. Tüm duyuların birlikte uyarıldığı yemek deneyimi, lezzet algısını üst seviyelere çıkarmaktadır. İyi tasarlanmış bir sunumla, ağızda bıraktığı kremamsı tat ile, ağızdaki vanilya kokusu ile, kaşıkla üzerine vurulduğunda çıkardığı kırılma sesi ile güzel yapılmış geleneksel bir Fransız 'Creme Brulee' tatlısı her duyuyu uyararak lezzetli bir yemek deneyimi sunacaktır (Boyacı, 2019).

İşitsel sistem çevreden ses sinyalleri almak için gelişmiştir. Yiyecek sesleri, meyvenin olgunluğu, bitkinin tazeliği, ağızda çiğnenen bir etin yumuşaklığı, bir tavuğun ya da patates kızartmasının çıtırlığı ile ilgili önemli sonuçlara ulaştırmaktadır. Genel olarak, beklenen ses ne kadar yüksekse yemekten alınan haz o denli fazla olmakta ve yemeğe dair lezzetli algısı oluşmaktadır. Bilim insanları, sesin de yiyecek içecek deneyimi üzerinde etkili olduğuna dair araştırma sonuçlarına ulaşmışlardır. Yemek sanatçısı şefler, işitme duyusunu da harekete geçirecek yeni birçok yaklaşımı benimseyerek menülerini oluşturmak ve yemeklerini 'duyulabilir' hale getirmek için çalışmalar yapmaktadır (Cankül ve Uslu, 2021).

Deneysel bir restoran olan üç Michelin yıldızlı Fat Duck'ta, "Denizin Sesi" adıyla sunulan yemek, deniz ürünlerinin yanında kum görüntüsünde kırıntılar ve dalga köpüğüne benzer köpükler ile sunulmuştur. Restoran, oda kokusu olarak deniz kokusu kullanırken, yemekle birlikte gelen deniz kabuğu içindeki müzik aleti ile de dalga ve martı sesleri dinletmiştir. Bu sayede yenilen balıklar daha taze ve lezzetli algılanmıştır. Son zamanlarda yemek yenirken restoranlarda çalınan müzikler menülere uygun olarak tasarlanmaya başlamıştır. Bir İtalyan restoranında İtalya'yı anımsatan müzikler

eşliğinde yemeklerin sunulması gibi sıklıkla karşılaşılan uygulamalar, lezzet algısını etkilediğini göstermiştir (Yılmaz ve ark., 2021).

Bisküvi, cips, tahıl gibi benzersiz sesler üreten çoğu gıdanın taze, gevrek olarak algılanmaları yanında kaliteli de algılanmaları söz konusudur. Yapılan pek çok araştırma, yiyeceklerin hedonik beklentiyi karşılama derecelerinin ağızda çıkardığı seslerden etkilendiğini ortaya koymuştur. Ayrıca yüksek frekanslı seslerin tatlılık algısını artırdığı, düşük frekanslı seslerin ise acılık tadı yarattığı görülmüştür. Sesin lezzet algısına ilişkin bir diğer örnekse, yine son yıllarda birçok kebabçıda uygulanan yeni bir yöntem olabilir. Masaya öncesinde gelen “İskender Kebabı”nın tereyağı sosu bir görevli tarafından sıcak olarak masada servis edilmekte ve çıkan ses reklam aracı olarak kullanılmakta ve kişilerin yemeğe dair yeni bir deneyimle lezzet algısını yükseltmektedir (Kurgun, 2017).

4.3.4. Dokunsal öğeler

Dokunma duyusu, tüketici algısını ve satın alma davranışını en çok etkileyen duyulardandır. Bir ürün alınmadan önce dokunma isteği bunu onaylar niteliktedir. Tazelikliğini ya da uygunluğunu kontrol için bir ürüne dokunmak alma sürecinde kişilere güven vermektedir. Örneğin sebze meyve alışverişinde ürünler, koklanarak ya da dokunularak uygun olup olmadığına karar verilmektedir. Dokunma, pürüzsüzlük, sıcaklık, ağırlık gibi gözlem ile ulaşılamayan bilgileri verir ve bu da algı üzerinde etkilidir. Dokunma kalite anlayışı ile de alakalıdır (Akıllıbaş, 2019).

Doku, gıdanın duyuşal özellikleri içerisindeki en kompleks yapıyı oluşturmaktadır. Doku ölçümleri yemek yeme eylemi sırasında henüz yiyeceğe dokunulmamışken bir dizi uyaran ve algılamının dikkate alınmasını gerektirmektedir. Gıdanın doğası, yapısı, bileşenleri, çiğnenirken ya da yutulduğunda, sindirim sırasında oluşan algılara dair birçok özelliğe sahip doku çalışmaları bulunmaktadır. Bir pasta kesilirken bıçakta hissedilen duygu, ağızda bıraktığı yoğun, kıvamlı, çıtır, ya da yumuşak tat gibi uyarıcılardan gelen sinyaller, lezzete karar vermede oldukça etkilidir (Kurgun, 2017).

Bezne tat hissini ileten sinirlerden olan tat lifleri, sıcaklığa duyarlıdır. Yapılan çalışmalarla, ağızın sıcak hassasiyetinin gıdanın tadını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sıcaklık ve değişen sıcaklık yiyeceğin tatlılık algısını özellikle etkilemektedir. Bu etki soğuk bir şeyi ısıtarak ya da dili soğutarak da aynı sonucu vermiştir. Isınma ve soğuma duygusu dilde hissedildiğinde iki fiziksel sonuç görülmüştür. İlkinde tatlılık artarken ikincisinde tuzluluk yoğunlukla algılanmıştır. Yapılan tat üzerine pek çok çalışma, tat alma sisteminin tat için normal duyuşal sinyallere katkı sağlayan farklı sıcaklıktaki hassas nöron türlerini içerdiğini ortaya çıkarmıştır. Fat Duck restoranın şefi Blumenthal imzalı ‘hot&iced tea’ isimli çay, içerisinde iki bölme bulunan özel kupalarda, farklı yoğunlukta sıcak ve soğuk çayın birlikte sunulduğu bir içecektir. Servis sırasında bölme çıkarılır fakat yoğunlukları farklı olduğundan çaylar birbirine karışmaz. Aynı anda hem sıcak hem de soğuk içeceği birlikte tüketen kişiler, yoğun, keyifli ve şaşırtıcı bir deneyim edinmektedirler (Kurgun, 2017).

5. YEMEK SUNUMUNDA BAŞVURULAN TEMEL FAKTÖRLER

Yaşam standartlarının gelişmesiyle beslenme ihtiyacı hayatta kalmaktan ziyade keyif almak amacıyla karşılanmaya başlamıştır. Yemek pişirme, bir ürün oluşturmaktan ziyade, beş duyumuza hitap eden bir sanat, bu sanatı gerçekleştiren mutfak şefleri de sanatçı konumundadır. Eskilerin söylediği “Önce göz tadar” deyişi yemeğe dair ilk izlenim ve beklentimizi oluşturanın görüntüsü olduğunu kanıtlar niteliktedir. Yemeğin iştah açıcılığı görüntüsü, kokusu, sıcak ya da soğukluğu gibi duyularımızı harekete geçirmesiyle ölçülür ve o yemeği tatmaya istekli olmamızı sağlar (Gisslen, 2010).

Yemek, özensiz ve rastgele bir şekilde servis edilirse, bu durum yemeğe karşı yetersiz olması yönünde bir izlenim oluşturur. Renkleri cansız sunulan bir yemek onu yiyecek olanlar için sıradan bir yemek izlenimi verebilmektedir. Tabak boyutu yemeğe göre büyükse porsiyonun az olduğu fikrine sebep olarak müşteri tatminsizliğine yol açabilir. Ancak bir şefin en önemli görevlerinden biri müşteri tatminidir. Şeften beklenen hazırladığı tabağın 5 duyuya da hitap ederek yemek için olumlu bir yargı oluşturmalarıdır. Doğru ve güzel yapılan yemek sunumu yemeği olduğundan daha kıymetli olarak algılamaya etki etmektedir. Yemeğin tadına ilişkin algı ve optimum ödeme yapmayı istemenin; yemeğin henüz tadına bakılmadan diğer faktörlere göre değişebileceği birçok farklı çalışma ile desteklenmiştir. Yapılan araştırmalarla, farklı şekildeki renk, etiket, ambalaj, isim, görüntü gibi değişkenlerin lezzet algısı üzerinde etkili olduğu; tatmin, kalite ve ödeme niyetini büyük ölçüde şekillendirdiği ortaya çıkmıştır.

Eğer yemeğin servis sıcaklığı doğru değilse iyi bir sunumun etkisi kalmamaktadır. Sıcak yemekler kalitenin göstergesi olarak kabul edilir ve bu da ekstra özen gerektirmektedir. Yemekler sıcak tabaklarda servis edilmeli, ayrıca yemeğin tüm bileşenlerinin de sıcaklığına dikkat edilmelidir. Tabağın ısını muhafaza edebilmek için sıcak yemek, sıcak garnitür ve soslarla desteklenmelidir. Misafirin de bu özene şahit olabilmesi için sıcak kaplarda sıcak soslarla sunulan yemek, soğuması beklenmeden hızlıca servis edilmelidir. Sıcak yemekler gibi soğuk yemeklerin de

sunumu esnasında yemeğin sunulacağı tabağın ve tabağı oluşturan öğelerin soğuk veya soğutulmuş olmasına özen gösterilmelidir. Tabaklar dolaplarda, buz içerisinde veya ürüne en uygun soğukluğu sağlayacak yerlerde soğutulmalıdır. Soğuk yemekler de aynı şekilde yemeğin ısınmasına olanak vermeden hızlıca servis edilmelidir. Sıcaklık düzenlemesinin başarıya ulaşabilmesi için planlama ve uygulama aşamaları optimize edilmelidir (Yılmaz, 2010).

Yemeği değerlendirirken, beş duyumuz devreye girerek lezzet kadar diğer duyuların da etkili olduklarını kanıtlar. Bu yüzden ki, yemek sunumunda birçok değişkenin etkisi söz konusudur. Yemek sunumunun çekici olmasını sağlayan aşağıdaki ilkeler önemlidir.

- Ön hazırlığa önem verilmesi ve uygun pişirme tekniklerinin dikkate alınması
- Profesyonelliğe uygun şekilde çalışılması
- Görselliğe verilmesi gereken önem.

Bu ilkelerin herhangi birine dikkat edilmediğinde sonuç diğer ilkeler göz önünde bulundurulsa da beklenen şekilde olmayacaktır (Gisslen, 2010).

Yemeklerin sunumunda görselliğin önemini vurgulayan “Her zaman ilk önce gözlerimiz tadar” ve “Bir tabağın görselliği lezzeti kadar önemlidir” gibi sözler bilinmektedir. Bu kapsamda etkin ve başarılı sunum için şu üç tekniğin ön planda olduğu bir sunum anlayışı edinilmelidir (Yılmaz, 2016).

5.1. Denge

Yapılan araştırmalar, görsel faktörlerin yeme davranışı üzerinde oldukça etkili olduğunu göstermiştir. Özellikle yemek sunumlarında dengeli bir servisin olması kişilerin tercihlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Tüketicilere daha çekici gelen dengeli bir sunum, günlük bir tabağa göre daha fazla ödeme isteğini uyandırmaktadır. Dengeli bir şekilde hazırlanan tabak prezantasyonu müşterilerin tabaktaki yiyeceği daha lezzetli algılamalarını sağlamaktadır. Dengeli bir sunumun önemli bir parçası da renktir. Renk faktörü dikkate alındığında müşterilerin dikkatini çekerek çekici tabaklar hazırlamak mümkün olacaktır (Haykır, 2021). Ayrıca yemeğin tabaktaki konumu da denge unsurları arasında önemli bir yere sahiptir. Estetik bir biçimde

tabağın ortasına konumlandırılmış bir yemek kişilerin beğenisini, ödeme yapma isteklerini ve lezzet algılarını etkilemektedir. Buna ilave olarak, yemeğin dokusu da denge unsurları arasında algılamayı etkileyen faktörlerdendir. Örneğin sivri hatlara sahip olan yiyeceklerin sunumu tehdit algısı oluşturmaması adına tabağın zıt yönüne bakacak şekilde servis edilmesi uygun olmaktadır. Dengeli ve tabağa orantılanmış bir yemek sunumunun, yemeğin algısı üzerindeki etkisi azımsanamayacak kadar çoktur (Haykır, 2021).

Renkler marka değeri, imaj ve kurumsal kimliğe dair çağrışımlar için olduğu kadar, psikolojik ve fiziksel olarak da büyük öneme sahiptir. Yiyecek renginin insanların zihninde bıraktığı etki yeme davranışıyla doğrudan ilgilidir. Renkler ve yemeklerin lezzet algısı üzerine ortak birçok çalışma yapılmıştır (Yılmaz ve Erden, 2017).

Doğuştan gelen denge hissi, çocuklukta gelişir ve dünyadaki denge keşfedilir. Dengenin olmadığı durumlarda rahatsız hissedilmektedir. Fiziksel bir tehlike olmasa da dengeli hazırlanmış bir tasarım kişiyi içsel olarak rahatlatmaktadır. Dengeyi 3 başlıkta toplamak mümkündür:

- Görsel denge,
- Simetrik denge,
- Asimetrik denge

Algıya göre bakılan ürünü ortadan ikiye bölen bir düzlem ya da nokta belirlenir. İki parçanın birbiriyle aynı olması beklenir. Bu şekilde dengeli bir ürün ortaya konup konmadığına dair algı oluşur. Simetri ise dengeyi sağlamanın en net çözümüdür. Aynadaki görüntü gibi karşılıklı iki aynı görüntü sağlanmaya çalışılır. Simetrik hazırlanan bir ürün dengenin yanı sıra gören kişide dinginlik hissi de uyandırır. Asimetrik dengede ise kusurlar barındırır da kendi içerisinde bir düzeni, bir simetrisi olan, görsel ağırlığı bir tarafa verse de burayı göze hoş gelecek şekilde düzenleyen sistemdir. Simetrik tasarımlar asimetrik olanlara göre daha fazla akılda kalıcıdır, fakat deneyim olarak kişiye özel hissi veren asimetrik tasarımlar da sıkça tercih edilmektedir (Akdeniz ve Bayesen, 2021).

5.2. Süsleme

Tabak süslemede uzun süreler boyunca belirli standart modellere sadık kalınmıştır. Yakın zamana kadar yemek ya da balık gibi ana ürün tabakta tüketiciye yakın konumda, garnitür ve yardımcı yemekler ise tabağın arka tarafında konumlandırılmıştır. Bu düzenleme basit ve uygulanabilir olduğundan genellikle tercih edilmiştir. Artık ise, birçok şef tabak süslemesini yaratıcılıklarını göstermek için bir avantaj olarak görmektedir. Çoğunlukla pastane ve soğuk mutfakların çıkardığı ürünler süsleme anlamında daha geniş alana sahip olsa da artık sıcak tabaklarda da aynı oranlarda süslemeye özen gösterilmektedir.

Tabak süslemeleri çok uzun zamandır gündemde olsa da gastronomi trendlerinden diyet mutfağı, moleküler mutfak, yeni Fransız mutfağı, füzyon mutfağı gibi trendlerle farklı bir anlam ve önem kazanmıştır (Yılmaz, 2016).

5.3. Tabak Düzenlemesi

Yılmaz'a göre (2016) tabak düzenlerken göz önünde bulundurulması gereken önemli noktalar sıralanmıştır.

- Tabağın boyutu ve porsiyon büyüklüğü arasında bir oran olması büyük öneme sahiptir. Yemek tabağa yerleştirildiğinde tabaktan dışarıya taşmamalı, tabak çok dolu veya çok boş görünmemelidir. Eğer yemek tabaktan taşıyorsa porsiyon küçültülmeli ya da daha uygun bir tabak kullanılmalıdır.
- Yiyecek, bütünlüğü koruyarak dağınık bırakılmadan tabağa yerleştirilmelidir. Sunum tabağın merkezinde odaklanmalıdır.
- Bir restorandaki menünün farklı ürünleri aynı model ve desendeki tabaklarda servis edilmemelidir.
- Yemek sunumu göze hitap ederek albenili bir biçimde tabaktaki yerini almalıdır. Ana yemekte etin iyi izlenmiş, ya da güzel renk almış kısmı üstte tercih edilmelidir. Garnitürler tabaktaki dengeyi gözeterek yemeğe ve sunuma destek olacak şekilde kullanılmalı ve tabakta yenilemeyecek hiçbir öge bulundurulmamalıdır. Garnitürler ana yemeği bastırmamalı, tamamlamalıdır. Ürün dengesine dikkat edildikten sonra önemli bir koşul da ana yemeği diğer yardımcı yemeklerin bastırmamasıdır.

- Soslar sunumu geliştirerek yemeği zenginleştirmelidir. Yemek ařırđı sosla servis edilmemeli, m¼mk¼nse bir sos potunda yemeğin yanında servis edilerek yemeği tadanların zevkine g¼re sos kullanım miktarđı ayarlanabilir olmalıdır. Sos kıvamđı da m¼mk¼nse ağır değil hafif ve akışkan olmalıdır.
- Tabak prezantasyonunda asıl ¼nemli olan sadeliktir. Basit bir sunum g¼z yorucu kalabalık bir sunumdan ¼ođunlukla daha ¼ekici ve daha az risklidir. En iyi sunum sade ve basit bir şekilde hazırlandđđında g¼ze en g¼zel g¼r¼nendir.
- Tabak prezantasyonu, ¼st¼ne dizilen yiyeceklerin bir kompozisyonudur. Birbirinden ¼ok farklı ¼r¼nler aynı tabakta yer almamalıdır. Tabaktaki uyum, lezzet kadar ¼nemli bir etkidir. ¼ođunlukla dengeli ve ahenk i¼erisindeki bir yemekte garnit¼re ihtiya¼ duyulmamaktadır.

Yeni gastronomi trendlerinin de etkisiyle artık k¼¼¼k porsiyonlar l¼ks ve kalite anlayıřđı a¼ısından daha fazla tercih edilmektedir. Bu sebeple tabaktaki doluluktan ve g¼ze hoş g¼r¼nmeyen karmaşadan uzak durulmalıdır.

6.TATLI SUNUMUNDA TABAK TERCİHİ

6.1. Tatlı Tabak Seçimi

Günümüzde eğitimli kişilerin artması sonucu global bilgiye ulaşmak iyice kolaylaşmış olup, gastronomi konusunda yerel ve çağdaş hizmetler sunan şefler yetişmeye başlamıştır. Otel ve restoranların dünyaca ünlü mutfaklarında yetenek ve bilgilerini sergileyen bu şefler, iyi, güzel ve lezzetliyi sunmak amacıyla yola çıkarak birbirleriyle rekabet etmektedirler. Günümüzde güzel yemek yapmanın yanında görsel açıdan zengin, estetik ve sunumca özgün yemekler yapmak, sunum kaplarında ve malzemelerde farklılığa gitmek diğer şeflerden bir adım öne geçmenin yolunu açmaktadır. Şefin kültürü, görselliği artırma becerisi, eğitimiyle yemeğin var olan özelliklerine dair bilgiye; şefin kullandığı malzemeler ile ulaşabilmek mümkündür (Sevim, 2017).

Sunumlarda temel tasarım öğeleri ön plandadır. Tasarımda yer verilen her bir imge belli standartlara göre şekillenmektedir. Sanatsal görünümü olan tabak tasarımları temel ilkeler göz önünde bulundurularak oluşturulmuş birer kompozisyondur ve bütün olarak her bir faktör değerlendirilmektedir. Bu faktörler gastronominin sanatsal yönünü içeren alanıdır (Bingöl ve Özkaya, 2020).

Son zamanlarda ortaya çıkan modernleşme kavramı popüler kültür olgusuyla toplum içerisinde güç kazanmıştır. Geleneksel kültürün de yansımasıyla gözler önüne serilen popüler yemek kültürü içinde bulunulan şartlara göre farklı şekillerde uygulanmaktadır. Bu farklılıklar örneğin toplu yemeklerde tabldot kuralları olarak karşımıza çıkarken yemek kalitesi artsa da sunum ve servis kapları geri plana atılmıştır. Çoğunlukla iş yerlerinin yemekhanelerinde, ya da düğün, cenaze gibi toplu törenlerde kullanılan tabldotlarda şerbetli tatlılar, helvalar tercih edilmektedir. Bu tür organizasyonlarda örneğin bir sütlü tatlı dağıtılabaksa çoğunlukla alüminyum kaselerde servis edilir. Dünyanın hızlı yaşamasıyla Fast food beslenme şekli popülerleşmiş, hızla yiyerek karın doyurmak ayak üstü beslenme şeklini ortaya çıkarmıştır. Bu beslenme şeklinde sunum ve sunum kaplarının önemi yoktur. Örneğin bir sokak tatlısı olan 'Ekler' kâğıda sarılarak tabaksız şekilde servis edilebilmektedir.

Bununla birlikte gelişen toplumun refah seviyesinin artması, yemek yenilen yerin özelliklerinin, sunumunun ve lezzetinin önemli hale geldiği bir beslenme tarzı oluşmuştur.

Çağdaşlaşan toplumun yemek ve tatlı tercihleri sürekli gelişim göstermektedir. Kişiler özel günlerinde, iş bağlantılarında, önemli paylaşımlarında mekân, yemek tasarımı, sunum tabakları gibi her detayı önemser hale gelmişlerdir. Gelişmiş ülkelerdeki refah düzeyi yüksek kesimin yaşam tarzlarını ortaya koyan yemek yeme, sosyalleşmenin bir aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Farklı kültürlerin yemekleri yeni uygulamalar ve araştırmaların etkisiyle değişik kültürlerle aktarılmıştır. Kültürler arasındaki bu etkileşim lezzetlerle birlikte sunum ve geleneklerin de taşınmasına aracı olmuştur. Haliyle şefler yemek ve tatlılarını farklı şekillerde sunmaya başlamışlardır. Bunun sebebi yemek yemenin fiziksel bir ihtiyaçtan öte, ortam ve görseelliğin de ön plana çıktığı bir aktivite olmasıdır. Bu da yenilen yiyeceği daha cazip hale getirecek değişik tasarım ve malzemelerin kullanımının önemini artırmıştır. Yemeğin etkisini artıracak en önemli görsel araç, sunum kaplarıdır. Yiyeceklerin sunulduğu tabakların yemek veya tatlının niteliğine göre fonksiyonel ve görsel olarak zengin olması, bu yiyeceği en iyi şekilde göstermesini sağlamaktadır. Rengi güzel bir sos, garnitürler, tabaktaki konum sadece doğru tasarlanmış bir tabak ve yardımcı malzemeler ile güzel görüntüye sahip olabilmektedir. Sunumda kullanılan tabaklar, seramik, porselen, cam, metal, toprak gibi çeşitli materyallerden oluşmaktadır. Tabak yerine yöresel ve geleneklere uygun yemeklerin pişirildiği, ya da sadece servis edildiği sunum çeşitliliğini sağlayan, ahşap, kiremit, granit, küp ve testi gibi çeşitli malzemeler de bulunmaktadır. Fakat genel geçer kullanım için seramik ve porselen en çok tercih edilenlerdir. Bu kapların keşfi yemek tabağı ihtiyaçlarından doğmuştur. Tabaklar ile yemek kültürü ilişkisi geçmişten günümüze dek süregelmektedir. Sunum kabı ve yemek kültürü birlikteliğine bakılırsa tabaktaki ürünün lezzetiyle birlikte görsel çeşitliliğini artıracak uygulamalara gidildiği görülmektedir. Yapılan araştırmalarda bir tatlının yendiği ortam ve servis tabaklarına özen gösterildiğinde yeme eyleminin bütünüyle güzel bir deneyim olarak algılandığını göstermektedir. Bazı restoran, yemek şirketleri, oteller gibi yeme içme sektöründe faaliyet gösteren yerler, isim ve logolarını tabaklara işletip tatlı ve yemek sunumunu etkileşimli hale getirmeye çalışmışlardır.

İhtiyaç duyulan besinlerin yeterli, dengeli, sağlıklı ve düzenli olarak alınması gastronomi ilkelerinin yanında, şefin becerisi, tabak tercihi ve tabağın özelliklerinin

ön plana çıkmasında etkili olmuştur. Tatlı sunumlarında görselliği sağlayan özel tasarlanmış ve tatlıyı ön plana çıkararak sunumu zenginleştiren tabaklara ilgi artmıştır. Bu ilgiye dayanarak sofrta ürünleri üzerine özgün, farklı ve artistik tasarımlar yapan firmalar ön plana çıkarak rağbet görmüşlerdir. Tatlı tabaklarındaki değişimler, toplumun kültürü, içinde sunulan tatlının özellikleri, sunum şekli gibi faktörlere bağlı olarak gerçekleşmektedir. Artık sofrta ürünlerinin üretiminde yalnızca sağlığa uygunluk, sağlamlık, maliyet, fonksiyonellik, ucuzluk değil, bunlarla birlikte özgünlüğe de olanak sağlayan tasarımlar tercih edilmektedir. Tabaklarda özellikle seramik ve porselen ürünlerinin tercih edilmesinin sebebi, istenilen özgün tasarımların üretimine olanak sağlaması, maliyetinin düşük ve sağlığa uygun olması, tasarımların renk, dekor gibi farklılıkları sağlayan tekniklere izin vermesidir. Ünlü restoran ve şefler, kendi özgün tasarımlarını gerçekleştirebildikleri seramik-porselen ürünleri kendi tercihlerine göre ürettirerek sunuma yeni bir boyut kazandırmışlardır. Tatlı tabağı tasarımlarının sunuma, kişiye, mekâna göre çeşitlendiğini söylemek mümkündür (Sevim, 2017).

6.2. Tatlı Sunumu İçin Tabak Tercihini Etkileyen Faktörler

Yemek sunumlarında görsel açıdan en zengin ürünler, restoran ve otellerin pastane mutfaklarından çıkmaktadır. Bu da sürekli değişen sistemleri takip eden pastane şeflerini, diğerlerinden bir adım öne götürebilecek her türlü değişimi içselleştirerek yeniliklere en hızlı şekilde adapte olabilme becerisini ve yaratıcı olmayı gerektirmektedir.

Yaratıcılık belirli evrelerden geçen bir süreç ve sonunda özgün bir ürün oluşturabilmeyi gerektirir. Her alanda yeni fikirler üretilir. Bilgi birikimi ve yaratıcı düşünce bir araya gelerek zihinde oluşan bir eylemi hayata geçirir. Özgün bir ürünü tabağı yansıtmak için gerekli olan önemli bir beceridir (Uçuk ve Özkanlı, 2017).

Teknolojik yenilikleri takip ederek uygulayan, yaratıcılıklarını kullanarak görsel şölenler oluşturan şefler, lezzetle eşdeğer gördükleri sunumlara ise hayati önem vermektedirler. Görselliği en çekici hale getiren tabakların seçimi ise hem üzerinde uzun düşünülen hem de yaratıcılığı taçlandırılan önemli bir süreçtir. Tatlı tabaklarının seçiminde etkili olan pek çok faktör vardır, bunlar; ürün, tüketicilerin demografik özellikleri, konsept, mekân, çalışma alanı, şefin tercihleri, lezzet algısı, renk, boyut,

porsiyon, yöresel ve geleneksel ürün kullanımı, serviste kullanılan diğer malzemeler, materyal, maliyet, dış etmenler, şirket politikası vb. sayılabilmektedir. Bir dünya mutfağı tabak tercihini modern tarzda tasarlanmış ürünlerden yana kullanırken, örneğin sağlıklı besinler konseptiyle yola çıkan bir mutfak bu hissi verecek doğal görünümdeki tabakları tercih edebilir. Minimalist bir tatlı servis edilecekse ve sadeliğin ön planda olduğu bir mutfaksa beyaz ve daha renksiz tabaklarla, şık ve sade bir sunum yapılabilmektedir. Gençlerin tercih ettiği bir mekânda daha yaratıcı ve eğlenceli sunumlara izin veren renkli ve desenli tabaklar tercih edilebilecekken, kurumsal çevrelere hitap eden bir mutfakta daha modern sunumların yapılabileceği düz tabaklar tercih edilebilir. Porsiyon olarak büyük bir ürün için, porsiyonu küçük olan tatlılara göre tabağın boyutu da farklılık göstermektedir. Lüks ve pahalı bir restoran beyaz yuvarlak bir tabak seçerek farklı bir renkte veya şekildeki tabağa göre daha kaliteli hissi uyandırır ve misafirlerin bu tatlıya daha fazla para ödeme isteklerinin önünü açar. Şef kendi tasarladığı imza ürünlerini standart tabaklar yerine özgün tasarımı tabaklarda servis etmeyi tercih edebilmektedir. Yöresel bir tatlının sunumunda varsa o yöreye ait kaplar, çömlekler, güveçler kullanılmaktadır. Serviste kullanılan diğer sunum malzemeleriyle bütünlüğü sağlamak adına uyumlu tatlı tabakları da tercih edilebilmektedir. Örneğin yemek hazırlanan yer kurumsal kimliği olan bir işletmenin mutfağı ise tatlıyı sunarken diğer sunum gereçleri de dikkate alınarak tabak seçilmektedir.

7. TÜRK VE DÜNYA MUTFAKLARINDA TATLI TABAĞI TERCİHLERİ: İSTANBUL RESTORANLARI ÖRNEĞİ

7.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma dahilinde İstanbul'da yer alan restoranlarda çalışan mutfak ve pastane şeflerinin tatlı tabağı seçimlerini yaparlarken neleri göz önüne aldıkları, özgün seçimlerde bulunup bulunmadıkları, ne gibi farklılıklar gösterdikleri üzerine bir inceleme yapılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Bu araştırma, mutfak çalışanları ve restoran işletmelerinin tabak tercihlerini yaparlarken dikkat etmeleri gereken hususlardan olan ve günümüzde oldukça önemli hale gelen lezzet algısını kavramalarına yardımcı olarak tabak tercihlerini yaptıklarında satın alma isteğini artırarak tutundurma ve reklam faaliyetleri açısından katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra şeflerin görüşleri doğrultusunda meslekte deneyimi olmayanlar için yaptıkları öneriler ile de artı değer sağlanacaktır.

7.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi

Araştırma örüntüsünde birincil veri toplama tekniği olarak açık uçlu ve keşif odaklı derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Bu tekniğin araştırmalarda etkili sonuçlar verdiği görülmektedir. Keşfe dayalı ve betimleyici verilerin toplanmasında en uygun yöntem yarı yapılandırılmış görüşme tekniğidir. Bu teknikte araştırmacı sormayı planladığı soruları içeren önceden hazırladığı görüşme formu olduğundan daha sistemli ve karşılaştırılması kolay bilgiler elde edilebilmektedir. Esneklik de sağlayan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği sayesinde görüşmenin seyrine bağlı olarak yardımcı sorularla görüşmenin gidişatı değiştirilebilmekte ve katılımcının yanıtlarının etkileşimli bir şekilde detaylandırması istenebilmektedir. (Tomaş, 2014).

Bu araştırma, İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. İstanbul'da faaliyet gösteren üst segment restoranlardan 10 tanesinin mutfak şefi, şef yardımcısı veya pastane şefi ile görüşülmüştür. Özellikle restoranların üst düzey şeflerinin seçilme sebebi, araştırmanın konusu olan tatlı tabakları tercihinde söz sahibi olmaları olarak gösterilebilmektedir. Çalışmanın başlangıç niteliğinde olması ve örneklem seçiminde

birbirinden konsept ve konum anlamında farklılıkları olması dolayısıyla 10 kişilik bir örneklem yeterli bulunmuştur.

Araştırma için tez danışmanı ve araştırmacı görüşme formunu birlikte hazırlamıştır. İki akademisyen tarafından da incelenen görüşme soruları yeterli görülmüştür. Görüşme formu Ek-1'de yer almakta olup, araştırma kapsamında 10 mutfak şefi ile çevrimiçi görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 25 ila 30 dakika süren görüşmeler ses kayıtları alınarak yapılmıştır. Görüşme sürecinde yönlendirici olması açısından Ritchie ve Lewis'in (2003) oluşturduğu 5 kısımdan meydana gelen görüşme rehberi kullanılmıştır. İlk olarak restoran şeflerine tatlı tabağı tercihlerini neye göre yaptıklarıyla ilgili sorular sorulacağı, görüşmelerin yalnızca araştırmacı ve danışman tarafından inceleneceği, sorulan sorulara yanıt vermeme ve görüşmeden istedikleri zaman çekilebilme hakkına sahip oldukları bilgileri verilmiştir. İkinci bölümde, katılımcılar anlamadıkları bir şey olup olmadığı konusunda soru sormakta özgür oldukları ve istedikleri şekilde cevap verebilecekleri yönünde bilgilendirilmiştir. Üçüncü olarak konuya olan ilgiyi artırmak, çekingenliği ortadan kaldırmak ve demografik bilgilere ulaşmak amacıyla, şeflerden kendilerini tanıtmaları istenmiş, ne kadar süredir mutfakta çalıştıkları, yaşları gibi ön sorular ile görüşmeye başlanmıştır. Dördüncü kısımda, tabak tercihlerini yaparken nelere dikkat ettiklerini anlamak, tatlı tabağı tercihlerini etkileyen dış ve iç etkileri öğrenmek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Son olarak ise şeflere eklemek istedikleri bir şey olup olmadığı sorulmuştur. Görüşmelerin tamamı katılımcıların onayı ile ses kayıt cihazına kaydedilmiş ve sonrasında bu kayıtlar yazıya aktarılmıştır. Ardından görüşmeye dair yazılı metinlerin doğruluğu ses kayıt cihazıyla tekrar kontrol edilmiştir. Araştırmacının etkisini en aza indirmek ve veri kalitesi ve güvenilirliğinden emin olmak için tez danışmanı ses kayıtlarını incelemeye dahil edilmiştir. Görüşme metinleri incelenerek kullanıcıların cevapları analiz edilmiş ve gruplandırılmıştır. Ulaşılan veriler düzenlenerek yazılı hale getirilmiştir. Araştırma sürecine gösterilen ihtimam ve verilere güvenilirliği nitel araştırmada sonuçların kalitesini göstermektedir. Nicel araştırma ile nitel araştırma arasındaki farklılık, nitel araştırmada objektiflik aranmamasıdır. Fakat, nicel araştırmadaki araştırma ve bulguların geçerliliği ve güvenilirliğine benzer olarak araştırmacıların araştırmaya ve verilere özen göstermeleri ve güven oluşturmaları gerekmektedir. (Hirschman, 1986). Bu nedenle, çalışma ve bulguların kalitesinin sağlanması için Flint vd. (2002)'nin belirlediği 9 kriter olan inandırıcılık,

aktarılabirlik, tutarlılık, teyid edilebilirlik, bütünlük, uyum, anlaşılrlık, genellenebilirlik ve kontrol kullanılmıştır. Bu kriterleri doğrulamak için çeşitli aşamalardan geçilmiştir. Görüşmeye katılanlar mutfaklarda çalışan şefler olduğundan tatlı tabağı sunumları ve tabak seçimi konusunda bilgi sahibi kişilerdir. Araştırma soruları hazırlanmadan önce konuyla ilgili Türk ve Dünya mutfağı restoranlarının genel özellikleri, ünlü yemek ve tatlıları ile bu tatlı ve yemeklerin sunumları ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Araştırma yaklaşık 45 günlük bir süre içerisinde tamamlanmıştır. Görüşmeler katılımcıların rahat hissedeceği bir zamanda rahat bir ortamda gerçekleştirilmiş, bunun sağlanabilmesi için yapılan e-posta görüşmelerinde belirtilerek uygun oldukları tarih ve saat tercihi katılımcılara bırakılmıştır. Katılımcıların ifadeleri tutarlılık açısından kontrol edilmiş ve gerekli yerlerde ifadeleri netleştirmek için destekleyici sorular sorulmuştur. Analiz sonrasında, görüşmeye katılanlar yorumlamaları gözden geçirmişler ve bunların kendi söylemlerini temsil edip etmediklerini kontrol etmişlerdir (Tomaş, 2014).

7.3.Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evreni, İstanbul il sınırları içerisinde bulunan restoranlar arasından seçilmiş olup, bu restoranların mutfak şefleri ile görüşülmüştür. İstanbul ilinde bulunan restoranların tercih edilme sebebi, Dünya ve Türk mutfağı restoranlarının Türkiye sınırları içerisinde en yoğun olarak bulunduğu şehir olması gösterilebilmektedir. Araştırma verilerini edinmek amacıyla hazırlanan sorular ve gerekli izinler e-posta ile iletilmiş ve katılımcılardan randevu alınarak görüşmeler yapılmıştır. Toplamda 42 kişiye ulaşılmış ve 10 kişi tarafından katılım sağlanmıştır. Katılımcılar seçilirken mutfak profesyonellerine dolayısıyla da güvenilir bilgiye ulaşabilmek amacıyla İstanbul ilinde bulunan üst segment restoranlarla görüşmeye özen gösterilmiştir. Araştırma kapsamında maksimum yarar edinmek için Türk ve Dünya mutfağı restoranları arasından farklı konseptlerde hizmet veren restoranlar özenle seçilmiştir.

Türk ve Dünya Mutfaklarında Tatlı Tabağı Tercihleri: İstanbul Restoranları Örneği konulu bu çalışma, İstanbul Topkapı Üniversitesi 09.03.2022 tarih, 2022/02 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu üyelerinin değerlendirmesi

sonucunda bu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir. E-31675095-100-2200002895 sayılı onay belgesi Ek-2’de sunulmuştur.

7.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma, İstanbul ilinde bulunan Türk ve Dünya mutfağı restoranlarını kapsamaktadır.
- Araştırma verileri 2022 yılı Mart-Mayıs ayları arasında toplanmış olup, yalnızca İstanbul’da faaliyet gösteren restoranların şefleri ile yapılan görüşmelerle sınırlandırılmıştır.
- Araştırma için İncili Gastronomi rehberinde 3 ve 4 yıldız sahibi olmuş 42 restoran ile mail aracılığı ile iletişime geçilmiş ancak yalnızca 10 restoran tarafından dönü sağlanmıştır.

7.5. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenilirliği

Araştırmada edinilen bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği, çalışmanın temeli olarak kabul görmektedir. Nitel araştırmada verilerin yalnız bir biçimde sunulması, araştırmacının konu hakkında objektif olabilmesine ve savlarla desteklenmesine bağlıdır. Bu araştırmada katılımcılara yöneltilen sorulara alınan cevaplar değiştirilmeden ya da yorumlanmadan direkt olarak aktarılmış olup, geçerliliğin sağlanması amaçlanmıştır (Karataş, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile ilgili verilerin elde edilmesi, maksimum çeşitlilik örnekleme, verilerin analizi ve bulguların değerlendirilmesi ile birlikte, araştırmacı ve tez danışmanı arasında fikir birliğinin sağlanması, betimsel analiz ile alıntılara doğrudan yer verilmesi araştırmanın geçerliliğini sağlamıştır.

Katılımcılarla yapılan görüşmeler sırasında, ses kaydı alınması, bu kayıtların transkripsiyon işlemlerinin yapılması, bilgisayar ortamına aktarılması, betimsel analizlerinin yapılması ve bulguların tanımlanmasında araştırmacı ve tez danışmanı arasındaki uzlaşmanın sağlanması, bu araştırmanın güvenilirliğini sağlamıştır.

7.6. Araştırmanın Bulguları

Tablo 7.1.: Katılımcıların Demografik Bilgileri

Kod	Cinsiyet	Öğrenim Durumu	Yaş	Pozisyon	Deneyim Süresi
K1	Erkek	Ortaöğretim	26	Sous Chef	10
K2	Kadın	Lisans	30	Pastane Chef de Part	6
K3	Erkek	Önlisans	30	Mutfak Şefi	12
K4	Erkek	Önlisans	25	Chef de Part	10
K5	Erkek	Ortaöğretim	26	Sous Chef	9
K6	Erkek	Ortaöğretim	31	Executive Chef	15
K7	Erkek	Önlisans	25	Sous Chef	5
K8	Erkek	Lisans	32	Chef&Owner	15
K9	Kadın	Lisans	33	Pastane Şefi	8
K10	Erkek	Ortaöğretim	25	Chef de Part	7

Bu bağlamda, katılımcılara Türk ve Dünya mutfağı restoranlarında tatlı tabağı tercihleri İstanbul ili örneği konulu tez çalışmasında İstanbul ilinde bulunan restoranların konseptleri saptanarak tabak tercihlerinde dikkat ettikleri hususları anlayabilmek için önceden hazırlanan sorular yöneltilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen ilk soru “*Restoran konsepti nedir? Hangi bölge mutfakları üzerinde çalışılıyor?*” şeklindedir. Farklı pek çok cevap verilen bu soru çalışmaya konu olan restoran mutfaklarına dair bilgiler vermektedir.

Bu soruya K1 kodlu katılımcı, konseptlerinde açık büfe ve alakart servis şekillerinin bir arada yürütüldüğü, Modern Türk ve Osmanlı mutfağı üzerine yoğunlaştıklarını belirtmişlerdir.

K2 koduyla çalışmada yer alan ve çalıştığı restoranın pastane şefi görevini üstlenen katılımcı, restoran konsepti için paylaşımlı menülere odaklanıldığını, mevsiminde yerel ve Anadolu’da yetişen malzemelerin özellikle tercih edildiği bir menüye sahip olduklarını ve Anadolu mutfağından ürünler sunduklarını söylemiştir.

K3 kodlu katılımcı, konseptlerini eski nesil meyhane olarak tanımlarken şu şekilde örnekler de vermiştir. *“Menümüzde, Adana'nın Fellak Köftesi, Rum Mezesi olan Topik, Ege'nin meşhur Ot Kavurması, Akdeniz'in Hibeşi gibi mezeler bulunmaktadır. Bu mezeleri pişirilmelerinden tabaklanmalarına kadar tamamen geleneksel yöntemleri kullanarak sunmaktayız”* demiştir.

K4 koduyla soruları cevaplayan katılımcı, konseptlerini dünya mutfağı olarak belirtmiş olup, Japon mutfağından Sushi, İtalyan mutfağından Risotto gibi farklı mutfaklara ait yemekleri barındıran, değişik damak tadına sahip misafirlere hitap edebilen geniş yelpazeli bir menüleri olduğunu söylemiştir.

K5 kodlu katılımcı bu soruya, Amerikan Street cafe konseptiyle hizmet verdiklerini ve menülerinde Uzakdoğu mutfağıyla İtalyan mutfağının dokunuşlarına yer verildiğini belirtmiştir.

Katılımcılardan K6 koduyla soruları cevaplayan mutfak şefi, Dünya mutfağı konseptiyle yola çıktıklarını, özellikle Akdeniz mutfağını benimsediklerini söylemiştir.

K7 kodlu katılımcı, ağırlıklı İtalyan mutfağı konseptine sahip olmakla birlikte, Uzakdoğu esintileri ve modernleştirilmiş Osmanlı mutfağı örneklerine yer verilen bir menüye sahip olduklarının üzerinde durmuştur.

K8 kodlu katılımcı, et restoranı konseptli, Latin Amerika mutfağından esinlenilerek sunumların gerçekleştirildiği bir menülerinin olduğunu söylemiştir.

K9 koduyla katılan katılımcı, doğal ve yerel konseptiyle yola çıktıklarını, gıdaların besin değerlerini koruyarak yemekler hazırlamayı amaç edindiklerini ve sağlıklı yemek fikrini önemsediklerini, Ege'nin hafif lezzetlerini menülerinde kullandıklarını belirtmiştir.

K10 kodlu katılımcı, Türk mutfağı konseptli bir restorana sahip olduklarını, her yöreye yönelik yemeklere menülerinde yer verdiklerini belirtmiştir.

Restoran konsepti konusunda çok çeşitli cevaplar alınması örneklem seçiminin yeterliliği için önem arz etmektedir.

İkinci soruda misafir tercihlerine dair bilgi edinebilmek amacıyla “*Hitap edilen kesim hakkında bilgi verir misiniz?*” şeklinde yöneltilen soruya konseptleriyle de bağlantılı olarak benzer cevaplar verilmiştir.

K1 kodlu katılımcı soruyu, “*Eskiye modernize ederek atalarına, toprağa sahip çıkılsın istiyor ve genç nesle geleneksel yemekleri tanıtmayı amaçlıyoruz. Özellikle Z kuşağı hedef kitemizi oluşturuyor.*” şeklinde cevaplamıştır.

K2 bu soruya, genellikle müşteri portföyünü turistlerin oluşturduğunu söylemiştir. Türk mutfağı dendiğinde akla ilk gelenin kebab çeşitleri olduğunu ve restoranın hedefinin bu algıyı kırmak olduğunu söylemiştir. Gerçek Anadolu mutfağını tanıtmayı amaçladıklarını şu örneklerle açıklamıştır. “*Örneğin, Anadolu’da ilk uygarlıklar küçük baş hayvan etleri tüketirlerdi. Biz de restoranımızda yalnızca küçükbaş hayvan etlerini kullanıyoruz. Trakya’dan Kıvırcık Kuzu Kol ile yaptığımız bir ana yemeğimiz var. Kuzu Pirzola, Kaburga gibi çeşitlerimiz de mevcut. Onun dışında kökeni Anadolu’ya dayanan firik pilavı yapıyoruz. Genelde Ege’den gelen kalamar gibi balıkları kullanıyoruz.*”

K3 kodlu katılımcı, kaliteli yemekler sunmak gayesiyle, belirli bir yaş aralığı ya da sosyal sınıf belirtemeseler de meyhane kültürünü benimseyen kişilerce tercih edildiklerini söylemiştir. Konumuyla da bağlantılı olarak lüks bir meyhane deneyimi sunduklarını da sözlerine ilave etmiştir.

K4 ise bu soruya, maliyeti yüksek ürünlerle kaliteli bir yemek deneyimi sunmaya özen gösterdikleri, fiyat performansı önemsedikleri, bu sebeple de halk arasında “*Beyaz Türkler*” olarak adlandırılan zengin kesime hitap ettikleri şeklinde bir yanıt vermiştir.

K5 ise, genellikle genç kesimin restoranlarını tercih ettiğini, özellikle hafta sonları lokasyon sebebiyle yoğun olarak tercih edildiklerini ve misafirlerine keyifli bir deneyim sunmaya çalıştıklarını söylemiştir.

K6, kodlu katılımcı bu soruyu, belirli bir sınıf söylemenin doğru olmayacağı, ama özellikle amaçladıkları şeyin yeniliğe ve yeni tatlara açık kimselere güzel birkaç saat yaşatmak olduğunu, çoğunlukla ise yerli ve yabancı turistlerin tercih ettiği bir mekân oldukları şeklinde yanıtlamıştır.

K7 kodlu katılımcı bu soruyu şu şekilde cevaplamıştır. *“Bize göre kaliteli yemek herkesin hakkı. Bu sebeple maliyetlerin izin verdiği ölçüde fiyatlarımızı minimumda tutmaya çalışıyoruz. Amacımız sınıf fark etmeksizin herkesin iyi yemeğe ulaşabilmesi.”*

K8 koduyla soruları cevaplayan katılımcı, et severlerin tercih ettiği, doyasıya et yedikleri, pizza ya da makarna severlere çok da hitap etmeyen kaliteli etle misafiri buluşturdıkları bir restorana sahip olduklarını söylemiştir.

K9 kodlu katılımcı bu soruya, *“Sağlıklı yemek son zamanların en popüler kavramlarından. Yediğimiz yemeklerin sağlığımıza etkisi uzmanlarca da sürekli tartışılmakta ve farklı görüşler bildirilmekte. Biz restoranımızda insanların gönül rahatlığıyla içeriğinden emin oldukları doğal ve mevsiminde yiyecekleri en uygun pişirme teknikleriyle sunmaya çaba gösteriyoruz. Bu da sağlıklı beslenmek kadar güzel yemek yemeyi isteyen herkese hitap etmemizi sağlıyor.”* şeklinde yanıt vermiştir.

K10 kodlu katılımcı, İstanbul’da iş merkezlerine ve seyahat lokasyonlarına yakınlıkları dolayısıyla genellikle yabancı ağırlıklı misafirlere hizmet ettiklerini ve misafirlerine Türk lezzetlerini tattırmayı amaç edindiklerini belirtmiştir.

Her konsepte uygun olarak hitap edilen kesimlerin de farklılaştığı görülmektedir. Örneğin Osmanlı mutfağı, Türk mutfağı ve Anadolu mutfağı konseptli restoranların şefleri benzer şekillerde kültürü tanıtmanın önemini farkında olarak yemekleri ve hitap ettikleri kesimi bu doğrultuda belirtirken, dünya mutfağı restoranlarının şefleri tamamen yemek tercihi ve zevklerin kesimi etkilediğinden bahsetmişlerdir.

3.soruda katılımcılara, *“Menü düzenlenme sıklığı nedir? Yılda iki kereden fazla ise hangi dönemlerde yenilenmektedir?”* şeklinde bir soru yöneltilmiştir.

Katılımcı K1 soruyu, *“2000 yıllık tarihimiz dolayısıyla her yemeğe hak ettiği ilgiyi ve özeni gösterebilmek için 2 haftada bir menümüzde değişikliklere gidiyor ve Türk mutfağının güzide yemeklerini insanlara tanıtmaya çalışıyoruz.”* şeklinde cevaplamıştır.

K2 kodlu katılımcı, yılda 4 kez mevsim geçişlerinde menü değiştirdiklerini, bununla birlikte eğer kullandıkları ürünün mevsimi daha kısaysa menüde yalnızca

zamanında o ürünleri sunduklarını, ürünlere göre menüyü düzenlediklerini söylemiştir.

Katılımcı K3, mayıs ve kasım aylarında yılda iki kez olmak üzere menüde bazı değişikliklere gittiklerini, tüm menüyü yenilemediklerini belirtmiştir.

K4 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı bu soruya şu şekilde cevap vermiştir: *“Restoranın kimliğini belirleyen özel yemekleri menüde sabit bir şekilde kalmak suretiyle, yılda iki kez menüyü revize ediyoruz. Misafir memnuniyeti odaklıyız. Misafirlerin belirli sürelerce tercih etmediği yemekleri menüden çıkarıp yerine yenilerini ekleyebiliyoruz. Yıl başında, sevgililer gününde, ramazan ayında kart menüler, ya da menüye eklemeler yapıyoruz.”*

K5 kodlu katılımcı menüyü yılda iki kez düzenlediklerini, yaz ve kış dönemi olarak bölümlendirdiklerini söylerken; K6 kodlu katılımcı 6 ayda bir yazdan kışa kıştan yazıya geçişlerde, mevsimine göre yiyeceklerle menüyü oluşturduklarını belirtmiştir.

Katılımcı K7, 2 ayda bir menüye eklemeler ve çıkarmalar yaptıklarını, bunu yaparken de misafirlerin isteklerini göz önünde bulundurduklarını söylemiştir.

K8 kodlu katılımcı, *“İlkbahar ve Sonbaharda, ağaçların yaprak açtığı ve döktüğü dönemlerde menüyü tazelemeyi tercih ederiz.”* şeklinde cevap vermiştir.

K9, *“Menümüzde yapacağımız yeniliklere karar verme sürecimiz tüm yıl sürmektedir. Menüye yeni yemekler eklemek istediğimizde sürekli misafirimiz olan kişilere bu yemekleri tattırıyoruz, onlardan aldığımız geri dönüşlere göre menüye girmesine karar veriyor ya da yemeği geliştirmeye devam ediyoruz. Bu şekilde menüye eklenmesini uygun gördüğümüz yemekleri yılda 4 kez yenilediğimiz menülerimize ekliyoruz.”* demiştir.

K10 kodlu katılımcı, tamamen Türkiye iklimini baz alarak, menüyü iki aylık planladıklarını, sezonu gelen ürünlerle menüye eklemeler ve menüden çıkarmalar yaptıklarını söylemiştir.

Bu soruya verilen yanıt diğer soruların aksine birbirine benzerlik göstererek, mevsiminde ve taze yemeklerin, mevsim geçişlerinin menü düzenleme sıklığındaki önemini gösterecek şekilde olmuştur.

4. soruda katılımcılara, “İmza yemeğiniz var mı? Varsa sunumunda neleri göz önünde bulundurdunuz? (Maliyet, porsiyon, renk, vs.)” sorusu yöneltilmiştir.

Katılımcı K1, soruya “Ayaz İncik ve Memleket Sarması bizim imza yemeklerimiz. Kalay tabaklarda servis ediyoruz. Geleneklerimizi bu geleneksel yemekler aracılığı ile anlatmayı amaçlıyoruz. Sunumlarımızı modernleştirsek de imzamız geleneklere bağlı kalışımız. Yemeklerimizde tıpkı eskiden atalarımızda da olduğu gibi sıfır atık prensibiyle israftan uzaklaşmayı hedefliyoruz. Yemekte kullandığımız patlıcan, ayva gibi birçok ürünün kabuklarını derin yağda kızartıyor, ya da kurutuyor ve tabak sunumlarında kullanmaya özen gösteriyoruz.” şeklinde cevap vermiştir.

K2 kodlu katılımcı, imza yemeklerinin Trakya Kıvırcık Kuzu Kol ve Koyun Kuyruğundan yapılan Mantı olduğunu söylemiştir. Sunumda en çok dikkat ettikleri şeyin aile sofrası gibi olmasını sağlamak olduğunu, kuzu kolun ortaya geldiğini, yanında yine herkese yetecek kadar büyük sunumlu bir firik pilavı ile servis ettiklerini, yoğurt ve hoşafın da masada yerini aldığını belirtmiştir. “Sunumda kendinizi Anadolu’da bir evin sofrasına misafir olmuşsunuz gibi hissetmenizi sağlamayı istiyoruz.” diyerek sunum tarzlarını anlatmıştır.

K3 ise bu soruya, “Yaptığımız her yemekte kendi dokunuşlarımız mevcut. Ayırmak çok doğru değil, Her bir yemeği özenle hazırlıyor ve misafir beğenilerine en çok hitap ettiği şekliyle sunuyoruz.” şeklinde cevap vermiştir.

K4 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı, “Dünya mutfağı restoranı olsak da Asya mutfağına bir meylimiz var. Bu bizim yemeklerimizin çoğunluğuna yansıyor ve bize artı katan özelliklerimizden. Örneğin Asya mutfağında en çok kullanılan sebzelerden taze soğanı, yemeklerin pişirilmesinde, sosunda, sunumunda kullanıyoruz. İmza yemeklerimizden ördek tabağında taze soğan ve salatalık dilimleri veriyoruz. Soslarda da yine Asya esintileri var ve Ördek Tabağında Asya mutfağına özgü “Pankek” denen ekmeklerden servis ediyoruz. Yemeği ön plana çıkardığından tabak tercihimiz büyük siyah yuvarlak tabak. Sushi de imza yemeklerimizden. Standart bir tabak tercihimiz var. 15 yıldır bünyemizde çalışan Sushi şefimiz ilk gün verdiği tabak nasılsa, ilk gün geldiğinde hangi yöntemleri kullanıyorsa hala aynılarını aynı lezzetle ve görüntüde sunmak amacıyla değiştirmeden servis eder.” diyerek ayrıntılı bir açıklama yapmıştır.

K5 kodlu katılımcı, bu soruyu “Özellikle hamburger ve makarnalarımız çok tercih edilse de yeni fikirlerimizi bu yemekleri geliştirmek için kullanabiliyor ve değişikliklere gidebiliyoruz. Belirli bir yemek söyleyemesek de menümüzün hedef kitemize hitap etmekte yeterli olduğunu düşünüyoruz.” diyerek cevaplamıştır.

K6 kodlu katılımcı, “Her restoranın özellikle misafirlerinin çoğunluğu tarafından tercih edilen bir yemeği vardır. Bizimki de “Vitello Tonnato”. Dana nuardan yapılıyor. Tonbalığı ve ançüezle pişirilen bir sosu var. Kuru domates, Frenk Soğan ve Sap Rezene yaprakları ile servis ediyoruz. Beyaz büyük yuvarlak tabakta tüm tabağı dolduracak şekilde bir sunumumuz var.” diyerek imza yemeklerini tanıtmıştır.

K7 kodlu katılımcı, restoran ismiyle anılan dana kaburga tabağının imza yemekleri olduğunu ve tarladan tabağa konseptiyle bu tabağın oluşturulduğunu söylemiştir. Siyah üzerine beyaz desenli büyük yuvarlak ve parlak porselen bir tabakta yemeği sunduklarını, sos olarak Demi Dlace, garnitür olarak da köy peynirli beğendi ile servis ettiklerini açıklamıştır.

Katılımcı K8 soruya, “Toma Hawk. Tahtada servis ediliyor. Bakır bir tavada sosu yanında geliyor. Fırınlanmış kiraz domates dışında bir garnitür verilmiyor. Bunun sebebi de etin ön planda olmasını sağlamak istememiz. İçi sulu ve büyük bir et tabağı.” diyerek cevap vermiştir.

K9 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı, özellikle sebze yemekleri olmak üzere birden fazla imza yemekleri olduğunu, isli yoğurt ve Ratatouille ile servis edilen ızgara Baby Tavuklarının en çok tercih edilen yemeklerden biri olduğunu söylemiştir. Özel olarak yaptıkları, seramik, mat, açık renkli ve oval tabakta sunumunu gerçekleştirdiklerini belirtmiştir.

K10 kodlu katılımcı ise bu soruya, “Menüde gördüğünüz bütün ürünler imza yemeğimizdir. Klasik alışlagelmiş lezzetlere bu menüde rastlayamazsınız. Sunumda ilk olarak maliyet önemlidir. Bu da doğru ürünün doğru tedarikçiden edinilmesini gerektirir. Tabaklarda minimum 4 renk kullanmaya çalışırım. Bunlardan biri de tabağın kendi rengidir. Porsiyon şeklinde bir tabaksa minimum 160 gr olmasına, sayı ile tabaklanacaksa da 1,3, 5 gibi tekil sayılarda olmasına özen gösteririz. Çift sayıları kullanmamaya çalışırız.” şeklinde cevap vermiştir.

İmza yemeklerle ilgili bu soruya verilen cevapların ortak özelliği yemeklerin lezzetine gösterilen özen ile sunumdaki yaratıcılığın etkisi olmuştur.

5. soruda katılımcılara “*Yemek tabakları seçiminde diğer restoranlardan ayırt edici farklılıklarınız var mı?*” sorusu yöneltmiş olup katılımcıların bir kısmı 4. soruda bunu açıkladıklarını belirtmişlerdir.

K1 kodlu katılımcı 4. soruya verdiği yanıtla benzer şekilde, geçmişte yapılan geleneksel yemekler ne şekilde sunuluyorsa o şekilde sunmaya özen gösterdiklerini, ait olduğu tarihe göre sunulmalarının önemli olduğunu belirtmiştir.

K2, paylaşımlı bir yemek deneyimi sundukları için özel yapılmış büyük tabaklarda sunum yaptıklarını söylemiştir.

K3 koduyla yanıt veren katılımcı, bakır ve kalay karışımı tabaklarını Antep’te özel olarak yaptırdıklarını söylemiştir. Sunumlarda yemeklere uygun olarak, hafif sulu mezeler için çukur kaplar, ana yemekler için ise düz bakır kaplarda servis ettiklerini söylemiştir.

K4 kodlu katılımcı, “*Tandır ve tavuk yemeklerimiz var. Yağlı etler olduğu için yeme kolaylığı sağlaması adına geniş ve hafif çukur tabaklarda servis etmeye özen gösteriyoruz. Misafirin konforunu sağlayabilmek için yemeğin tabaktaki konumuna dahi dikkat ediyoruz. Tabağın sağına ya da soluna konumlandığımızda nasıl rahat yenileceğini, ya da etin sert kısmının kesilirken kolaylık sağlaması adına öne mi yoksa arkaya mı gelmesi gerektiğini düşünüyor ve tabak seçimimizi de buna uygun olarak yapıyoruz. Tabağı tamamlayacak renk ve şekillere de özen gösteriyor porsiyon büyüklüğünü de göz önünde bulunduruyoruz.*” diyerek soruyu yanıtlamıştır.

K5, uluslararası bir marka olduklarından kendi logolarının basılı olduğu tabakları serviste kullandıklarını, bu tabaklar içinden ise, porsiyon büyüklüğü ve yeme konforu gibi detayları göz önünde bulundurarak seçimler yaptıklarını söylemiştir.

K6 kodlu katılımcı, kaliteli ve yemekleri ön plana çıkarabilecek tabakları kullanmaya özen gösterdiklerini, tabaktaki yemeğin sunumuyla farklılaştıklarını söylemiştir.

Katılımcı K7, standart tabaklardan kaçındıklarını, her yemeğin hikayesine uygun tabaklarda sunum yapmaya çalıştıklarını, porsiyon ile tabak büyüklüğü

arasındaki orantıyı göz önünde bulundurduklarını, tabak rengine sos ve yemeği bütünleştirecek şekilde karar verdiklerini söylemiştir.

Katılımcı K8, yıkanmaya dayanıklı ve vernik gücü yüksek tahtaları yemek sunumunda kullandıklarını, bunun sebebinin ise defalarca yıkanan tabakların hijyen kurallarına uygun olmasına önem vermeleri olduğunu söylemiştir. Çatlak olmayan tahtaları, gıda ya da temizlik ürünlerinin bu çatlaklarda birikerek insan sağlığını tehdit etmemesi adına özenle seçtiklerini belirtmiştir.

K9 kodlu katılımcı, sunumda her yemek için özel olarak renk, porsiyon ve şekil bakımından tercihlerde bulunmayı önemsediklerinden bahsetmiştir. Bununla birlikte konseptlerine de uygun olarak doğal görünümlü tabakları kullanmayı sevdiğini söylemiştir.

K10 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı, *“El yapımı tabaklar kullanmayı seviyoruz. Her ne kadar boyutları standart olmasa da o doğal görüntü, yemeklerimiz ile birleştiğinde çıtayı çok yükseklerle çıkarıyor.”* şeklinde verdiği yanıt ile tabak tercihinin önemini anlatmıştır.

Tabak seçimlerinde bazı restoranların özel olarak ürettirdikleri tabaklar olduğu görülürken, Türk mutfağı restoranlarının geleneksel bakır ve kalay tabakları hala kullandıkları, dünya mutfağı restoranlarının tabağın çok yönlü özelliklerini de kullanmayı önemsedikleri gibi bazı çıkarımlarda bulunulabilmektedir.

6. soruda *“İmza veya popüler tatlıınız hangisi? Size göre nedenini açıklar mısınız?”* sorusu yöneltilen katılımcıların cevapları şu şekildedir:

K1 kodlu katılımcı soruyu, *“Yanık Muhallebi bizim imza tatlıımız. Geçmişten gelen bir yöntem olan sübye ile kıvamlandırılan bir muhallebi. Mutfağımızda minimal boyuttaki bir taş değirmende çektiğimiz pirinçlerden kendi sübyemizi yapıyor ve tatlılarımızda kullanıyoruz. Selçuklu öncesi Hun Türklerinden kalma bir teknik. Sunumunda ise yine yemeklerimizde de sıkça kullandığımız özel yapım bakır kapları kullanıyoruz. İnsanlar bu özeni ve emeği öğrendiklerinde bu tatlıyı denemek istiyorlar ve çok lezzetli olduğundan yemeye de devam ediyorlar.”* şeklinde açıklamıştır.

K2 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı, *“Yanık sütlaçtan dondurma ve Beyoğlu çikolatasının yorumlanmış hali imza tatlılarımız. Tatlı yaparken özellikle içerisinde üç tadı barındırmasına dikkat ediyoruz. Acı, tatlı ve ekşi. Dildeki papillaları*

uyaran tatlar bunlar. Olabildiğince renk uyumuna dikkat etsek de daha çok damağa hitap etmeye çalışıyoruz.” diyerek soruyu cevaplamıştır.

K3 kodlu katılımcı, eski nesil bir meyhane olduklarından geleneksel olarak meyhane kültüründeki tatlıları sunduklarını en çok tercih edilen tatlılarının ise hazır olarak ünlü bir markadan aldıkları ve özel tabaklarında servis ettikleri soğuk baklava olduğunu söylemiştir. Hafif eğimli yuvarlak orta boy beyaz porselen bir tabakta servis edilmektedir.

Katılımcı K4, 3 renkli çikolatadan yapılan bir pasta olan Elodi ve Uzakdoğu tatlılarından Mochi'nin popüler tatlıları olduğunu belirtmiştir. Sunumlarında ise yuvarlak porselen tabakları tercih ettiklerini söylemiştir.

K5 kodlu katılımcı, popüler tatlılarının Corn Flakes Çikolatalı Mus olduğunu, özellikle ilgi çekmesinin sebebinin kahvaltılık gevrek temelli bir tatlı olmasından dolayı ilgi çekmesi olarak açıklamıştır.

K6 koduyla sorulara cevap veren katılımcı, “Zabaione, en popüler tatlımız. Sunumu misafir önünde tamamlanıyor, bu da ilgi çekiyor. Servis ettiğimiz tepsiye çiçekler koyuyoruz. Zabaione pürmüzle yakılarak Martini bardaklarında servis ediyoruz. Zengin görüntüsü sebebiyle insanlar fotoğrafını çekmeyi seviyorlar. Çekip sosyal medyada paylaştıklarından gören diğer misafirlerin de ilk tercihlerinden oluyor” şeklinde bir açıklamada bulunmuştur.

K7 kodlu katılımcı, popüler tatlılarının Türk kahveli Cheesecake olduğunu, sunumu ve özellikle de lezzeti ile misafirlere güzel bir deneyim yaşattığını, yoğun kahve aroması ve dekorunda havyar denen küçük kahveli topların kullanılmasının ilgi çekmesinde etkili olduğunu söylemiştir. Kendinden spiral desenli büyük, düz ve yuvarlak bir seramik tabakta servis edilmektedir.

K8 soruya, “Popüler tatlımız Antep Fıstıklı Sufle. Vanilyalı dondurma ile servis ediliyor. Fıstığın renk, kalite, lezzet ve sunum özelliğini bir araya toplayan bir ürün. Fıstığın eşsiz yeşil rengini tamamlaması için de vanilyalı dondurma tercih ediliyor. İnsanlar bu sofistike tatlımızı, sıcak ve soğuk birleşiminin damakta bıraktığı deneyim ile çok keyifli bir hazza sebep olmasından dolayı tercih ediyorlar.” cevabını vermiştir.

K9 kodlu katılımcı, çarkıfelek musun özellikle beğenildiğini, sebep olarak ise ferahlatıcı ve çarpıcı lezzetinin yanında renkli ve göz alıcı sunumunun etkili olduğunu

söylemiştir. El yapımı mat siyah geometrik şekilli tabakta servis edilen bu tatlı sunumunda, meyve özlerinden elde edilen bir sos, beyaz çikolatalı bir krema, orman meyveleri ve bahçeden toplanan nane yaprakları ile süslenmektedir.

K10 kodlu katılımcı ise, leblebi tozu ile yaptıkları tatlının favori lezzetleri olduğunu, yaz veya kış fark etmeksizin rahatsız etmediğini, hafif, lezzetli ve yoğun kavrulmuş leblebi aromalı bir tatlı olduğunu söylemiştir.

İmza ve popüler tatlının bu üne kavuşmasının restoran şeflerine göre sebebi çoğunlukla sunumundaki farklılıkların insanlar tarafından ilgi görmesi, lezzet ve doku olarak cezbedici özelliklerinin olması gibi benzer yanıtlara ulaşılmıştır.

7. soruda katılımcılara “*Menüdeki her bir tatlı için tabak seçimi kim veya neye göre yapıldı?*” sorusu yöneltilmiştir.

K1 kodlu katılımcı, tabak seçiminde yemeklerin asıl sunumlarına bağlı kalınarak olması gereken tabaklarda sunulduğunu, genellikle bakır ve kalay tabakların tercih edildiğini, seçimin ise operasyonu yürüten şef tarafından yapıldığını söylemiştir.

K2 kodlu katılımcı, “*Tabaklar özel yapılıyor. Pastanede tabakları ben seçiyorum. Bazen de beğendiğim tabağa göre tatlı yapıyorum. Mesela Kütahya’da özel olarak yaptırdığımız hem fırına hem dolaba girebilen bir tabağımız var. Sadece bu tabağı kullanabilmek için kahveli bir Creme Brulee yapıyorum. Yaz menüsünde var olan bu tatlıyı yazın uygun olarak sunabilmek adına olabildiğince açık renklerde bir tabak seçtim.*” şeklinde soruyu yanıtlamıştır.

K3 kodlu katılımcı ise, tabak tercihinin operasyonun sorumlu şefi tarafından yapıldığını ve sunulacak yemeğe en uygun şekilde seçildiğini belirtmiştir. İçerisinde dondurma ile sunulan sıcak ırmık helvası için çukur tabakları seçtiği, çünkü eridiğinde tabaktan akmaması gerektiği örneğini vererek konuya açıklık getirmiştir.

K4 koduyla soruyu yanıtlayan katılımcı, pastane şefinin yeni menüye geçilirken tabağa karar verdiğini, beğenilirse de bu sunumla menüde yer verildiğini, genel olarak şeflerin hepsinin söz hakkının olduğunu belirtmiştir.

Katılımcı K5, kurumsal bir şirketin restoranı olduklarını ve tabak seçiminin de bu sebeple yönetim tarafından yapıldığını söylemiştir.

K6 kodlu katılımcı, aşçıbaşı ve pastane şefinin yoğun çalışmaları sonucu birlikte verdikleri karar doğrultusunda seçim yapıldığını ve tatlıya en uygun tabağın tercih edildiğini söylemiştir.

K7 koduyla soruları yanıtlayan katılımcı, özel olarak yaptırdıkları tabaklar arasından sunulacak tatlının hangi tabakta servis edileceğine karar verilirken mutfakta öncelikle pastane şefi olmak üzere herkese söz hakkı tanındığını ortak karar alınincaya kadar da farklı tabaklarda denenerek seçim yapıldığı hususunda açıklama yapmıştır.

Katılımcı K8 soruya, “*Kendi tecrübelerim, gezip gördüklerim ve etkilendiklerim üzerine yaptığım araştırmaların da yansıdığı, yemeklere en uygun sunum yapmama olanak sağlayacak tabak tercihini yapıyorum.*” şeklinde cevap vermiştir.

K9 kodlu katılımcı, “*Tatlı tabakları ve yemek tabakları için farklı gruplarımız var. Yemek sunduğumuz tabaklarda tatlı sunmuyoruz. Bize göre tabakların da kendi çağrışımları var. Anlam karmaşası olmaması adına bu yolu izliyoruz. Boyut ve renk anlamında farklılıkları var. Elbette ki sunduğumuz tatlıya uygun olarak kendi içinde tabak tercihi yapıyoruz. Pastane şefi öncelikli olmak üzere şefler ve işletmeciler birlikte karar alıyor.*” şeklinde soruya cevap vermiştir.

Katılımcı K10, “*Öncelikle restoranımda çalıştırdığım pastane şefime bir görev veririm, ondan bir Ar-ge çalışması yapmasını isterim. Bu sırada ben de araştırma yaparım ve durum değerlendirmesi için bir toplantı düzenleyip onun da fikirlerini alır kendi fikrim gibi saygı duyarım. Ortak noktada buluşur ve tabak seçimini tamamlarım. Ben mutfakta başarının asla tek kişi tarafından elde edildiğine inanmayan biriyim. Her zaman fikirlere açık olunmalı ki başarı sağlansın.*” diyerek soruyu cevaplamıştır.

Restoran şefleri bu soruya pastane şeflerinin öncelikle tabak tercihinde söz sahibi oldukları, sonrasında da yöneticilerin onayına sunulduğu şeklinde cevap vermişlerdir.

Katılımcılara yöneltilen 8. soru “*Aynı tatlıyı farklı tabaklarda sunmuş iseniz aldığınız geri bildirimlerden örnek verir misiniz?*” şeklindedir.

K1 kodlu katılımcı bu soruya cevap olarak, ilk günkü tadımda sunum için hangi tabak varsa aynı tabakla sunmaya özen gösterdiklerini standart olması için çabaladıklarını söylemiştir.

K2 kodlu katılımcı, “Özellikle paylaşımli tabaklarda yaşıyoruz bunu. Mesela Kalamar Tabağımız çukur bir tabak. Yanında soğan dolması ile servis ediliyor. Misafir Soğan Dolmasını bu tabakta keserek paylaşmakta zorlandığı geri bildiriminde bulundu. Biz de çukur tabağı daha düz bir tabakla değiştirdik. Böylelikle iki kişi karşılıklı rahatça bu yemeği paylaşabiliyor.” şeklinde bir yanıt vermiştir.

K3 kodlu katılımcı, katılımcıların çoğunluğunun verdiği cevabı vermiştir. Yemek veya tatlı tabağındaki sunum değiştirilmediği sürece tabağın da değişmeyeceğini ve standart şekilde çıkarılacağını belirtmiştir.

K4 kodlu katılımcı, “Bu soruya tatlı ve yemek anlamında ortak bir cevap verebilirim. Tabak tercihinin çok önemli olduğunu düşünüyorum. Örneğin imza yemeklerimizden ördeği siyah tabakta verirken en uygun ve gösterişli sunumunun o olduğunu düşündüğümüzden böyle bir karar alındı. Eğer bu yemeği beyaz tabakta sunmaya karar verirsek aynı etkiyi yaratmayacak ve bu kadar beğenilmeyecekti. Sıradan bir sunum haline dönüşecekti. Misafire kendini özel hissettirmek önceliklerimizden. Sıradan bir sunumu bu sebeple hak etmiyorlar. Yani tabak tercihi, sunum ve lezzet yemekte bir arada olması gereken unsurlar.” şeklinde yanıtlamıştır.

K5 kodlu katılımcı, tabak tercihlerinde standart olmaya çalıştıklarını söylemiştir.

K6 koduyla yanıt veren katılımcı, menüde değişiklik yapılana kadar tabak tercihinin değişmediğini, standarda uygun sunulduğunu söylemiştir.

K7 ve K8 kodlu katılımcı da aynı şekilde standardı bozmadıklarını, yemek sunumunda değişikliğe gitmediklerini, çizgilerini korumayı hedeflediklerini söylemiştir.

K9 kodlu katılımcı, restoranda farklı şekilde sunulan bir mus tabakları olduğunu, içerisinde açık kıvamlı jel şeklinde bir sos ile biraz çukur bir tabakta sunmaya karar verdiklerini, fakat misafirlerden tabak dengede durmadığından içerisindeki sosun dökülmeye müsait olduğu dönüşünü aldıktan sonra tabağın bu kez çukur fakat kenarları yüksek, daha konforlu yeme deneyimi sağlayacak bir tabakla değiştirildiğini söylemiştir.

K10 kodlu katılımcı soruya farklı perspektiften yaklaşarak, “Bütün misafirlerden olumlu dönüş beklenir. Bu her şefin hayalidir. Ancak diğer olumsuz

kelimeler bu sorulara verilen cevaplarda öne çıkan kelimelerdir. Buna göre, yerel paydaşlarla yapılan görüşmelerde en fazla *Tatlı, Tabak, Mutfak, Tercih, Servis ve Yemek* kelimeleri tekrarlanmıştır.

Araştırmaya göre tatlı tabağı tercihini etkileyen faktörlere ilişkin veriler iki başlıkta incelenebilmektedir:

Tablo 7.2.: Araştırma verileri

Konsept	Tabaktaki Denge
Ortam	Renk uyumu
Düzen	Porsiyon büyüklüğü
Müşteri odaklılık	Şekil
Hitap edilen kesim	Lezzet algısı
Geleneksel veya modern yaklaşım	

8.SONUÇ VE ÖNERİLER

Restoranların tatlı tabağı tercihlerinde birçok faktörün etkili olduğu bilinmektedir. Ayrıca tabak tercihleri ise yemek sunumunun önemli bir parçasıdır. Türk mutfağı restoranlarının Dünya mutfağı restoranlarına göre tabak seçimlerinde farklı ölçütleri olsa da yeme konforu, kişilerin algısı üzerindeki etkisi gibi bazı faktörler yönünden benzerlik göstermektedir.

Araştırma bulgularını edinmek için, Türk ve Dünya mutfağı restoranlarında çalışan şefler ile görüşülmüştür. 25-35 yaş aralığındaki 2 kadın ve 8 mutfak şefinin pozisyonları seçim yapılırken göz önünde bulundurulmuş ve tabak tercihlerinde söz hakkı olabilecek kişiler olmasına dikkat edilmiştir. 3 operasyon şefi, 4 sous şef ve 3 pastane şefine sorular yöneltilmiştir. Eğitim durumlarına bakıldığında, 3 lisans, 3 ön lisans ve 4 ortaöğretim mezunu olan katılımcıların sektör tecrübeleri ise 5 ila 15 yıl arasında değişmektedir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, Türk mutfağı restoranlarının konsept olarak etkilendikleri pek çok kültürün yansımalarının görüldüğü, Dünya mutfağı restoranlarında da yoğunlukla Uzakdoğu ve İtalyan etkilerine sıklıkla rastlandığı ortaya çıkmıştır. Türk mutfağı restoranlarından eski ve yeni nesil meyhaneler yanında Anadolu yemeklerinin örneklerini menülerinde sunan modern restoranlar da bulunmaktadır.

Türk mutfağı restoranlarında hitap edilen kesime dair farklılıklar olsa da hedefledikleri kitle açısından benzerlikler bulunmaktadır. Anadolu ve Türk mutfağına ait yemekleri insanlara tanıtmayı misyon edinmişlerdir. Dünya mutfağı restoranlarında ise konseptlerine bağlı olarak hitap ettikleri kesimler farklılık göstermektedir. Örneğin, et restoranını tercih eden kesim et severler iken, bazı restoranlar popüler oldukları için bazıları da konseptlerinin ilgilerini çeken kişiler tarafından tercih edilmektedir.

Menü düzenlenme sıklığına dair yöneltilen soruya yılda iki kereden altı kereye kadar olmak üzere pek çok farklı cevap verilmiştir. Çoğunlukla iki kere cevabı alınan soruya bu cevabı verenler yaz ve kış menüsü olarak bölümlendirdikleri şeklinde bir

açıklamada bulunmuşlardır. Bununla birlikte, her mevsim geçişinde yeni menüye başlayan restoranlar, ürünleri mevsiminde kullanmaya da özen gösterdiklerine dair ortak cevap vermişlerdir. Menüü tamamen değiştirmeyip bazı yeni yemekleri ekleyip çıkararak çoğunlukta iken, menü değiştirmeden kart menüler basarak özel günlere uygun yemekler sunanlar da bulunmaktadır.

Katılımcılara yöneltilen imza yemekle ilgili soruya olmadığına dair 2 yanıt alınırken; imza yemeklerine dair şeflerin her biri balık, kırmızı veya beyaz et barındıran bir tabaklarını anlatmışlardır. Sunumda ise büyük tabaklar, soslar ve garnitürler bulunan bir servis tarzını betimlemişlerdir. Porsiyon büyüklüğü, renkler ve misafirlere yeme kolaylığı sağlayacak şekilde sunumları planladıklarına dair ortak görüşler belirtmişlerdir.

Yemek tabağı seçimlerinde ayırt edici özellikleri sorulan katılımcılar, konseptlerine uygun tercihlerde buldukları, geleneksel sunum şeklini bozmamaya çalıştıkları, misafir konforunu ön planda tuttıkları, yemeğin hikayesine göre tercih yaptıkları, hijyen kurallarına uygun olmasına ya da özel yapım tabaklar kullanmaya özen gösterdiklerine dair farklı yanıtlar vermişlerdir.

İmza ve popüler tatlılarını anlattıkları 6.soruda geleneksel ve çok bilinen tatlıların yanında özel olarak hazırlanmış farklı tariflerle oluşturulan tatlılardan da bahsetmişlerdir. Popüler oluş sebepleri çoğunlukla yemeklere ve konsepte uygun seçilen ve bilinen yemekler olmalarının yanında, lezzet kadar sunum şeklinin de ön planda olduğu cevaplar alınmıştır.

Tatlı tabağı tercihinin sorulduğu katılımcıların neredeyse tamamı pastane şefinin öncelikli olarak karar yetkisi olduğu yönünde bir cevap vermişlerdir. Bununla birlikte mutfak şefleri de söz hakkına sahiptirler. Yalnızca kurumsal bir şirketin restoranının şefi bu soruya yönetimin karar verdiği yönünde bir cevap vermiştir.

Aynı tatlının farklı tabaklarda sunumuna dair sorulan soruya farklı açılardan bakılarak farklı yorumlar getirilmiştir. Misafir geri bildirimlerine uygun şekilde

değişikliğe gidildiğini söyleyenler olsa da seçilen bir tabağın standart olduğu ve değişmemesi gerektiği düşüncesi de alınan yanıtlar arasındadır.

İstanbul ilindeki restoranlarda çalışan şefler ile yapılan görüşmeler ışığında elde edilen bulgulara bakılarak şu çıkarımlarda bulunulabilir:

- Tabak seçimlerinde konsept, sunulan yemek, yemeğe eşlik eden yardımcı yemekler ve soslar, geleneksel ya da modern tarza sahip olmaları gibi pek çok faktör etki etmektedir.
- Büyük porsiyonlu bir yemeğin küçük tabakta sunulmasının uygun olmadığı gibi küçük porsiyonlu bir yemek de büyük tabaklarda sunulmamalıdır.
- Mevsim geçişlerinde ya da yaz kış olmak üzere düzenlenen menülerde mevsimin gerektirdiği gibi hafif yemekler açık tonlu tabaklarda, kışa uygun yağlı, kalorili yemekler sıcak tonlardaki tabaklarda sunulabilir.
- Ürünlerin mevsiminde kullanılması da misafir için sağlık ve lezzet olarak ilgi çekici bulunabilmektedir.
- İmza yemeklerin ortak özelliği konseptte uygun, besleyici ve dikkat çekici şekilde sunulmalarıdır.
- Popüler tatlılarda lezzet ön plana çıkmaktadır. Ayrıca görsel olarak misafirlere hitap etmesi önemlidir.
- Standart tabaklar çıkarmak restoranların birçoğunda dikkat edilen bir husustur. Sebebi de misafirlerin daha önce gelip beğendikleri bir tabağı aynı şekilde ve lezzette sunmaya özen gösterilmesidir.
- Özel olarak konseptlerine uygun tabaklar yaptıran restoranlar bulunmakta olup bu tabaklar restoranın kimliğini betimleyen bir araç olarak görülmektedir.
- Renk uyumu kadar farklı lezzetlerin bir arada uyumuna da özen gösterilmektedir.
- Restorana konuk olan misafirlerin yemek deneyimlerinin düzgün olabilmesi için memnuniyetleri ön planda tutulmaktadır. Yemeğin lezzeti damak tadı için önemli iken sunum ise lezzeti algılamaları ve konforlu bir yeme deneyimi edinmeleri için özen gösterilen birincil faktörlerdendir.

- Özellikle farklı teknikler kullanılarak ve farklı şekillerde sunulan yemekler ilgi çekici olmaktadır. Tabak ise hem bu teknikleri hem de sunumu göstermektedir.
- Genel kaniya göre tabağın şekli içerisindeki yemek veya tatlıya uygun olarak belirlenmektedir. Soslu veya yağlı yemekler çukur tabaklarda, et gibi kesilerek yenen yemekler ise düz tabaklarda servise uygundur.
- Yemeğin sıcak ya da soğuk servis edilmesi gerekiyorsa ısıya dayanıklı ya da soğutulmuş tabaklar kullanılabilir.
- Hijyenik kullanıma uygun tabak seçimleri ahşap benzeri ürünlerde oldukça önemlidir. Özellikle et servisinde kullanılan tahta sunum tabakları kaliteli malzemeden seçilmelidir.
- Bakır ve kalay gibi tabak seçen geleneksel Türk mutfuğı restoranları geçmişe dair bağılıklarını göstermek için yemeğın yapımından sunumuna kadar özenle seçim yapmaktadırlar.
- Çoğunlukla mutfaklarda özel olarak tabaklar yaptırılmadıysa, beyaz ya da siyah yuvarlak tabaklar servis için tercih edilmektedir.
- Mutfaklarda yemek tabaklarına şefler birlikte karar veriyorlarken, reçetesi yeni oluşturulan ya da menüye yeni girecek olan tatlıya tabak seçerken pastane şeflerinin tercihi ve beğenisi ön planda tutulmaktadır. Bu sebeple lezzet algısı, nörogastronomi vb. olguların pastane şeflerince araştırılması ve öğrenilmesi halinde farklı sunumlarla daha fazla satın alma isteğı uyandırılabilir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, A. ve Çetinkaya, N. (2020). *Gastronomi ve yiyecek tarihi*, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Akdeniz, D. ve Bayesen, D. (2021). *Yiyecek içecek işletmelerinde ürün estetiği*. Temeloğlu, E. ve Akdeniz, D. (Ed.), *Yiyecek içecek işletmelerinde atmosfer* (s. 35-55). Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akıllıbaş, E. (2019). Beş Duyunun Pazarlama Algısındaki Gücü. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İzdüşüm Dergisi*, 4(1), 97-124.
- Aof.sorular.net, (2022). Dünya Mutfakları II-Ünite:3 Japon Mutfağı Özeti. <https://aof.sorular.net/ozet/dunya-mutfaklari-ii-mo-unite-3-japon-mutfagi>, (Erişim Tarihi: 17.03.2022).
- Arslan, E. (2020). Çevrimiçi Gastronomik Turist Deneyimlerinin İçerik Analiziyle İncelenmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 442-460.
- Aydın, E. B. (2021). Duyum, Algı ve Marka: Tüketici Tutumlarına Yönelik Üç Boyutlu Bir Değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2528-2544.
- Aygün, E. (2007). *Ambalajın tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi: gıda maddeleri üzerine bir araştırma* (Master tezi, Sakarya Üniversitesi).
- Batu, A. (2017). Moleküler gastronomi bakış açısıyla gıdaların tat ve aroma algıları. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 25-36.
- Baysal, D., Çevik, S. ve Çimen, H. (2017). Yöresel lezzetlerin sunumunda estetik. *Social Science Studies Journal (SSSJJournal)*, 7, p. 197-204.
- Behremen, C. ve Doğdubay, M. (2021). *Nöropazarlama perspektifinden satın alma kararı süreci ve menü planlaması*. Yakup Dinç. (Ed.), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bingöl, M.P. ve Özkay, F. (2020). Gastronomi ve mutfak sanatları alanında temel sanat eğitimi uygulamaları. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 6(1), 175-192.
- Bozacı, D. (2019). *Duyuların lezzet algısı ve satın alma niyetine etkisi* (Master tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Cankül, D. ve Uslu, N. (2020). Nörogastromi ve duyuusal algılama. *Journal of Tourism and Management*, 1(1), 64-74.
- Ceyhun, U. ve Özkanlı, O. (2017). Gastronomi turizmi: tabak prezentasyonunun gastronomi turizmindeki yeri. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD) E-ISSN: 2602-4462*, 1(1), 51-54.

- Çekal, N. ve Doğan, E. (2021). Türk ve dünya mutfaklarında kahvaltı üzerine bir çalışma. *Humanities Sciences*, 16(1), 71-88.
- Demirgöl, F. (2018). Çadırdan saraya Türk mutfağı. *Uluslararası Türk dünyası turizm araştırmaları dergisi*, 3(1), 105-125.
- Dilsiz, B. (2010). *Türkiye 'de gastronomi ve turizm (İstanbul örneği)*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğdubay, M. (2016). *Fransız mutfağı*, Yılmaz, H. (Ed.), *Dünya mutfakları I* (s. 54-82). Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Gerlitzky, M., Friedrich, R. ve Unger, H. (1986). *Environmental effects of thermal power plants* (No. IKE--8-15). Stuttgart Univ.(Germany).
- Gezer, Ü. (2019). Çağdaş sanat ve tasarım eğitiminde görsel tasarım öğeleri ve ilkeleri. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(40), 595-614.
- Girgin, G. K., Demir, Ö. ve Çetinkaya, V. (2017). Dünyanın En İyi Mutfakları ve Türk Mutfağı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 219-229.
- Gisslen, W. (2010). *Professional cooking, college version*. John Wiley veSons, U.S.A.
- Güngör, N. (2011). *İletişime giriş*, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Halıcı, N. (2015). *Türk mutfağı*, Oğlak Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul.
- Haykılı, M. (2021). Tabak tasarımı ve tüketici yemek davranışı ilişkisi: kuramsal bir model önerisi (The. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1356-1378.
- Hirschman, E. C. (1986). Humanistic inquiry in marketing research: philosophy, method, and criteria. *Journal of marketing Research*, 23(3), 237-249.
- Işın P. M. (2021). *Avcılıktan gurmeliğe yemeğin kültürel tarihi*, Yapı Kredi Yayınları, 4.Baskı, İstanbul.
- Kaptanoğlu, R. Ö., Kılıçaslan, M. ve Tosun, A. (2019). Marka ve Marka Farkındalığı. *The Journal of Social Science*, 3(5), 248-266.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Klosse, P. R. (2012). The essence of gastronomy. *Understanding the flavour of foods and beverages. The Netherlands: The Academy for Gastronomy*.
- Kızıldemir, Ö., Öztürk, E. ve Saruşık, M. (2014). Türk mutfak kültürünün tarihsel gelişiminde yaşanan değişimler. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Kivela, J. ve Crofts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of hospitality & tourism research*, 30(3), 354- 377.
- Kurgun, H. ve Özşeker, D. B. (2016). *Gastronomi ve turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Oktay, S. (2018). *Gastronomi bilimine giriş*, Der Yayınları, İstanbul.

- Özdemir, B. (2010). Dışarıda yemek yeme olgusu: kuramsal bir model önerisi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 218-232.
- Özkan, N. ve Bilici, S. (2018). Yeme davranışında yeni yaklaşımlar: sezgisel yeme ve yeme farkındalığı. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(2), 16-24.
- Sakarya, A. (2020). *Dokunsal ve görsel işaretler kapsamında duyuusal uyumsuzluğun tat ve fiyat algısı üzerine etkisi* (Master tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Samancı, Ö. (2020). Osmanlı ve Cumhuriyet Dönemlerinde Yemek Kitapları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(2), 205-210.
- Sarıışık, M. (2019). *Tüm yönleriyle gastronomi bilimi*, Detay Yayıncılık, 2. Baskı, Ankara.
- Sevim, C. (2017). Yemek kültürü ve sofrta seramikleriyle etkileşimi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(2), 195-206.
- Spence, C., Piqueras-Fiszman, B., Michel, C. ve Deroy, O. (2014). Plating Manifesto (II): The Art and Science of Plating. *Flavour*, 3(1), 1-12.
- Spence, C. ve Piqueras-Fiszman, B. (2) (2014). *The perfect meal: the multisensory science of food and dining*. <https://books.google.com.tr/books> (23.03.2022).
- Sünnetçioğlu, S. ve Özkök, F. (2017). Güzel, özgün ve iyi yemeğin peşindeki yolculuk: gastronomi. *Journal of Awareness*, 2(3S), 585-596.
- Şahin, E. Ö. (2016). Gastronomide Güncel Bir Yaklaşım-Nörogastromi: Science Direct Veri Tabanında Yayınlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme (A Current Approach to Gastronomy. *Herz*, 101.
- Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. ve Nizamlioğlu, H. F. (2017). Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 77-87.
- Tomaş, M. (2014). Paket servis müşterilerinin sipariş vermede e-aracı kullanma nedenleri üzerine keşifsel bir araştırma: yemeksepeti.com örneği. *Journal of Internet Applications and Management*, 5(2), 29-41.
- Vardal, E. ve Batıgün, A. D. (2017). Bağlanma stilleri ve yeme tutumu arasındaki ilişkide geştalt temas biçimlerinin aracı rolü. *Türk Psikoloji Yazıları*, 20(39), 14-23.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, H. ve Erden, G. (2017). Renklerin çorbaların tat algısı üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 265-275.
- Yılmaz, İ., Akay, E. ve Er, A. (2021). Nörogastromi. *Aydın Gastronomy*, 5(2), 143-156.

Ekler

Ek-1

MÜLAKAT SORULARI

Bu görüşme soruları ‘Türk ve Dünya Mutfaklarında Tatlı Tabağı Tercihleri: İstanbul Restoranları Örneğı’ başlıklı Yüksek Lisans Tezinde kullanılmak üzere, restoranların tatlı tabağı tercihlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Görüşmede kişisel veri talebinde bulunulmayacak olup, alınacak olan ses kayıtları sadece araştırmacı tarafından değerlendirilerek çalışmada sunulacaktır. Çalışmaya yol gösterici olması açısından aşağıdaki soruların titizlikle yanıtlanması büyük önem taşımaktadır. Elektronik posta aracılığı ile görüşme notlarının çalışmada kullanılmasına ilişkin talep edilen izni yazılı olarak onaylamanızı rica eder, ilginize teşekkür ederiz.

Araştırmacı: Esmâ Zeynep KARA

Bölümü: İstanbul Topkapı Üniversitesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
Tezli Yüksek Lisans

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Elçin NOYAN

DEMOGRAFİK BİLGİLER:

Cinsiyet:

Öğrenim Durumu:

Yaş:

Sektördeki Deneyim Süresi:

Restorandaki Görevi:

1- Restoran konsepti nedir? Hangi bölge mutfakları üzerinde çalışılıyor?

- 2- Hitap edilen kesim hakkında bilgi verir misiniz?
- 3- Menü düzenlenme sıklığı nedir? Yılda 2 kereden fazla ise hangi dönemlerde yenilenmektedir?
- 4- İmza yemeğiniz var mı? Varsa sunumunda neleri göz önünde bulundurdunuz? (Maliyet, porsiyon, renk, vs.)
- 5- Yemek tabakları seçiminde diğer restoranlardan ayırt edici farklılıklarınız var mı?
- 6- İmza veya popüler tatlıınız hangisi? Size göre nedenini açıklar mısınız?
- 7- Menüdeki her bir tatlı için tabak seçimi kim veya neye göre yapıldı?
- 8- Aynı tatlıyı farklı tabaklarda sunmuş iseniz aldığınız geri bildirimlerden örnek verir misiniz?
- 9- Bu konuda belirtmek istediğiniz düşüncelerinizi söyler misiniz?



T.C.
İSTANBUL TOPKAPI ÜNİVERSİTESİ
REKTÖRLÜK

Sayı : E-31675095-100-2200002895
Konu : Etik Kurul Raporu (Esmâ Zeynep
KARA)

15.03.2022

Sayın Araştırmacı Esmâ Zeynep KARA

“Türk ve Dünya Mutfaklarında Tatlı Tabağı Tercihleri: İstanbul Restoranları Örneğı” konulu çalışmanız 09.03.2022 tarih 2022/02 sayılı Akademik Araştırma ve Yayın Etiğı Kurulunda görüşülmüş olup; Akademik Araştırma ve Yayın Etiğı Kurulu üyelerinin değerlendirmesi sonucunda söz konusu çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna karar verilmiştir.

Prof. Dr. Barış BULUNMAZ
Rektör Yardımcısı

Doğrulama Kodu: 44AC337

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Adresi: <https://ebys.ayvansaray.edu.tr/BelgeDogrulama>

Ayvansaray Caddesi, No:45, 34087, Balat - İstanbul
Tel: 4447696 Faks: +90 212 6214503
E-Posta: info@ayvansaray.edu.tr Elektronik Ağı: www.ayvansaray.edu.tr
Kep Adresi: istanbulayvansarayuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi: İpek FURTUN
Yazı İşleri Uzmanı
Tel: 4447696 Dahili: 508



ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Esmâ Zeynep KARA

EĞİTİM DURUMU

Derece	Alan	Üniversite	Mezuniyet Yılı
Lisans	İşletme	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	2009
Yüksek Lisans (Tezli)	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	İstanbul Topkapı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	Tez Aşaması

MESLEK:

Pastane Şefi- Villa Azur Beach Restaurant-Bodrum

BİLİMSEL FAALİYETLERİ

Yazılan Ulusal / Uluslararası Kitaplar veya Kitaplarda Bölümler

Altıntaş, B. ve Kara, E.Z. (2022). Menü Planlama ve Özel Menüler Kitabı: Özel Menüler Glutensiz ve Alerji Menüleri, Yılmaz, İ. (Ed.), Bölüm 7. Ankara: Akademisyen Kitabevi.

ISBN: 9786258399028

Kara, E.Z. (2022). Yiyecek İçecek İşletmelerine Stratejik Yaklaşım: Üst Yönetim Stratejileri ve Kurumsal Stratejiler, Kaptanoğlu, R. ve Kılıçarslan, M. (Ed.), Bölüm 9. Ankara: Detay Yayıncılık.

ISBN: 9786052545782